

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
"САМАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ"

РОССИЙСКАЯ НАУКА:
АКТУАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ
И РАЗРАБОТКИ

*Сборник научных статей
IV Всероссийской заочной
научно-практической конференции*

6 октября 2017 года

Часть 1

Информационные технологии в образовании, экономике и менеджменте.
История. Математика. Менеджмент. Педагогика и психология.
Социология и политология. Филология и языкознание.
Философия. Физическая культура и здоровый образ жизни.
Экология. Экономика (А-Л)

Самара
Издательство
Самарского государственного экономического университета
2017

УДК 001.8
ББК 448
Р76

Материалы конференции размещены в системе РИНЦ

Редакционная коллегия: д.э.н., профессор Г.Р. Хасаев; д.э.н., профессор С.И. Ашмарина (отв. редакторы); д.э.н., профессор Д.В. Чернова; д.э.н., профессор Л.А. Сосунова; д.п.н., профессор Э.П. Печерская; д.э.н., профессор Т.А. Корнеева; к.с.н., доцент Е.В. Ширнина; д.э.н., профессор А.П. Жабин; доцент М.В. Китаева; к.э.н., доцент Н.В. Никитина, к.э.н., доцент С.Н. Пичуров; к.э.н., доцент Н.В. Полянскова; д.и.н., профессор Н.Ф. Тагирова; к.э.н., доцент А.А. Чудаева; д.э.н., доцент Е.В. Погорелова; И.А. Плаксина (отдел сопровождения конкурсов и грантов); к.э.н. А.М. Измайлов (отв. секретарь-референт)

Р76 **Российская наука: актуальные исследования и разработки** : сб. науч. ст. IV Всерос. заоч. науч.-практ. конф., 6 окт. 2017 г. : в 2 ч. / [редкол.: Г.Р. Хасаев, С.И. Ашмарина (отв. ред.) и др.]. - Ч. 1. - Самара : Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2017. - 696 с.
ISBN 978-5-94622-794-0 - ISBN 978-5-94622-795-7 (ч. 1)

Сборник посвящен актуальным научно-теоретическим и методическим вопросам развития общества в современных экономических условиях в таких областях науки, как: информационные технологии в образовании, экономике и менеджменте; история; математика; менеджмент; педагогика и психология; социология и политология; филология и языкознание; философия; физическая культура и здоровый образ жизни; экология; экономика; юриспруденция и право. В статьях проведен анализ теоретических и методических подходов экономического и организационного развития, предложены новые научно-методические направления развития экономики и общества.

Сборник представляет интерес для научных работников, аспирантов, студентов, а также руководителей и специалистов предприятий.

УДК 001.8
ББК 448

ISBN 978-5-94622-794-0
ISBN 978-5-94622-795-7 (ч. 1)

© Авторы научных статей, 2017
© ФГБОУ ВО "Самарский государственный
экономический университет", 2017

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ОБРАЗОВАНИИ, ЭКОНОМИКЕ И МЕНЕДЖМЕНТЕ

УДК 004.031.43

ПРИМЕНЕНИЕ ГЛОБАЛЬНЫХ КОМПЬЮТЕРНЫХ СИСТЕМ БРОНИРОВАНИЯ В СЕРВИСЕ И ТУРИЗМЕ

© 2017 Абакумова Валерия Сергеевна
студент

© 2017 Ефимова Татьяна Борисовна
кандидат экономических наук, доцент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: leraknopka@gmail.com

Ключевые слова: компьютерные системы бронирования и резервирования, туристический сектор, интеграция обслуживающих систем, глобальные компьютерные системы, турфирмы и туроператоры.

Рассматриваются системы бронирования как основные каналы сбыта продуктов туристической индустрии, дается анализ глобальных развитых компьютерных систем резервирования, которые стали актуальны в результате глобализации информационных потоков.

В настоящее время информационные системы и технологии активно внедряются в сферу туристического бизнеса, и активная деятельность ИТ-провайдеров, работающих в этой области, доказывает благоприятные перспективы этого направления. Стремительное развитие индустрии туризма связано с рядом глобальных факторов, к которым прежде всего относится развитие гражданской авиации (увеличение количества направлений и авиаперевозчиков) и создание компьютерных систем бронирования CRS (Computer Reservation System).

Первые системы резервирования на авиалиниях появились в середине 60-х гг. XX в.: Apollo (фирма United Airlines) и Sabre (фирма American Airlines). Первоначально в офисах авиакомпаний устанавливались собственные терминалы, что способствовало повышению производительности труда персонала, качества обслуживания клиентов за счет сокращения времени оформления проездных документов. Техническое оснащение производила фирма IBM.

В СССР первая автоматизированная система резервирования билетов "СИРЕНА" (СИстема РЕзервирования На Авиалиниях), разработанная учеными АН СССР и специалистами Минприбора СССР, была введена в действие в 1972 году. Ее внедрение позволило разгрузить потоки очередей в кассах, а также решало вопросы максимальной заполняемости мест на внутренних линиях. Через десять лет, исчерпав свои возможности, система была заменена на "Сирена-2", особенностями которой были наличие собственной операционной системы ТАИС и системы управления базами данных САК. Надежность доставки сообщений от терминала к центру обработки данных (ЦОД) составляла порядка 97%, что было прекрасным показателем для того времени. В последующие годы был разработан ряд альтернативных проектов системы для удовлетворения нужд возросшего пассажиропотока.

С началом установки терминалов бронирования в крупных туристских агентствах резервирование авиабилетов стало осуществляться в режиме on-line, что позволило существенно сократить время обслуживания клиентов, обеспечить надежное резервирование, снизить себестоимость предлагаемых услуг и увеличить их количество и разнообразие. Появилась возможность реализации стратегий гибкого ценообразования, оптимизации загрузки самолетов, стыковки рейсов различных авиакомпаний, оптимизации формирования маршрута перевозок туристов по важным для клиента условиям.

В настоящее время, оценки достоинства и перспективы использования систем бронирования, авиакомпаниями существенно расширили и спектр представляемой информации, и функциональные возможности этих систем: теперь они являются крупными программными комплексами, предоставляющими, помимо основных, и дополнительные услуги (бронирование мест в гостиницах, заказ железнодорожных билетов, прокат автомобилей и многое другое). В современных системах бронирования заложена информация о наличии мест, авиарейсах, типах воздушных судов, тарифах, а также информация о смежных отраслях туристского бизнеса: помимо вышеперечисленных, это информация о курсах обмена валюты, бронировании билетов на спортивные и другие развлекательные мероприятия, что в дальнейшем привело к созданию глобальных распределительных систем - GDS.

В практике западных туристических фирм системы GDS естественным образом встроены в технологическую цепочку формирования и обработки туристской информации, а через механизмы оплаты on-line обеспечивается финансовая ответственность при бронировании туров.

Сегодня более 800 тысяч туристических агентств активно используют возможности глобальных систем бронирования Amadeus, Galileo, Worldspan и Sabre и другие, благодаря чему клиенты обеспечены полным спектром услуг по бронированию в режиме реального времени, агент может найти нужную клиенту гостиницу, посмотреть цены, наличие мест и произвести бронирование¹. Наиболее популярная Система Бронирования в мире - Amadeus, технологии, решения и услуги которой активно применяются в различных сферах индустрии туризма (международными авиакомпаниями и низкобюджетными перевозчиками, гостиничными операторами и трэвел-агентствами, компаниями по аренде автомобилей).

В России в настоящее время единственной аккредитованной системой бронирования является Сирена - Трэвел. Технология ее работы строится на базе международных стандартов для интеграции с мировой инфраструктурой туризма и путешествий. С помощью системы можно бронировать места и оформлять билеты с любого агентского терминала, получить информацию о расписании, наличии мест, тарифах и условиях их применения для авиакомпаний России и стран СНГ. Сирена - Трэвел позволяет формировать единый архив всех операций, который необходим для формирования отчета агента при работе с системой и организации различных взаиморасчетов. Особенностью Сирена - Трэвел является формирование "нейтрального экрана", который определяет порядок отображения рейсов всех авиакомпаний России и СНГ, осуществляя бронирование и продажи авиаперевозок авиакомпаний, хранящих ресурсы мест в международных системах "Gabriel", "Amadeus" и "Sabre" в интерактивном режиме².

IDS (Интернет Системы Бронирования), также известные как ADS (Альтернативные Системы Бронирования), появились в начале 90-х годов XX века и получили свое второе название, выступив в качестве альтернативы GDS. В противовес GDS, доступ к которым имеют лишь агенты туристических компаний, ADS предоставляют услуги по бронированию туристических услуг частным клиентам: с их помощью можно самостоятельно выбрать нужную гостиницу, тип номера, забронировать размещение в режиме реального времени и получить моментальное подтверждение о бронировании на свой e-mail. В качестве примера можно привести Booking.com, Ostrovok, Oktogo, Hotels.com, Priceline.com и другие. Несомненным лидером является Booking.com, который лидирует по всем показателям, в том числе количеству просмотров³.

Внедрение современных информационных технологий в область туризма и сервиса должно обеспечивать выполнение ряда требований, в том числе наличие дружелюбного и удобного интерфейса, обеспечение информационной безопасности с помощью различных методов⁴, модульного принципа построения систем, поддержку технологий Интернет, соответствие стандартам в области информационных технологий⁵. В связи с подготовкой к Чемпионату Мира по футболу 2018 обеспечение бесперебойных авиаперевозок пассажиров и грузов, развитие транспортной инфраструктуры для Самары и Самарской области принимает решающее значение. Большим достижением является и то, что аэропорт Курумоч вошел в рейтинг в рейтинг лучших мировых аэропортов, так как обслуживание пассажиров находится на высоком уровне, чему способствуют и современные информационные технологии⁶.

¹ URL: http://www.nbcrs.ru/gds_ads.html.

² URL: <http://www.flyworld.ru/stati/sistemy-bronirovaniya-aviabiletoy>.

³ URL: <https://skift.com/2013/11/11/top-25-online-booking-sites-in-travel>.

⁴ Абрамов О.В. Основные принципы эффективной организации процесса стратегического управления корпорацией // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 1 (99). С. 5-8.

⁵ URL: <https://www.osp.ru/cio/2001/08/171853>.

⁶ См. также: Сханова С.Э. Транспортно-экспедиционное обслуживание : учеб. пособие для студентов высш. учеб. заведений. 2-е изд. М. : Академия, 2008. 432 с.;

Биржаков М.Б., Биржаков К.М., Ушаков М.В. WWW - World Wide Web - Интернет в туризме // Туристские фирмы. Вып. 13.

APPLICATION OF GLOBAL COMPUTER RESERVATION SYSTEMS IN THE SERVICE AND TOURISM

© 2017 Abakumova Valeria Sergeevna

Student

© 2017 Efimova Tatyana Borisovna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

Samara State University of Economics

E-mail: leraknopka@gmail.com

Keywords: computer reservation systems and redundancy, the tourism sector, the integration of back-end systems, travel agencies and tour operators.

The reservation system are considered as the main marketing channels of tourist industry products, analysis of global reservation systems, which have become established as a result of widespread Internet.

УДК 004.8

"УМНЫЙ ГОРОД" И ПРИНЦИПЫ ЕГО СОЗДАНИЯ

© 2017 Васильева Ирина Михайловна*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: Vasileva.irina-1999@yandex.ru

Ключевые слова: инновации, информационные и коммуникационные технологии, интеллект, инфраструктура, муниципалитет, "умный город".

Рассмотрены современные проблемы урбанизации, концепция создания "умных городов" как способа решения обозначенных проблем.

Большее половины народонаселения мира на данный момент живет в городах, и на протяжении последующих десятилетий переход от преимущественно сельских к в большей степени городским поселениям, будет активно набирать обороты. Предстоящий процесс урбанизации усилит сегодняшние трудности городов: нехватку ресурсов, засорение воздуха, пробки на магистралях. Также имеет место проблема утилизации "умерших" городов, социальные и организационные трудности, которые тесно связаны между собой.

* Научный руководитель - **Ефимова Татьяна Борисовна**, кандидат экономических наук, доцент.

Населенные пункты всего мира имеют большое количество схожих проблем, в настоящее время большое внимание уделяется их решению. Города, стремящиеся найти методы решения всего комплекса проблем, принято называть "умными". Цель создания "умного" города: улучшение качества жизни его жителей.

Одно из наиболее эффективных средств решения городских проблем - использование информационно-коммуникационных технологий (ИКТ). Житель "умного" города может сэкономить время, не выстраивая в очередях, а удаленно получая все муниципальные услуги, в этом ему помогают коммуникационные услуги.

На практике выделяют 8 основных компонентов "умного города":

- К компоненту "Энергетика" относится наличие автоматизированной интеллектуальной энергосети и гибкой распределительной системы, а также интеллектуальной системы учета и регулирования спроса. К данному компоненту также относится наличие программно-аппаратного комплекса управления интеллектуальной энергосетью, энергоэффективные здания и сооружения.

- Компонент "Водоснабжение" включает наличие автоматизированных водозабора, водораспределения, водоотведения и обнаружения утечек; регулирования дождевого стока и паводковых вод в городе. К данному компоненту относится наличие интеллектуальной системы учета и регулирование спроса; программно-аппаратного комплекса управления водоснабжением.

- Компонент "Транспорт" включает контроль транспортных потоков и качества дорожного покрытия, автоматизированный сбор платы за пользование дорогами, инфраструктуру зарядных станций для электромобилей, программно-аппаратный комплекс управления дорожным движением и общественным транспортом.

- Компонент "Безопасность" включает системы видеонаблюдения, видеофиксации и обеспечения физической безопасности объектов инфраструктуры; системы обеспечения вызова экстренных оперативных служб; системы оповещения; программно-аппаратный комплекс управления системами безопасности.

- Компонент "Услуги" включает электронные правительство, образование, здравоохранение и туризм.

- Компонент "Интеграция" представляет собой единое информационное пространство умного города, агрегирующее информацию от объектов городской инфраструктуры, системы управления и жителей.

- Компонент "Правительство" включает системы поддержки принятия решений, анализа и прогнозирования, управления инцидентами, предоставления государственных и муниципальных услуг в электронном виде, публикации открытых данных.

- Компонент "Жители" представляет собой пользователей объектов инфраструктуры и информационных услуг; поставщиков информации в режиме "обратной связи"¹.

- "Умные" города имеют следующие общие особенности:

- Наличие защищенной инфраструктуры ИКТ.

- В городе должна быть четко выстроенная интегрированная система управления.

- В "умном городе" должны быть "умные пользователи".

Переустройство промышленных городов в "умные" считается общемировым трендом, также настоящей перспективой для многих российских городов. Вмести с этим пе-

реориентация в развитии городских агломераций подразумевает коренную перестройку системы управления муниципалитетами, включающую смену целей и задач, также характеристик эффективности и результативности².

В ряде российских крупнейших мегаполисов предпринимаются попытки внедрения отдельных "умных сервисов": например, в Москве внедрены и успешно используются такие сервисы в области ЖКХ, транспортного обслуживания, единых городских информационных систем, в Санкт-Петербурге и Казани начали работать сервисы в области обеспечения безопасности и рационального управления городским коммунальным хозяйством. Внедрением данных технологий в России занимаются крупнейшие международные ИТ-компании (IBM, Microsoft, Cisco и др.)³.

В качестве примера можно рассмотреть реализуемый Cisco проект "Умный и безопасный город Казань": он подразумевает внедрение единой городской сети Wi-Fi, интеллектуальной транспортной системы, системы видеонаблюдения, контроль городской среды и экологической обстановки. Компания "Россети" в трех городах Северо-Кавказского федерального округа (Каспийске, Магасе и Гудермесе) реализует проект по развитию "умной" энергетики: новые объекты энергоснабжения будут оснащены интеллектуальной системой учета электроэнергии, системами анализа и прогнозирования, таким образом, будет создан территориальный интеллектуальный кластер "энергоэффективный город" с развитой технологией "умных" сетей региона⁴.

¹ URL: <http://www.jetinfo.ru/stati/umnye-goroda-budushee-segodnya>.

² URL: <http://rcmm.ru/ekonomika-i-biznes/22045-v--rossii-nachali-stroit-umnye-goroda.html>.

³ URL: <https://www.iemag.ru/analitics/detail.php?ID=34007>.

⁴ См.: Якишин Ю.В. Объекты и процессы структурной перестройки экономики города: понятийный аппарат // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2014. № 12 (122). С. 16-24;

Трубецкая О.В., Лунин И.А., Трубецкая Ю.В. Институциональные структуры Самарской области: особенности развития // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2014. № 12 (122). С. 25-31.

"THE CLEVER CITY" AND PRINCIPLES OF HIS CREATION

© 2017 Vasilyeva Irina Mikhaelovna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: Vasileva.irina-1999@yandex.ru

Keywords: innovations, information and communication technologies, intelligence, infrastructure, municipality, "the clever city".

In article modern problems of an urbanization, the concept of creation of "the clever cities" as way of the solution of the designated problems are considered.

ПРИМЕНЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ИНТЕРЕСАХ БИЗНЕСА

© 2017 Гордеева Екатерина Александровна*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: gordeewa.katia2018@yandex.ru

Ключевые слова: контрольно-кассовая техника, кассовая реформа, бизнес, фискальные данные.

Тенденция развития онлайн-технологии в России, переход на кассовую технику нового типа.

Современный уровень развития технологий позволяет существенно упростить действующие порядки ведения бизнеса и одновременно повысить его эффективность, причем как для налогоплательщиков, так и для налоговых органов.

Ориентируясь на применение риск-ориентированного подхода с точки зрения фискальной политики совершенствуется действующий порядок Закон 54-ФЗ "о применении контрольно-кассовой технике" призван не только чтобы улучшать собираемость налогов, но и для упрощенного применения контрольно-кассовой техники¹.

Новая технология подразумевает сбор намного большего объема данных о расчетах и автоматизированные алгоритмы их машинной обработки.

На сегодняшний день к апробируемой технологии подключено 3,5 тысячи единиц кассовой техники, пробито 50 млн. чеков на сумму 40 млрд. рублей².

Досрочно на онлайн кассы уже перешли крупнейшие участники рынка, такие как "Роснефть", "Ашан", "Перекресток", "Азбука вкуса", "Детский мир" и др.³ Все данные о сделках передаются в налоговые органы в режиме онлайн, что позволяет не проводить дополнительные проверки бизнеса, а любой такой чек покупатель может проверить с помощью бесплатного мобильного приложения "Проверка кассового чека в ФНС России".

Российский рынок онлайн-торговли растет на 20-30% в год. Все большее распространение у традиционных ритейлеров получают технологии omni-channel - омниканальные, или интегрированные, продажи: покупателю не нужно заходить в магазин, достаточно пройти мимо виртуальной витрины на улице и заказать нужные товары с доставкой на дом. Omni-channel подразумевает, что клиент может оформить заказ, находясь в любой точке планеты, с помощью Интернета или телефона, оплатить его любым комфортным для себя способом (кредитная карта, наличные, чек, бонусы, webmoney) и забрать или получить заказ в удобном месте. Благодаря технологическим достижениям ритейлеры могут предлагать покупателям все больше инструментов для быстрого и удобного совершения покупок.

* Научный руководитель - Колотилина Мария Александровна, старший преподаватель.

Покупки с доставкой и многие другие услуги обслуживаются при помощи фискальных регистраторов: курьеры и агенты используют мобильные устройства, фиксируя выполненные заказы и оплату, в том числе посредством пластиковых банковских карт⁴.

Модельный ряд кассовой техники нового типа постоянно расширяется.

В работе можно использовать только те модели ККТ, которые включены в официальный реестр моделей ККТ ФНС России⁵. На рисунке представлена диаграмма стоимости ККТ по официальному реестру моделей ККТ ФНС. Стоимость ККТ варьируется от 10 000 рублей.

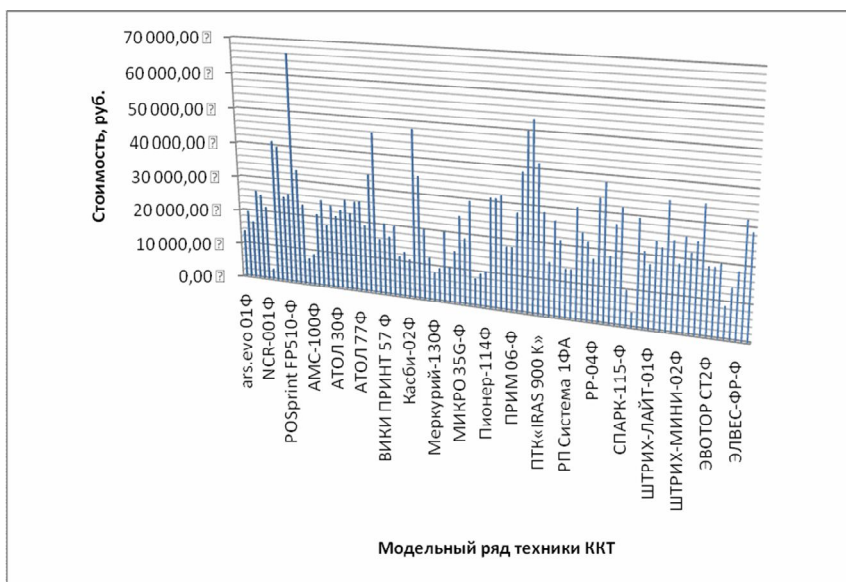


Рис. Стоимость ККТ

В реестре контрольно-кассовой техники уже 48 моделей ККТ. Зарегистрировать онлайн кассу удобнее через кабинет контрольно-кассовой техники.

Обеспечить передачу данных в налоговые органы могут пять операторов фискальных данных. В реестр экспертных организаций включены четыре организации.

Онлайн-касса, или фискальный регистратор, в отличие от обычного кассового аппарата оснащена специальным фискальным накопителем⁶. Фискальный накопитель фиксирует все операции, проходящие через кассу, и в режиме реального времени отправляет данные оператору фискальных данных (ОФД), а тот передает их в ФНС. Для этого касса должна быть подключена к интернету.

На данное время возможно также объединение информации по кассам и торговым точкам разных юридических лиц⁷. Также разрабатывается сервис по взаимодействию торговых центров арендаторами. Кассовая реформа дает возможность анализировать анонимальные покупки, покупательскую корзину, прогнозировать спрос и прочее, можно использовать для эффективной работы магазина. Для предпринимателей и налоговой

станет легче поставить ККТ на учет, и с фискальных органов значительно снизится нагрузка⁸. Система контроля становится выгодной и для покупателя-утраченный чек легко можно будет восстановить зайдя на электронную почту. Собственник торговой точки может онлайн анализировать данный с онлайн-касс, получать автоматизированные данные по кассовым сменам, сверять данные и многое другое.

Кассовая реформа изменила ситуацию на рынке. Многие процессы стали прозрачными. И это дает бизнесу новые возможности. ККТ является инструментом для бизнеса⁹. Любая помеха в кассовой технике заставляет владельца бизнеса нести потери. Это может повлиять на закрытие бизнеса.

Кассовая реформа имеет как плюсы так и минусы.

Плюсами являются:

- позволяет бизнесменам наблюдать за своими финансовыми потоками и тем самым выявлять недостачи;
- автоматизация бизнеса и переход на документооборот;
- не сильно ударяет по финансам предпринимателей так как можно модернизировать уже имеющуюся технику;
- покупатель сможет контролировать свои затраты на покупки зайдя на сайт ФНС или мобильный банк;
- облегчает работу налоговой службе;

Минусы кассовой реформы:

- стоимость онлайн-кассы велика и не каждый магазин сможет их приобрести. Предприниматель помимо кассы должен иметь компьютер и установленные на нем соответствующие программы, должен заключить договор с оператором для передачи данных в ФНС, тем самым неся дополнительные расходы¹⁰;
- сложность покупки кассы;
- онлайн-кассы требуют постоянного доступа в интернет;
- предприятия, нарушившие требования, будут штрафовать.

Таким образом, замена кассовых аппаратов в 2017 году будет происходить постепенно. Контрольно-кассовая техника- это контрольно-кассовые машины, которые оснащены фискальной памятью. Применение будет осуществляться при расчете с покупателями наличными денежными средствами, а также с использованием платежных пластиковых карт. Любой фискальный регистратор, который предприниматель планирует купить, необходимо сначала проверить на соответствие требованиям, установленным Государственным реестром. Далее следует правильно применять эту аппаратуру, чтобы избежать возможных санкций.

Новая технология в большей степени ориентирована на защиту интересов потребителей, поскольку фискальная информация с электронных чеков проверяется онлайн. Еще один плюс новой системы - снижение налоговой нагрузки на ответственных плательщиков за счет избирательного отбора объектов для проверок ФНС, в зависимости от уровня риска¹¹.

¹ URL: <http://online-kassa.pro/zakon/54-fz/novyy-poryadok-primeneniya-kkt-s-2017.html>

² URL: https://www.nalog.ru/rn77/taxation/reference_work/newkkt.

³ URL: https://www.dp.ru/a/2017/01/31/Kassovij_razriv.

⁴ URL: <http://buhonline24.ru/kassa/kkt>.

⁵ URL: <https://www.nalog.ru/rn77>.

⁶ URL: <https://www.business.ru/kkt>.

⁷ URL: <http://stnkrf.ru/54>.

⁸ URL: <http://taxcom.ru/ofd/kkt>.

⁹ URL: <http://www.1cab.ru/ab/news/Utochnenyсроkivstupleniyavsilupopravokk54FZOprimeneniikontrolnokassovoytekhniki>.

¹⁰ URL: <https://www.malyi-biznes.ru/kassoviy-apparat>.

¹¹ См. также: Гродская Г.Н., Глотова Е.И. Целевое программирование в системе управления комплексным социально-экономическим развитием территорий // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2012. № 3.

APPLICATION OF INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN THE INTERESTS OF BUSINESS

© 2017 **Gordeeva Ekaterina Alexandrovna**

Student

Samara State University of Economics

E-mail: gordeewa.katia2018@yandex.ru

Keywords: cash register systems, cash reform, business, fiscal data.

Progress trend on-line of technology in Russia, passing to the cash technique of new type.

УДК 004.031.42

ИНФРАСТРУКТУРА ЭЛЕКТРОННОГО ПРАВИТЕЛЬСТВА

© 2017 **Жабина Екатерина Владимировна***

студент

© 2017 **Зуенков Никита Алексеевич***

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: ev.zhabina@gmail.com

Ключевые слова: электронное правительство, инфраструктура, единый портал государственных услуг, упрощенная регистрация, система межведомственного электронного взаимодействия, единая система идентификации и аутентификации, единая система нормативно-справочной информации.

Рассматриваются вопросы, связанные с особенностями инфраструктуры электронного правительства, его достоинствами и недостатками.

* Научный руководитель - **Ефимова Татьяна Борисовна**, кандидат экономических наук, доцент.

В связи с развитием информационных технологий появилась необходимость в переходе к оказанию услуг в электронном виде. Это очень правильное решение, т.к., находясь в любой точке мира и имея доступ в сеть Интернет, пользователь может беспрепятственно получить любую необходимую информацию онлайн. С 1 июля 2012 года в соответствии с указом В.В. Путина все регионы и муниципалитеты начали переходить на электронное межведомственное взаимодействие, а к 2018 году планируется перевести 70% услуг в электронный формат.

Инфраструктура электронного правительства включает в себя несколько направлений¹:

1. Единый портал государственных услуг (ЕПГУ).

Данный портал пользуется большим спросом, самыми популярными запросами являются проверка штрафов ГИБДД (39%)², проверка налоговой задолженности (21%), выдача загранпаспорта нового образца (14%)³. Стоит отметить, что с 2013 года более чем в четыре раза увеличилось количество платежей через ЕПГУ - это свидетельствует о том, что степень доверия населения к электронному обслуживанию возросла.

2. Упрощенная регистрация.

В настоящее время она возможна из любого места.

3. Система межведомственного электронного взаимодействия (СВЭМ).

СВЭМ помогает облегчить получение электронных услуг за счет передачи основной части необходимых сведений через федеральные и региональные органы власти внебюджетными фондами в электронном виде. Данная система развивается очень быстро и набирает популярность, регулярно появляются новые сведения.

4. Единая система идентификации и аутентификации (ЕСИА).

Миссией данной системы является упорядочивание различных регистраций, идентификаций, аутентификаций и авторизаций пользователей. К основным функциям системы относятся:

1. Идентификация и аутентификация пользователей.

2. Управление идентификационными данными.

3. Авторизация уполномоченных лиц органов исполнительной власти при доступе к функциям ЕСИА.

4. Ведение информации о полномочиях пользователей в отношении информационных систем.

ЕСИА имеет множество дальнейших перспектив, к которым относятся внедрение Карты электронного правительства, развитие облачных сервисов в России.

5. Единая система нормативно-справочной информации (ЕСНСИ).

Цель создания данной системы - обеспечение автоматизированного формирования, актуализации и использования реестра базовых государственных информационных ресурсов, а также хранение, размещение нормативной справочной информации, используемой при межведомственном взаимодействии.

В ее структуру входят Реестр базовых государственных информационных ресурсов (Реестр БГИР) и Реестр нормативной справочной информации (Реестр НСИ)⁴. Размеще-

ние и актуализация нормативной справочной информации осуществляется либо с использованием пользовательского интерфейса ЕСНСИ, либо - с помощью копирования, дополнения и замещения нормативной справочной информации⁵.

В качестве вывода можно выделить следующие достоинства электронного правительства:

1. Оперативное получение необходимых услуг или документов.
2. Снижение уровня коррупции.
3. Удобство использования.
4. Уменьшение очередей.
5. Универсальность услуг: их список услуг постоянно пополняется и обновляется.

К недостаткам можно отнести следующие факторы:

1. Невозможность использования для неосведомленных в области использования ЭВМ граждан.
2. Возможность потери и хищения данных.
3. Опасность отслеживания государством всех действий граждан.

¹ URL: http://irkobl.ru/sites/inform/documents/doc/E_Government.pdf.

² URL: <http://www.avtozglyad.ru/obshchestvo/socium/2017-08-03-onlajn-servisov-gibdd-stalo-bolshe>.

³ URL: <http://moi-portal.ru/articles/16026-gosuslugi-na-sluzhbe-u-naseleniya>.

⁴ URL: https://nsi.gosuslugi.ru/_layouts/NsIInfrastructure/WelcomePage.aspx.

⁵ Сидоров Н.А., Графов А.А. Глобализация и ее влияние на развитие рынка бытовых услуг // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2012. № 5 (91). С. 100-102.

THE E-GOVERNMENT INFRASTRUCTURE

© 2017 Zhabina Ekaterina Vladimirovna

Student

© 2017 Zuenkov Nikita Alekseevich

Student

Samara State University of Economics

E-mail: ev.zhabina@gmail.com

Keywords: e-government, infrastructure, unified portal of public services, simplified registration, the system of interdepartmental electronic interaction, a unified system of identification and authentication, unified system of normative-reference information.

The article discusses issues related to the characteristics of e-government infrastructure, its advantages and disadvantages.

TMS-СИСТЕМЫ КАК ИНСТРУМЕНТ АВТОМАТИЗАЦИИ ТРАНСПОРТНОЙ ЛОГИСТИКИ

© 2017 Зрелова Юлия Дмитриевна

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: yl_zrelova@mail.ru

Ключевые слова: автоматизация, TMS-системы, транспортная логистика, оптимизация затрат.

Рассматриваются возможности современных TMS-систем, преимущества их использования для рационализации основных процессов при организации транспортировки.

В настоящее время роль транспорта очень велика, в связи с этим постоянно увеличивается потребность в перевозке грузов, доставки товаров до покупателя.

Высокий уровень конкуренции и растущие потребности на рынке грузоперевозок вызывают необходимость автоматизации транспортной логистики. Необходимость автоматизации наступает тогда, когда необходимо минимизировать затраты на транспортную логистику, обеспечить непрерывность транспортировки, контроль за работой транспортных средств, сократить трудовые, временные и материальные издержки, обеспечить прозрачность взаимодействия контрагентов в реальном времени в одном информационном поле, а также улучшить качество обслуживания клиентов¹.

В большинстве случаев, при условии правильного выбора, автоматизированные системы для транспортной логистики, а именно TMS-системы, позволяют заметно сократить расходы компании на грузоперевозки и сделать процесс транспортировки грузов более эффективным и безопасным.

Для управления перевозками применяются TMS-системы (Transport management system) - система, выполняющая функции планирования, контроля и оценки показателей на каждой стадии транспортировки. Как правило, TMS-система предназначена для автоматизации работы диспетчерской службы предприятия при учете заказов на грузоперевозки, распределения их по имеющемуся автопарку и контроля использования автотранспортных средств, с целью повышения эффективности работы и снижения затрат².

TMS-систем могут использоваться на предприятиях следующего типа:

- 1) торговые розничные сети;
- 2) производственные предприятия;
- 3) автотранспортные предприятия;
- 4) оптовые дистрибутивные центры;
- 5) логистические операторы и провайдеры.

TMS-системы имеют ряд функциональных возможностей и преимуществ, таких как:

Автоматизированное распределение заказов: TMS-системы обеспечивают сбор заявок, необходимых для доставки, учитывая при этом различные параметры: характеристики точек доставки и транспортных средств, ограничения, которые могут возникнуть. Заявки при этом распределяются по машинам автоматически. TMS рассчитывает наиболее оптимальные маршруты, с учетом временных возможностей при получении и доставке груза, объема груза, а также возможность использования как собственного, так и привлеченного транспорта.

Удобный интерфейс: программа содержит возможность фильтрации заявок, что позволяет упростить работу с большим объемом данных. Кроме того, TMS интегрирует с мобильными устройствами, которые находятся у водителей. В таких устройствах могут фиксироваться время прибытия и убытия на место погрузки и выгрузки, информация о ситуациях, которые могут выходить за рамки нормального функционирования. При получении, TMS может автоматически перераспределить задачи между водителями в режиме online. TMS успешно интегрируется с навигационными системами спутникового мониторинга, что позволяет отслеживать местоположение транспортных средств и грузов и использовать эту информацию для возможного изменения маршрутов³.

Оптимизация маршрутов: предполагает расчет оптимального маршрута транспорта в зависимости от географического положения точек доставки и их времени работы, а также с учетом временных затрат на выполнение поставленных задач.

Кроме того, к возможностям TMS-системы относят составление графов дорог и зонирование, что позволяет определить экономически невыгодные маршруты, определить районы, в которых может осуществляться работа транспортного средства, возможность привязывать к этим районам только определенные автомобили, либо запрещать им работать в данной зоне, например, из-за наличия пробок.

Рассмотрим принцип работы TMS-систем, она предполагает решение следующих задач:

Управление собственным парком транспортных средств: ведется список собственных транспортных средств и описание их параметров. Для каждого транспорта указываются свойственные ему характеристики: весогабаритные характеристики, модель, регистрационный номер, дата выпуска, температурный режим перевозки, а также график работы. В некоторых видах TMS-систем осуществляется учет различных видов горюче-смазочных материалов (ГСМ): топливо, омывающие, охлаждающие жидкости и т.д. В системе управления автотранспортом может содержаться информация о шинах, узлах и агрегатах, используемых на предприятии, а также их типах⁴.

Работа с картографическими сервисами такими как: СитиГид, Яндекс.Карты, Google Maps, а также спутниковый мониторинг и контроль транспортных средств и грузоперевозок в режиме реального времени.

Планирование рейсов и перевозок грузов: после выбора транспортного средства выполняется автоматическое или ручное планирование рейсов. После автоматического планирования проводится проверка правильности заданного маршрута и перерас-

пределение заданий между рейсами в случае необходимости. Также рейс может изменяться на этапе его исполнения, если будет добавлена новая точка маршрута или адрес. При составлении заявки на перевозку груза, может быть указана стоимость перевозки и оказания дополнительных услуг, существует возможность управления перевозками, т.е. ведется контроль их исполнения, контролируется прохождение точек маршрута, входящих в рейс. Для каждой точки маршрута может быть указано время прибытия/убытия, успешность выполнения задания, а также проблемы, которые могут возникнуть на точке⁵.

Учет затрат: учитываются плановые и фактические затраты, затраты, относящиеся к какому-то конкретному рейсу, или относящиеся ко многим рейсам, или к какому-то определенному временному периоду (к таким затратам можно отнести, например, аренду гаража, зарплату водителя, техническое обслуживание автомобиля и т.п.).

Таким образом, TMS -система является одним из самых востребованных программных продуктов для предприятий многих отраслей экономики. TMS-системы позволяют значительно упростить работу транспортной логистики, оптимизировать автопарк и расходы на его содержание, рационально распределять нагрузки между всеми транспортными единицами.

¹ Динукова О.А., Жирнова А.О. Использование логистического подхода к организации грузовых перевозок // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2015. № 11 (133).

² Система управления транспортом TMS ORTEC. URL: <https://wms.korusconsulting.ru/solutions/transportation-management-system>.

³ TMS/Система управления транспортновками. URL: <http://tis-russia.ru/tms-sistema-upravleniya-transportirovkami>.

⁴ TMS-система управления транспортом. URL: <http://logistic-consulting.com.ua/tms>.

⁵ Тенденция развития TMS. Достоинства TMS. Преимущества TMS-решений. URL: https://www.lobanov-logist.ru/library/all_articles/58390.

TMS-SYSTEM AS A TOOL OF AUTOMATION OF TRANSPORT LOGISTICS

© 2017 Zrelova Julia Dmitrievna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: yj_zrelova@mail.ru

Keywords: automation, TMS-systems, transport logistics, cost optimization.

The article examines the possibilities of modern TMS-systems, the advantages of their use, for the rationalization of the main processes in the organization of transportation.

ПРИМЕНЕНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В МАРКЕТИНГЕ ВОВЛЕЧЕНИЯ

© 2017 Калашникова Екатерина Алексеевна

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: kalashnikowa.catya@yandex.ru

Ключевые слова: маркетинг вовлечения, интернет-маркетинг, взаимодействие, бренд, потребитель.

Рассмотрены наиболее распространенные мероприятия, направленные на вовлечение потребителей во взаимодействие с брендом посредством использования социальных сетей, типология социальных сетей, а также эффекты от их использования.

Маркетинг вовлечения, или ингейджмент-маркетинг (от англ. engagement marketing) - направление маркетинговой деятельности, которое нацелено на построение тесных отношений с потребителем, а также его привлечение к активному участию в развитии бренда и продукции.

Сушность маркетинга вовлечения заключается в создании для потребителей наиболее благоприятных условий для того, чтобы они имели возможность активно участвовать в процессе разработки и сотворчества товаров, услуг, образа и поведения компании.

Исходя из практики, сложившейся на сегодняшний день, можно определить следующие основные принципы маркетинга вовлечения:

- акцент на укрепление доверия потребителя посредством интенсивного общения, демонстрацию учета его предпочтений и интересов;
- создание сильной связи "потребитель-бренд" с помощью проведения маркетинговых мероприятий, носящих долгосрочный характер и осуществляемых преимущественно в интернет-среде;
- ориентирование на устранение границ между производителем и потребителем путем освещения процесса разработки, производства, реализации товаров и услуг;
- привлечение потребителя к разработке продукта, акции или образа компании.

В настоящее время продвижение бренда и продукции через социальные сети является утвердившейся мировой тенденцией. Компании из разных секторов экономики стали работать с клиентами через социальные сети посредством организации сообществ и создания корпоративных страниц, которые по объему предоставленной информации могут сравниться с официальным сайтом организации¹. Активное применение социальных сетей в качестве инструмента реализации маркетинга вовлечения обосновывается рядом факторов.

Во-первых, социальные сети позволяют компаниям решать различные задачи развития бизнеса и, в частности, эффективно реализовывать маркетинговые стратегии вовлечения, поддерживая связь с заинтересованными пользователями, выстраивая долго-

срочные отношения со своими клиентами, формируя их лояльность, управляя репутацией компании, повышая продажи и т.д.² Также, использование технических возможностей социальных сетей в рамках реализации маркетинговой стратегии вовлечения потребителя не предполагает капитальных вложений со стороны бренда.

Во-вторых, социальные сети являются коммуникативной средой, где происходят коллективные обсуждения решений о приобретении товаров и услуг, а также формируется мнение о бренде. Согласно статистическим данным, ежедневно 95 % всех пользователей сети Интернет заходят в социальные сети и ведут беседы о товарах, компаниях, услугах, делятся своими мнениями и впечатлениями. Таким образом, даже один участник сетевого сообщества может повлиять на репутацию компании с многомиллионным оборотом, оставив в Интернете положительный или отрицательный отзыв.

По результатам социальных исследований, 87 % пользователей социальных сетей больше доверяют онлайн-мнению, а не официальной информации³. Кроме того, по меньшей мере 27 % российских пользователей сети Интернет несколько раз в неделю посещают интернет-магазины. Именно по этим причинам организации, которые несколько лет назад создавали сообщества в социальных сетях, чтобы просто "прощупать почву", сегодня нанимают специалистов, которые отвечают за данный сегмент. Следует также отметить, что создание группы в социальной сети многими владельцами является наиболее важным, чем создание веб-сайта: они предпочитают представлять свою продукцию, вести переговоры и заниматься продажами именно в соцсетях⁴.

Существует несколько средств вовлечения в социальных сетях.

Нативная (естественная) реклама - способ, которым рекламодатель привлекает к себе внимание в контексте площадки и интересов пользователя. Такая реклама учитывает все особенности платформы (например, конкретной социальной сети или проекта), не идентифицируется как реклама сама по себе и не отторжения у аудитории. Естественная реклама ненавязчиво "поджидает" пользователя там, где он сам ищет интересный контент. По своему исполнению она похожа на "product placement". Главное преимущество нативной рекламы - возможность преодолеть механический барьер восприятия, побороть "баннерную слепоту"⁵, которые зачастую не позволяют пользователям обратить внимание на рекламу ввиду того, что их сознание автоматически классифицирует ее как фоновый шум. Нативная реклама как инструмент маркетинга вовлечения играет важную роль ввиду того, что не рекламирует отдельный товар компании, но формирует у пользователя ощущение естественного присутствия бренда в его жизни без причинения дискомфорта.

Проведение опросов. Бренды нередко затрачивают много средств на внешние услуги компаний, специализирующихся на социальных исследованиях, для того чтобы получить сведения об обратной связи о продукте, проекте или организации в целом. Однако личное взаимодействие бренда с потребителями позволяет не только получить интересующую информацию, но и положительно влиять на лояльность бренду⁶. Опрос по социальным каналам может помочь выявить недостатки продукции, а также вовлечь потребителей в разработку инновации. Так, производитель товаров для детей "Lego" посредством виртуального графического конструктора, размещенного на интернет-сайте, предлагает потенциальному покупателю разработать собственную трехмерную модель

игрушки-конструктора, которая будет доступна в продаже в случае ее одобрения путем интернет-голосования пользователей сайта. Использование такого инструмента говорит пользователям социальных сетей о том, что компания прислушивается к ним и стремится усовершенствовать свою продукцию, учитывая их интересы⁷.

Проведение интернет-конкурсов. Конкурсы, организуемые компаниями в социальных сетях, имеют следующие преимущества:

- активное взаимодействие - механика проведения конкурса предполагает двусторонний контакт между компанией и потенциальным потребителем;

- вовлечение - при участии в конкурсах пользователи затрачивают различные ресурсы (силы, время и коммуникации) на участие, и уже не могут оставаться равнодушными;

- высокая виральность - работает эффект распространения контента самими пользователями.

Конкурсы привлекают к себе внимание многочисленных участников, а также тех, кто составляет круг их общения, что позволяет компании расширить аудиторию и привлечь как можно больше внимания к своим публичным страницам в социальных сетях. Таким образом, конкурсы работают на узнаваемость бренда за счет увеличения охвата аудитории без использования дополнительного бюджета. С помощью конкурсов можно также успешно решать маркетинговые задачи, например, такие как вывод нового продукта на рынок или оповещение клиентов о специальных предложениях. Это довольно удачное решение из-за высокой виральности данной маркетинговой активности.

Очевидно, что грамотное использование социальных сетей в маркетинговых целях обеспечивает выполнение задач по установлению прямого взаимодействия с потребителем и укреплению его доверия, демонстрирует учет потребительских предпочтений и интересов, а также способствует созданию сильной персонифицированной связи "потребитель - бренд". Важно также отметить, что применение технических возможностей социальных сетей в рамках реализации маркетинговой стратегии вовлечения потребителя не предполагает капитальных вложений со стороны бренда. Таким образом, социальные сети на сегодняшний день можно считать одним из наиболее эффективных инструментов маркетинга вовлечения.

¹ Чернова, Д.В., Сариев С.С. Социальные сети как новый инструмент маркетинговых коммуникаций в коммерческой деятельности // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 5 (103).

² Кусина О.А. Социальные сети как эффективный инструмент маркетинга в индустрии встреч // Креативная экономика. 2013. № 1 (73). С. 118-123.

³ Digital in 2016. Global overview. URL: <http://wearesocial.com/uk/special-reports/digital-in-2016>.

⁴ Анализ социального исследования "Российские социальные медиа - важнейшие тенденции 2016". URL: <https://habrahabr.ru/company/yambox/blog/303656>.

⁵ Benway J.P., Lane D.M. Banner Blindness: Web Searchers Often Miss 'Obvious' Links. Internet Technical Group, Rice University. 1998. P. 13.

⁶ Simpson J. New Twitter polls & the opportunities for marketers. URL: <https://econsultancy.com/blog/67106-new-twitter-pollsthe-opportunities-for-marketers>.

⁷ Engagement Marketing: How Small Business Wins in a Socially Connected World - Gail F. Goodman. P. 67-68.

USING SOCIAL NETWORKS IN ENGAGEMENT MARKETING

© 2017 Kalashnikova Ekaterina Alekseevna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: kalashnikowa.catya@yandex.ru

Keywords: engagement marketing, Internet marketing, interaction, brand, consumer, social networks.

The article examines the most common measures aimed at involving consumers in interaction with a brand by using social networks, their typology and effects from their use.

УДК 004

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРИКЛАДНОЙ ПРОГРАММЫ MICROSOFT EXCEL ПРИ АНАЛИЗЕ ЦЕННЫХ БУМАГ

© 2017 Карташев Денис Сергеевич*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: deniskartashev9720@gmail.com

Ключевые слова: компания, стоимость, коэффициент, выручка, ценная бумага, прибыль.

Разработана автоматизированная система по анализу финансовой информации эмитентов. Проведен анализ компании "Газпром" и целесообразности инвестиций в ее ценные бумаги.

Рынок финансовых услуг, прежде всего, ориентирован на работу с частыми компаниями и физическими лицами, которым необходимы безопасные и успешные условия инвестиций. Уровень "успеха" и отдачи от инвестиций напрямую зависит от правильности анализа данных о том или ином эмитенте. Одну из главных функций в организации анализа финансовой информации при инвестировании в ценные бумаги, выполняют системы автоматизации, отвечающие не только за анализ и обработку информации, но и за ответ на вопрос, какую компанию выбрать для инвестирования своих денежных средств.

Системы автоматизации в анализе финансовой информации, равно как и в других сферах деятельности, направлены на перевод многих операций в автоматический режим, что предполагает контроль всех рабочих процессов, обработку документов и данных при минимальном участии персонала.

* Научный руководитель - Колотилина Мария Александровна, старший преподаватель.

Для того чтобы оптимизировать работу аналитического департамента инвестиционного фонда или частного инвестора необходима простая и одновременно конкурентная система по анализу публичных компаний, которые размещены на фондовой бирже. Объектом рассмотрения является созданная система по анализу финансового состояния компании. За счет автоматизации анализа финансовых показателей эмитентов, будет достигнута ключевая цель данной работы: анализ множества компаний, для выборки инвестиционно привлекательных эмитентов для последующего входа в капитал данных фирм. Для решения поставленной задачи будет использована программа для работы с электронными таблицами Microsoft Excel. Данная программа позволит использовать функционал аналитико-технических средств, чтобы проводить расчеты финансовой информации для анализа компаний.

Сегодня конкурентоспособность и рентабельность бизнеса все больше зависит от того, насколько быстро и оперативно данные о финансовом состоянии фирмы поступают к топ-менеджерам, принимающим управленческие решения. По-настоящему высокой эффективности управления способны достичь только те фирмы, где применяются современные информационные технологии и организован замкнутый цикл передачи финансовых данных по информационным каналам. Такие компании выделяются среди конкурентов за счет высокого качества управления и возможности принимать быстрые и эффективные решения на основе доступной в любой момент информации. Основной формой бухгалтерской отчетности, используемой при финансовом анализе является финансовый баланс¹. Для анализа компании будут использованы разнообразные мультипликаторы, перейдем к их описанию:

1) P/E - Коэффициент цена/прибыль

Коэффициент цена/прибыль рассчитывается по следующей формуле:

$$P/E = P/EPS,$$

где P - цена акции, EPS - прибыль на акцию

Коэффициент цена/прибыль выражает рыночную стоимость единицы прибыли компании, что позволяет проводить сравнительную оценку инвестиционной привлекательности компаний. Меньшее значение коэффициента сигнализирует о том, что прибыль данной компании оценивается на рынке дешевле, чем прибыль той компании, для которой коэффициент больше.

2) P/S - Коэффициент цена/объем продаж (цена/выручка)

Малые значения коэффициента сигнализируют о недооцененности рассматриваемой компании, большие - о переоцененности.

3) **Стоимость компании** (Enterprise value (EV), Total enterprise value (TEV) или Firm value (FV)) - аналитический показатель, представляющий собой оценку стоимости компании с учетом всех источников ее финансирования: долговых обязательств, привилегированных акций, доли меньшинства и обыкновенных акций компании. - аналитический показатель, равный объему прибыли до вычета расходов по процентам, уплаты налогов и амортизационных отчислений.). EV/EBITDA (Enterprise Value/EBITDA) - показатель, который сравнивает стоимость предприятия с его EBITDA. **Стоимость предприятия (EV)** = Стоимость всех обыкновенных акций предприятия (рассчитанная по рыночной стоимости) + стоимость долговых обязательств (рассчитанная по рыночной стоимости) + стои-

мость доли меньшинства (рассчитанная по рыночной стоимости)+ стоимость всех привилегированных акций предприятия (рассчитанная по рыночной стоимости)- денежные средства и их эквиваленты

Модель Гордона - используется для оценки стоимости собственного капитала и доходности обыкновенной акции компании. Данную модель еще называют модель дивидендов постоянного роста, так как ключевой фактор определяющий рост стоимости компании это темп прироста ее дивидендных выплат. Модель Гордона является вариацией модели дисконтирования дивидендов. Другими словами Модель Гордона может использоваться для оценки компании, если она имеет устойчивый рост, который выражен стабильными денежными потоками и дивидендными выплатами. Оценка доходности собственного капитала компании по модели Гордона

$$r=(D1/P0)+g$$

Можно аналогично переписать формулу для дивидендных выплат в следующем году через их увеличение на размер среднего темпа роста.

Коэффициент P/E	
Цена акции	150,00 □
Прибыль на акцию	7,89 □
P/E	19,01140684 =B2/B3

$$r=((D0(1+g))/P0)+g$$

г - доходность собственного капитала компании (ставка дисконтирования); D₁ - дивидендные выплаты в следующем периоде (году); D₁ - дивидендные выплаты в текущем периоде (году). P₀ - стоимость акции в текущий момент времени (год); g - средний темп роста дивидендов.

Проанализируем компанию ПАО Газпром, чтобы на этом примере показать работоспособность автоматизированной системы по анализу ценных бумаг и исходя из всех данных сделать вывод, следует ли инвестору входить в капитал данной компании или лучше рассмотреть другие инвестиционные варианты для приложения своего капитала.

Коэффициент цена/прибыль -Для того, чтобы узнать P/E необходимо поделить цену акций компании на ее прибыль², далее будет получен результат, в данном случае коэффициент составляет 19, что является очень плохим результатом и говорит о том, что компания не может генерировать достаточных доход для оправданий инвестиций в ценную бумагу.

Коэффициент цена / объем продаж- финансовый показатель, равный отношению рыночной капитализации компании к ее годовой выручке. В данном случае, чтобы рассчитать коэффициент необходимо рыночную капитализации компании поделить на ее годовую выручку. Если коэффициент меньше 1, то данная инвестиция не является прибыльной.

Коэффициент P/S	
Капитализация компания	2850000000000
Выручка	2000000000000
P/S	=B7/B8

Коэффициент P/S	
Капитализация компания	2 850 000 000 000
Выручка	2 000 000 000 000
P/S	1,425

Стоимость компании-Если данный коэффициент будет больше 5, то это будет означать высокую стоимость компании. В данном случае компания является недооценкой рынком.

Коэффициент EV/EBITDA	
Капитализация компании	2 850 000 000 000
EBITDA	475 000 000 000
EV/EBITDA	6,257142857

Рассмотрим на примере оценку будущей доходности компании ОАО "Газпром" с помощью модели Гордона. На первом этапе необходимо получить данные по дивидендным выплатам по годам.

Расчет ожидаемой доходности по модели Гордона в Excel

Год	Дивиденды	Цена, P0	Цена, P0
2005	1,697	150,5	150,50р.
2006	3,202	Доходность, r	Доходность, r
2007	5,752	$=B14*(1+C8)/C4+C8$	22%
2008	7,6	Темп роста, g	Темп роста, g
2009	9,67	$=(B14/B4)^(1/10)-1$	17%
2010	7,84		
2011	9,15		
2012	7,4		
2013	8,54		
2014	7,89		
2015	7,89		

Используя автоматизированную систему для оценки компании и ее ценных бумаг (на примере ПАО Газпром) я пришел к следующему выводу. Основываясь на выходных данных, которые были обработаны автоматизированной системой можно сказать, что инвестиции в компанию ПАО Газпром без перспективны, так как компания генерирует слишком маленький денежный поток(коэффициент P/E), который не может удовлетворять потребность акционеров в дивидендах (Модель Гордона). Выручка компании оценивается рынком очень дорого (коэффициент P/S). Каждый рубль выручки компании оценивается рынком в 1,45 рублей. Компания стоит 6 годовых выручек (коэффициент EV/EBITDA), что показывает о высокой капитализации компании при текущем показателе EBITDA. Сгруппировав все финансовые данные, которые обработала автоматизированная система можно сделать вывод, что акции компании ПАО Газпром не будут расти в ближайшее время, а так же высока вероятность снижения курса акций³.

¹ С.И. Соцкова "Особенности финансового анализа организаций с длительным прерывным производственным циклом".

² Гродская Г.Н., Глотова Е.И. Целевое программирование в системе управления комплексным социально-экономическим развитием территорий // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2012. № 3.

³ См. также: Абрамов О.В. Основные принципы эффективной организации процесса стратегического управления корпорацией // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2012. № 4;

Гусев С.Н. Стратегическое программирование фактических темпов роста российской экономики: концептуальные основы и эмпирическая проверка // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2017. № 2.

USING THE MICROSOFT EXCEL APPLICATION PROGRAM WHEN ANALYZING SECURITIES

© 2017 Kartashev Denis Sergeevich

Student

Samara State University of Economics

E-mail: deniskartashev9720@gmail.com

Keywords: company, cost, coefficient, revenue, security, profit.

An automated system for the analysis of financial information of issuers has been developed. The analysis of the company PJSC Gazprom and the feasibility of investments in its securities was carried out.

УДК 004

ИС "АСУ КАДРЫ. ОПИСЬ ЛИЧНОГО ДЕЛА"

© 2017 Колотилина Мария Александровна

старший преподаватель

© 2017 Ефимова Татьяна Борисовна

кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: ms.kolotilina@bk.ru, tb_efimova@mail.ru

Ключевые слова: информационно-вычислительный центр, информационная система, проектирование, ЕК АСУТР, автоматизация описи личного дела.

Рассматриваются вопросы организации единого хранения личных документов сотрудников ОАО "РЖД" по описи личного дела в ЕК АСУТР.

Самарский информационно-вычислительный центр - структурное подразделение главного вычислительного центра - филиала открытого акционерного общества "Российские железные дороги"¹.

В работе с кадровыми документами, кроме традиционной бумажной технологии, широко используется автоматизированная технология. Ее основой является программа "Единая корпоративная автоматизированная система учета трудовых ресурсов (ЕКА-СУТР) на железнодорожном транспорте". Автоматизированная система предназначена для решения задач оптимизации производственных и управленческих процессов, работы с трудовыми ресурсами отдельных подразделений и предприятия в целом².

Система предоставляет работникам предприятия следующие возможности:

- ведение личной карточки работника, включающей служебные, персональные данные и практически любые дополнительные сведения о сотруднике;
- оперативный доступ к информации о кадровом составе предприятия;
- получение сведений о назначениях работника в пределах предприятия, а также о приказах, касающихся этого человека;
- подготовка и издание всех видов приказов, связанных с движением кадров;
- изменение штатного расписания предприятия, получение информации о тарифных ставках, окладах, свободных вакансиях и занятых должностях;
- быстрое получение и выдача справок - "объективов" на работников;
- подготовка аналитических данных, получение стандартных форм отчетности и различного вида документов, наиболее часто используемых в работе, как по установленной (типовой) форме, так и в запросном режиме в форме, произвольно составленной работником отдела, с возможностью ее сохранения для повторного использования.

К дополнительным возможностям автоматизированной системы относятся:

- возможность введения пользователем любых характеризующих работника дополнительных сведений (хобби, жилищные условия, владение иностранными языками и пр.);
- получение фиксированных документов, а также составление произвольных форм в виде запросов.

Преимущество эксплуатации единой корпоративной автоматизированной системы учета трудовых ресурсов заключается в:

- поддержке строгой технологии при работе с кадрами и отслеживании соответствия информации о работнике штатному расписанию;
- проведении быстрых перерасчетов при изменении тарифных ставок или индексации окладов, что существенно снижает затраты времени на внесение необходимых изменений;
- оперативном доступе к единой информационной базе с нескольких рабочих мест и параллельной работе в системе нескольких человек вне зависимости от структурного подразделения;
- совместной работе с программой "Единая корпоративная автоматизированная система учета финансовых ресурсов "Зарплата".

Особенностью работы кадровой службы является то, что значительная часть документов представляется в бумажном виде, согласование и подписание документов также осуществляется вручную.

При организации работы с документами в отделе кадров особого внимания требует ведение и оформление личных дел. Все документы, созданные в системе ЕКАСУТР по личному составу, отправляются в электронное дело сотрудника. Дело считается заведенным в системе и вне программы с момента включения в него первого исполненного документа³.

В дальнейшем в личное дело включают все основные документы, возникающие в период трудовой деятельности работника (документы об изменении анкетных биографических данных, свидетельствующие об изменении его образования, представления о назначении, характеристики, аттестационные листы, копии приказов о переводе на другую работу, о поощрениях, дисциплинарных взысканиях и т.п.).

Программы обработки первичной документации отдела кадров позволяют выдавать предприятию необходимые документы.

На базе входной информации по кадровому учету система позволяет сформировать самые разнообразные показатели, которые составляют содержание форм отчетности, а также показатели, предназначенные для использования в других модулях. Также входная информация позволяет сформировать личное дело с определенным перечнем документов.

Задача управления персоналом разбита на отдельные программные модули: ввод, корректировка данных, формирование и печать отчетов. По различным рабочим моментам возникает необходимость поиска личных документов сотрудника, которые прикреплены в бумажном виде в личное дело. Зачастую, поиск личных документов сотрудника, который осуществляется вручную в карточке личного дела, затруднен.

Для решения подобных задач предлагается вести архив бумажных документов в электронном виде в ЕКАСУТР с помощью информационной системы "АСУ Кадры. Опись личного дела".

Информационная система будет в себя включать:

1. Оперативное хранение электронных копий документов, сопровождающие бумажные оригиналы.
2. Систему оперативного хранения документов и информационных ресурсов, изначально созданных в электронном виде.
3. Комплекс электронных копий (сканов) бумажных документов, входящие в личное дело.
4. Автоматизация описи личного дела, архив, способный хранить, в том числе и документы в электронном виде.

В личное дело, ЕКАСУТР входит:

1. внутренняя опись документов личного дела;
2. дополнение к личному листку по учету кадров;
3. личный листок по учету кадров;
4. автобиография;
5. копии документов об образовании, повышении квалификации, переподготовки;
6. заявление о приеме на работу;
7. копия (выписка) приказа о приеме на работу (назначение на должность)⁴.



Рис. 1. Организация работы с личными документами в ИС "АСУ Кадры. Опись личного дела"

Таким образом, система ЕК АСУТР будет поддерживать полный жизненный цикл документа и позволит реализовать (рис. 1):

- ввод и обработку документов;
- автоматизацию перевода бумажных документов в электронный вид и ввода в ЕК АСУТР;
- загрузку электронных документов, отчетных форм (формирование описи личного дела) из базы данных ИС;
- формирование фонда документов для стационарного хранения в электронном виде на отчуждаемых носителях;
- простые и контролируемые процессы формирования описи личного дела;
- хранение, поиск и управление доступом;

- сохранность электронных документов и их защиту от несанкционированного доступа, порчи и искажения;
- доступ пользователей к электронным документам как через интерфейс системы;
- разграничение доступа к электронным документам в зависимости от должн. Прав пользователя;
- взаимодействия электронной описи личного дела с ЕК АСУТР, которая выполнит массу функций управления персоналом (передовыми ресурсами);
- автоматизацию процессов ведения описи личного дела в отношении бумажных документов и документов на иных носителях.

Для всех документов, загруженных и хранящиеся в ИС, обеспечивается аутентичность электронных копий документов по описи личного дела, их бумажным оригиналам при любых операциях, проводимых над ними (сканирование, запись, копирование, воспроизведение на устройствах визуального отображения и печати) и т.д.



Рис. 2. Структурная схема ИС "АСУ кадры. Опись личного дела"

Решение позволяет избежать дополнительных преобразований в существующих бизнес-процессах и модификацию ЕК АСУТР (рис. 2):

- повышение эффективной деятельности кадровой службы за счет снижения трудовых затрат и трудоемкости работ по учету, поиску, контролированию состояния лич-

ных дел сотрудников, составления описи личного дела и работы с бумажными оригиналами, гарантии сохранности и аутентичности документов и данных;

- возможность оперативного поиска документов в электронном виде;

- сохранение полной истории изменений документов, "докладки" новых документов в личное дело, возможность восстановления утраченных или испорченных единиц хранения личного дела и документация сотрудника;

- отражение формирования пакетов документов по требованию;

- безопасность конфиденциальной информации;

- хранение файлов информационных объектов всех типов (txt, doc, rtf, pdf, tiff, jpg, bpr, xsp, xml, и др. форматов);

- хранение информации о связях между документами в хранении;

- использование технологий ограниченного доступа к группам, документов, отдельным документам;

- возможность использования модулей электрических подсистем (ЭП) и информационных документов;

- контроль по формированию и доставке документов в хранилище;

- управление правилами пользователей, регистрации их действий.

ИС "АСУ кадры. Опись личного дела" обеспечит поддержку следующих бизнес-процессов:

- помещение документов в электронном виде в консолидированный архив;

- помещение на специальное хранение(на форме отражено на какой полке хранится личное дело сотрудников);

- хранение (принятие на хранение, проверки восстановление);

- уничтожение;

- составление описи личного дела.

¹ Голоскоков В.Н. Структурные реформы железных дорог и логистические технологии // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2007. № 6 (32).

² Инструкции по работе с ЕК АСУТР.

³ Справочник для специалистов по управлению персоналом ОАО "РЖД".

⁴ Там же.

АСУ IS FRAMES. INVENTORY OF THE PERSONAL FILE

© 2017 Kolotilina Maria Aleksandrovna

Senior Lecturer

© 2017 Efimova Tatyana Borisovna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

Samara State University of Economic

E-mail: ms.kolotilina@bk.ru, tb_efimova@mail.ru

Keywords: information-calculating center, informative system, planning, ЕК АСУТР, automation описи the personal file.

In this article is considered questions of the organization of uniform storage of private papers of staff of the Russian Railway: Russian Railways according to the inventory of a personal record in EC ASUTR.

УДК 004

ОБЛАЧНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ОБРАЗОВАНИИ

© 2017 Митькиных Анна Александровна*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: anna.mitkinykh@mail.ru

Ключевые слова: облачные технологии, информационные технологии, университет, учебный процесс, Google.

Отмечена тенденция применения облачных технологий в мире, на примере Google Apps for Education и Office 365, предоставляющей услуги с помощью интернет-технологий, процесс проходит на сервере в сети. Рассматривается перспектива использования облачных технологий в среде вуза. Анализируются основные модели использования облачных технологий и их возможностей для применения в учебном процессе университета.

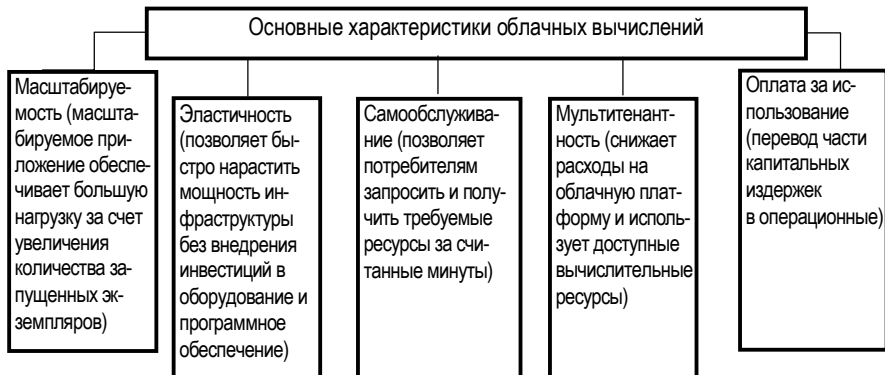
Информатизация образования в современном мире является необходимым условием развития общества. На сегодняшний день информационные технологии занимают важное место среди новых направлений развития образования. Они нацелены на развитие информационной среды образовательного учреждения, что предполагает эффективное использование и внедрение новых информационных сервисов. Применение интернет-технологий в образовании поможет обеспечить качество и удобство выполнения отдельных педагогических задач, создать новые формы обучения, реализовать уникальные подходы.

В мировых развитых странах все больше распространяются технологии так называемых облачных вычислений, на российском рынке они еще не так заметны¹.

Облачные технологии - это подход к размещению, предоставлению и потреблению приложений и компьютерных ресурсов, при котором приложения и ресурсы становятся доступны через Интернет в виде сервисов, потребляемых на платформах и устройствах². Внедрение облачных технологий позволяет отказаться от устаревшего инфраструктурного подхода к запуску сервисов в сфере информационно-коммуникационных технологий³.

* Научный руководитель - Колотилина Мария Александровна, старший преподаватель.

Основными характеристиками облачных вычислений являются:



В настоящее время существуют специализированные облачные решения, которые предназначены для учебных заведений. Использование таких решений позволит комплексно подойти к этой проблеме и повысить эффективное использование возможностей для учебного процесса в университете⁴.

На сегодняшний день существует огромное количество разнообразных сервисов. Но чтобы понять с каким сервисом будет удобнее, комфортнее и выгоднее работать в будущем, проведем сравнительные анализ наиболее известных и востребованных программ - Google Apps for Education и MicrosoftOffice365.

Технология Google Apps for Education (GAfE) - набор облачных приложений, предоставляемых бесплатно компанией Google для образовательных учреждений. Похожий сервис как по составу, так и по качеству предлагаемых услуг, предлагает корпорация Microsoft.

Сравнительные характеристики

	MicrosoftOffice365	Google
E-mail	Outlook, 25 ГБ почтового ящика / пользователя, максимальное вложение 25 МБ	25 ГБ на пользовательское хранилище, максимум 25 МБ
Календарь	Outlook	Google Календарь
Програмное обеспечение производительности	OfficeWebApps онлайн, рабочий стол (дополнительно)	Google Документы онлайн
IM, видео-чат	Lync	Google Chat
Мобильная синхронизация	E-mail, контакты, календари через веб-приложения Exchange	Google sync (Exchange Activesync для Gmail, контактов, календарей)
Мобильная производительность	Office в мобильном браузере: Office Mobile на Windows Phone 7	Документы в мобильном браузере, Docs for Android 2.1 +, ios 3
Сотрудничество с документами	В Office через SharePoint SharePoint	Google Docs, облачное подключение для офиса
Создание веб-сайта	Lync	группы Gmail Чат
Наличие хранилища	10 ГБ для сайтов SharePoint плюс 500 МБ / пользователь; дополнительно \$ 2,50 / ГБ / месяц	1 ГБ / пользовательское хранилище документов, 10 ГБ плюс 500 МБ / пользователь для сайтов

Исходя из характеристик, приведенных в таблице, можно сказать, что Microsoft, а в частности Office 365 перспективнее, практичнее и многофункциональнее. Внутри пакета Office 365 - мощный редактор текста и менеджер таблиц, невероятно удобный инструмент создания презентаций. К преимуществам Office 365 - легкость в управлении и наследственная связь с прошлыми продуктами Microsoft, благодаря чему обучающиеся старших курсов смогут пользоваться Office 365 как программами, к которым они привыкли за много лет.

С развитием облачной модели вычислений в Microsoft пересмотрели политику ценообразования на ИТ-продукты. Работа с документами рассматривается как сервис, а не использование персонального приложения.

Также в Office365 предоставлена безопасность данных пользователя⁵. Компания Google в свою очередь, предоставила пользователям мобильность, но вопросы безопасности в сети остаются спорными.

Использование облачных технологий высшими учебными заведениями - направление более чем перспективное, позволяющее поднять эффективность учебного процесса, сократив при этом накладные расходы на его реализацию.

¹ Клементьев И.П., Устинов В.А. Введение в облачные вычисления. Изд-во УГУ, 2009. С. 233.

² Котяшичев И.А., Бырылова Е.А. Защита информации в "Облачных технологиях" как предмет национальной безопасности // Молодой ученый. 2015. № 6.4. С. 30-34.

³ Монахов Д.Н., Монахов Н.В., Прочнев Г.Б., Кузьменков Д.А. Облачные технологии. Теория и практика. М. : МАКС Пресс, 2013. 128 с.

⁴ Гродская Г.Н., Глотова Е.И. Целевое программирование в системе управления комплексным социально-экономическим развитием территорий // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2012. № 3.

⁵ Бернс Э.С., Буш Р.Ф. Основы маркетинговых исследований с использованием Microsoft Office Excel 2006. 81 с.

CLLOUD TECHNOLOGIES IN EDUCATION

© 2017 Mitkinykh Anna Aleksandrovna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: anna.mitkinykh@mail.ru

Keywords: cloud technologies, information technologies, university, educational process, Google.

The trend of application of cloud technologies in the world, for example, the product of Google Apps for Education and Office 365, which provides services using Internet technologies, the process takes place on the server on the network. The perspective of using cloud technologies in the woos environment is being considered. The main models of using cloud technologies and their capabilities for application in the university teaching process are analyzed.

ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РОССИИ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ 1С:ERP И SAP ERP

© 2017 Михайлова Полина Александровна*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: tигра.201298@list.ru

Ключевые слова: импортозамещение, программный продукт, аналог, 1С:ERP, SAP ERP, "Предприятие 8", преимущества, достоинства, недостатки.

Статья посвящена сравнительному анализу 1С:ERP и SAP ERP в рамках импортозамещения. Автор рассматривает особенности данных программных продуктов, дает их общую оценку, делает выводы о целесообразности внедрения программных продуктов на отечественном рынке.

По данным издания Tadviser за 2015 год, рынок ERP-решений в Российской Федерации увеличился за год примерно на 9%, достигнув 108 млрд. руб. Самой выдающейся компанией стала SAP, вошедшая в пятерку лидеров отечественного рынка наряду с "1С", "Microsoft", "Борлас" и "Oracle". Несмотря на то, что SAP стал лидером рынка, не следует забывать один важный момент: рейтинги были составлены на основе выручки, но при этом не учитывалась оценка по проданным лицензиям: 20% лицензий - SAP, остальные 80 % приходятся на российских поставщиков. Из-за высокой цены программного обеспечения и разницы в курсах валют показатели SAP оказались выше, хотя фактически доля российских компаний на рынке ERP постепенно становится более заметной, а что касается 1С, то российский производитель программ за последние десять лет неуклонно стремится вверх.

ERP (англ. *Enterprise Resource Planning*, *планирование ресурсов предприятия*) - организационная стратегия интеграции производства и операций, управления трудовыми ресурсами, финансового менеджмента и управления активами, ориентированная на непрерывную балансировку и оптимизацию ресурсов предприятия посредством специализированного интегрированного пакета прикладного программного обеспечения, обеспечивающего общую модель данных и процессов для всех сфер деятельности¹.

Концепция ERP была принята в 90-х годах XX века как развитие MRP II и CIM. Если говорить о предназначении ERP, то это прежде всего - автоматизация бизнес-процессов на предприятии, благодаря которой упрощается решение многих задач. Кроме этого, экспертами по статистическим данным была установлена интеграция деятельности всех отраслей деятельности фирмы, которая впоследствии повлекла за собой возможность изменения стратегии фирмы на рынке. Несмотря на то, что внедрение на предприятия ERP-системы влечет за собой большие затраты и продолжительный период внедрения, окупаемость затрат может произойти уже через два-три после начала их активного использования.

* Научный руководитель - **Ефимова Татьяна Борисовна**, кандидат экономических наук, доцент.

Рассмотрим пример предприятия, давно использующего ERP-систему. Пусть компания по производству картриджей, находящаяся в России, имеет филиал в Германии, куда поступает заказ на очень большую партию картриджей. Менеджер вводит данные о партии в систему, которая сразу же сверяет цены, остатки на складе, наличие скидки, если клиент делает заказ не впервые. Если складские запасы исчерпаны, то формируется запрос в головную компанию. Если часть продукции имеется на складе в Германии, то система сообщает об этом, недостающая часть заказа производится в России, происходит заказ материала от поставщиков, после этого партия груза отправляется в филиал. Клиенту дают счет, а центральный офис компании получает информацию о сделке. Как показывает пример, большинство процессов автоматизированы, что значительно упрощает процесс заказа.

ERP-система, помимо перечисленных достоинств, обладает способностью автоматической конвертации валют, отображения данных в реальном времени, ее интерфейс можно полностью изменить под нужды конкретного предприятия.

SAP ERP организована по модульному принципу, в модулях содержатся данные предприятия, впоследствии анализирующиеся, также система выполняет планирование ресурсов для предприятия. Нельзя забывать и о таких вещах, как защита данных, ведь именно с их помощью в программе можно быстро настроить права для отдельных пользователей. В отличие от программных продуктов 1С, SAP достаточно быстро вводится в эксплуатацию, обладает единым набором средств для разработки решений.

Однако SAP ERP имеет и недостатки: это ценообразование. Большинство малых предприятий не имеет возможности внедрения данной системы, так как программа изначально разрабатывалась под крупные предприятия. Помимо этого в нашей стране присутствует нехватка опытных и квалифицированных экспертов, что ведет к увеличению расходов².

Компания 1С выбрала другой путь реализации своих возможностей. В конце 90-х компания занималась разработкой решений для малых фирм, но в 2002 году был выпущен программный продукт "Предприятие 8" для средних и больших сегментов бизнеса.

Основным преимуществом данной системы является цена. По сравнению с SAP ERP, стоимость внедрения 1С во много раз меньше. Другим важным аргументом является гибкость программы, благодаря этому данная система идеально подходит для малого бизнеса. Программный продукт изначально разработан на русском языке, интерфейс понятен пользователю.

Однако, несмотря на большой спектр преимуществ, система имеет и недостатки. В отличие от SAP ERP, в 1С отсутствует единая система для принятия решений, что значительно затрудняет разработку, также система работает медленнее по сравнению с конкурентом³.

Соглашаясь со всем вышесказанным, можно сделать вывод, что у обеих систем присутствуют и достоинства, и недостатки. ERP-системы имеют возможность работать совместно, что позволяет использовать только те части систем, которые нужны предприятию. Однако не стоит забывать, что обе компании ведут разработки в слабых для себя сегментах рынка, что определенно пойдет на пользу обновленным версиям программ⁴.

¹ URL: http://en.wikipedia.org/wiki/SAP_AG.

² URL: <http://infostart.ru/public/242084>.

³ URL: <http://www.1ab.ru/spetsializatsii/erp-sistemy/#tab-1>.

⁴ См.: Макаренко О.Г. Проблемы формирования конкурентоустойчивой корпоративной системы // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2005. № 3 (18). С. 40-45;

Сагдеева Т.Б. Сбалансированная система показателей как основа стратегического развития компании // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2012. № 5 (91). С. 95-99.

IMPORT SUBSTITUTION OF INFORMATION TECHNOLOGIES IN RUSSIA: A COMPARATIVE ANALYSIS OF 1C:ERP AND SAP ERP

© 2017 Mikhailova Polina Aleksandrovna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: tигра.201298@list.ru

Keywords: import substitution, software, analogue, 1C:ERP, SAP ERP, "Enterprise 8", the benefits, advantages, disadvantages.

The article is devoted to comparative analysis of 1C:ERP and SAP ERP in the framework of import substitution. The author examines the features of these software products, gives them a General evaluation, makes conclusions about the feasibility of introducing software products in the domestic market.

УДК 004.8

СОВРЕМЕННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ГОСУДАРСТВЕННОМ УПРАВЛЕНИИ

© 2017 Мурашов Тимофей Юрьевич*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: hedmastert@gmail.com

Ключевые слова: информационное правительство, информационные технологии, государственное управление, внедрение, портал, взаимодействие.

Рассмотрены вопросы, связанные с внедрением современных информационных технологий в государственном управлении. Проанализирована текущая обстановка, сделаны выводы и предложения по улучшению ситуации.

В последнее время в развитых странах заметна тенденция появления большого количество более совершенных информационных технологий, которые применяются для улучшения всех сфер жизнедеятельности на территории разных страны. Введение этих технологий повышает конкурентоспособности экономики и качество работы органов государственного управления и местного самоуправления.

Актуальность модернизации технологий управления ровно пропорциональна развитию общества, его взаимодействий и мировой глобализации. Что подразумевается, как

* Научный руководитель - **Ефимова Татьяна Борисовна**, кандидат экономических наук, доцент.

делать то, что ранее было невозможно с определенными затратами, ресурсами, возможностями. Любое развитие в этом направлении дает большой толчок в улучшение систем, технологий, как отдельной отрасли.

Внедрение новых технологий позволяет делать политику более открытой и прозрачной, что будет вовлекать граждан в процесс управления. Использование информационных технологий в государственном и муниципальном управлении обеспечивает более эффективное использование средств и выполнение обязанностей, экономию времени. Например, нахождение в интернете в открытом доступе сведения о распределении бюджетных средств и различные официальные документы. Помимо этих возможностей можно осуществлять публичные заявления и отслеживать различные процедуры.

Сегодня традиционный процесс "сбора справок" при решении какого-либо вопроса занимает в среднем у гражданина России 16 часов рабочего времени и у служащих - 1,5 часа рабочего времени. При более эффективной организации деятельности эти затраты можно сократить для граждан до 8 часов и для государственных служащих - до 0,6 часа. Однако при использовании Интернета гражданин может решить свою проблему в среднем за 20 минут и государственный служащий - в среднем за 15-20 минут¹.

На данный момент, мы замечаем все большую значимость информационных технологий в современном мире. Без них невозможно принять обоснованные решения во многих сферах жизни, так как именно с помощью информации можно осуществить эффективное управление, к примеру, забота о потребностях граждан.

Одним из таких внедренных проектов является на сегодняшний день проект "Электронное Правительство" или ГосУслуги.

Основная задача реализации концепции информационной модели государственно-го управления - создание централизованного национального портала, благодаря которому все слои населения смогут оперативно взаимодействовать как с самим государством, так и между собой благодаря традиционной телекоммуникационной инфраструктуре с соответствующим уровнем информационной безопасности.

Электронное правительство - способ предоставления информации и оказания уже сформировавшегося набора государственных услуг гражданам, бизнесу, другим ветвям государственной власти и государственным чиновникам, при котором личное взаимодействие между государством и заявителем минимизировано и максимально возможно используются информационные технологии².

С помощью такого инструмента можно будет индивидуально подойти к каждому гражданину, например в предоставлении информации или услуги. Что немаловажно - это экономия времени, как работника муниципалитета, так и самого гражданина³. Нет необходимости долго ждать письменного подтверждения или иного рода документа, благодаря автоматизации работы с документами, которые обязательны в органах власти.

Результатами подобных внедрений отражаются в тактическом и стратегическом смысле. Тактически мы сокращаем затраты на выполнение определенного количества работы и стратегически увеличиваем качество и скорость выполнения задач.

Подобным образом можно внедрить современные технологии и в другие отрасли государственного управления, что отразится на общем благосостоянии людей, их вовлеченности в демократизации власти и улучшения состояния жизни.

Проблемы современности можно решить только современными методами.

¹ URL: https://studme.org/143501208763/ekonomika/informatsionnye_tehnologii_gosudarstvennom_munitsipalnom_upravlenii.

² URL: <https://www.amurimpulse.ru/main-activities/public-it>.

³ См.: Башмачникова Е.В. Анализ эффективности функционирования системы управления в сфере услуг // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2005. № 2 (17). С. 120-127;

Андреев П.А. Коммунальная инфраструктура региона как объект исследования // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 1 (99). С. 9-12;

Воронин В.В. Территориально-общественные системы в региональной социэкономике // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 1 (99). С. 19-24.

MODERN INFORMATION TECHNOLOGIES IN PUBLIC ADMINISTRATION

© 2017 Murashov Timothy Yurevich

Student

Samara State University of Economics

E-mail: hedmastert@gmail.com

Keywords: information government, information technology, governance, integration, portal, collaboration.

In the article the questions connected with introduction of modern information technologies in public administration. Analyzed the current situation, the conclusions and suggestions for improvement.

УДК 004.01

ВНЕДРЕНИЕ CALS-ТЕХНОЛОГИЙ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ

© 2017 Полянская Валерия Олеговна*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: valera-polyanskaya@mail.ru

Ключевые слова: САПР, сквозное проектирование, программное обеспечение.

Описан процесс внедрения CALS-технологий на предприятии, рассмотрено программное обеспечение, применяемое при проектировании новых изделий.

* Научный руководитель - **Ефимова Татьяна Борисовна**, кандидат экономических наук, доцент.

Процесс технического перевооружения предприятия неизбежно приводит к необходимости своевременного повышения уровня конструкторско-технологической подготовки производства, поскольку в условиях динамично растущей конкуренции только альянс техники и технологий позволяет разрабатывать и внедрять в производство современную высокоинтеллектуальную продукцию в максимально короткие сроки. CALS-технологии должны служить средством, интегрирующим промышленные автоматизированные системы в единую многофункциональную систему.

Повышение эффективности создания и использования сложной техники является целью интеграции автоматизированных систем проектирования и управления. Повышение эффективности выражается в следующем:

- улучшение качества изделий благодаря полному учету информации при проектировании и принятии управленческих решений;
- сокращение затрат (финансовых и временных) на проектирование и изготовление продукции;
- снижение затрат на эксплуатацию благодаря реализации функций интегрированной логистической поддержки.

Чтобы достичь должного уровня взаимодействия промышленных автоматизированных систем, требуется создание единого информационного пространства предприятия. Оно обеспечивается благодаря унификации как формы, так и содержания информации о конкретных изделиях на различных этапах их жизненного цикла. Например, до недавних пор на ряде предприятий одновременно достаточно рационально использовались САПР среднего и нижнего уровня. Приобретение нового высокотехнологичного оборудования обуславливает необходимость внедрения системы сквозного автоматизированного проектирования верхнего уровня. Рабочие места оснащаются современным программным обеспечением. Чтобы решить задачи повышения эффективности производства, увеличения его производственных мощностей, строят электронные 3D-модели, разрабатывают технологические процессы и управляющие программы, отлаживают и оптимизируют их. Применение специальных программных продуктов, обеспечивающих автоматизированную проверку программ и визуализацию процесса обработки, позволяет исключить риск вывода дорогостоящего оборудования и инструмента из строя, максимально использовать возможности многофункциональных обрабатывающих центров, а также значительно сократить процесс внедрения управляющих программ на станках.

Следующей после внедрения на предприятиях CAD/CAE/CAM задачей является выбор интегрирующей системы управления проектными данными PDM и объединение с системой хозяйственной деятельности предприятия с целью управления данными в едином информационном пространстве на протяжении всех этапов жизненного цикла изделий. В качестве ERP-системы планирования и управления предприятием в настоящее время может применяться "1С:Управление производственным предприятием"¹.

В России отдельные аспекты CALS-технологий внедряют на АвтоВАЗе, АВПК "Сухой", МАПО "Миг" и других организациях. Имеется ряд недостатков при их внедрении - разрозненность, с применением локальной политики.

Для глобального внедрения CALS-технологий в России необходимо первоначально полностью осознать необходимость этого решения, привлечь дополнительные финансо-

вые средства, учитывая, что основой CALS-технологий является стандартизованное представление и обмен информацией, оперативно создавать нормативную базу, объединять все виды ресурсов для разработки и внедрения стандартов и других нормативных документов в области CALS-технологий².

Процесс внедрения CALS-технологий в полном объеме функциональных возможностей достаточно сложный и длительный, но его актуальность является первостепенной при решении задач создания высокорентабельного и высокоэффективного производства. Существующая на пред. предприятии отлаженная система работы отдела информационных технологий и вычислительной техники, квалификация специалистов САПР, высокий уровень подготовки конструкторов служат гарантией внедрения CALS-технологий в ОАО "Электропривод" как средства повышения качества, надежности и конкурентоспособности наукоемкой продукции.

В заключение можно сказать, что внедрение CALS-технологий довольно сложный, многогранный процесс, связанный с различными аспектами деятельности организации. Чтобы накопленный предприятием производственный опыт эффективно использовался, необходимы значительные затраты на перевод существующей документации на разработанные изделия в стандартное представление и занесение ее в хранилище данных интегрированной информационной системы с использованием средств адаптации³.

В процессе внедрения CALS-технологий должны появиться так называемые виртуальных производства, в которых процесс создания спецификаций с информацией для программно управляемого технологического оборудования, достаточной для изготовления изделия, может быть распределен во времени и пространстве между многими организационно-автономными проектными студиями⁴.

¹ URL: http://www.epv.ru/usr/templates/files/50_52.pdf.

² URL: <http://novainfo.ru/article/10822>.

³ Кучерявенко Д.М. Стратегическое управление корпорацией. // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 1 (99). С. 48-51.

⁴ См.: Черпакова Б.И. Компьютерно-интегрированные производства и CALS- технологии в машиностроении. М. : ГУП ВИМИ, 1999. 512с.;

Лавров О.В. Сравнительный анализ моделей корпоративного управления // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 1 (99). С. 52-55.

IMPLEMENTATION OF CALS-TEHNOLOGIY AT THE ENTERPRISES

© 2017 Polianskaia Valeria Olegovna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: valera-polyanskaya@mail.ru

Keywords: CAD, open design, software.

In this article process of implementation of CALS technologies at the enterprise is described, the software applied in case of design of new products is considered.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КОМПЬЮТЕРНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В БУХГАЛТЕРСКОМ УЧЕТЕ

© 2017 Родионова Полина Валерьевна*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: rodionovapolina@inbox.ru

Ключевые слова: компьютерные технологии, бухгалтерский учет, автоматизация процессов в бухгалтерском учете, 1С, БЭСТ, Галактика-ERP, Инфо Бухгалтер 10.

Рассмотрены основные виды программных продуктов, применяемых предприятиями для осуществления бухгалтерского учета, подробно изучены предоставляемые ими услуги, сделаны соответствующие выводы.

Ведение бухгалтерского учета подразумевает создание документально оформленной систематизированной информации об объектах, которые предусмотрены Федеральным законодательством. Для оптимальной обработки данных, повышения эффективности, минимизации временных затрат и ошибок бухгалтерский учет прибегает к активному использованию информационных технологий, которые в настоящее время динамично используются во всех сферах жизни человека. Нынешние достижения в области IT-технологий широко применяются в управленческой деятельности и дают актуальную и наглядную картину об управляемых процессах, создавая условия для более глубокого анализа, моделирования и прогнозирования.

Финансовый учет есть достоверное представление о финансовом положении¹ субъекта хозяйственной жизни, исход функционирования и передвижения денежных средств на отчетную дату, которое необходимо для принятия экономически рациональных решений. Неоценимую помощь в этом оказывают бухгалтерские компьютерные технологии. На всех этапах учетного процесса имеются условия применения компьютерных технологий: документальном оформлении, систематизации и обобщении информации, ее анализе и использовании, к тому же возможность систематически работать с нормативно-правовыми документами ("Консультант +", "Гарант" и др.).

Важным аспектом компьютеризации бухгалтерского учета является правильный выбор программных продуктов, которые отличаются выполняемыми функциями:

1. К "мини-бухгалтерии" относятся программы бухгалтерского учета, предназначенные для предприятий малого бизнеса с небольшой численностью сотрудников и малым объемом информации.

2. Программный продукт "Интегрированная бухгалтерская система" предназначен для малого и среднего бизнеса, является одной из самых распространенных.

* Научный руководитель - **Ефимова Татьяна Борисовна**, кандидат экономических наук, доцент.

3. "Комплексная система бухгалтерского учета" предназначена для обработки комплексов задач бухгалтерского учета².

4. "Корпоративные системы управления финансами и бизнесом" используются для автоматизации функций управления предприятием и представлены сложной структурой компонентов, включая подсистему бухгалтерского учета.

На первоначальной стадии в финансовом учете применялись электронные таблицы. В начале 90-х годов стали использовать программные продукты 1С, Турбо-Бухгалтер, Инфо-Бухгалтер. Сегодня бухгалтер имеет гораздо больший выбор специализированных программ: "1С: Бухгалтерия", "Турбо9 Бухгалтерия", "БЭСТ-5", "Галактика-ERP", "Инфо Бухгалтер 10" т.д.

Первой среди информационных систем бухгалтерского учета на территории России и СНГ считается именно "1С", позволившая автоматизировать все разделы учета в оптовой и розничной торговле, производстве, строительстве и т.д. Также она поддерживает связь с "1С:Зарплата и Управление Персоналом 8" и "1С:Управление торговлей 8" при помощи обмена данными³. Она позволяет вести учет банковских и кассовых операций, расчетов с контрагентами, основных средств и нематериальных активов, торговых операций, учет основного и вспомогательного производства, полуфабрикатов, заработной платы, кадровый и персонифицированный учет; автоматическое выполнение завершающих операций месяца, подготовку регламентированной отчетности, формирование стандартных бухгалтерских отчетов с широкими возможностями их настройки и механизмом расшифровки показателей.

"БЭСТ-5 - Информационная система управления предприятием", предоставляет развитые и гибкие средства регистрации фактов хозяйственной деятельности в оперативном режиме - с одновременным их отражением в бухгалтерском, налоговом и управленческом учете. Автоматизировано большинство бизнес-процессов предприятия и обеспечено их адекватное представление в виде набора взаимосвязанных документов. Имеются возможности для прямой регистрации данных в каждом отдельно взятом виде учета. Помимо стандартных планов счетов, входящих в поставку системы, можно создавать и настраивать свои собственные планы счетов⁴.

Компания "БЭСТ" предлагает решение для автоматизации небольших предприятий и индивидуальных предпринимателей, работающих в сфере торговли и предоставления услуг "БЭСТ-5. Мой бизнес". Система обеспечивает ведение бухгалтерского и налогового учета по упрощенной или общей системе налогообложения. В программе автоматизирован процесс разноски данных оперативного учета по счетам бухгалтерского и налогового учета (документ - проводки) с записью в книгу хозяйственных операций. Туда же поступают сведения о движении имущества, начислении и выдачи заработной платы, других финансовых операциях.

Система "ПАРУС-Предприятие 7" предназначена для малых и средних хозрасчетных предприятий различной отраслевой принадлежности, позволяет автоматизировать бухгалтерский учет, основные торговые процессы и складской учет, расчет заработной платы и кадровый учет. Система построена по модульному принципу и в частности включает модуль "Бухгалтерия".

"Инфо Бухгалтер 10" - "Бухгалтерский и налоговый учет" предназначена для автоматизации бухгалтерского и налогового учета, при этом программа автоматически фор-

мирует все отчетные документы, разработанные в строгом соответствии с требованиями ФНС. Система помогает вести учет основных средств и нематериальных активов, расчеты с контрагентами, косвенных расходов, НДС, заработной платы, кадров и персонализированный, налоговый по налогу на прибыль, деятельности, облагаемой ЕНВД, доходов и расходов индивидуальных предпринимателей - плательщиков НДФЛ, банковских и кассовых операций; имеет оснащение упрощенной системой налогообложения; в ней удобно вести и осуществлять заключительные операции месяца, загрузку классификаторов и курса валют, контроль и исключение ошибочных ситуаций, администрирование, работы с распределенными информационными базами, работу с торговым оборудованием.

В системе "Галактика ERP" бухучет помогает вести соответствующий модуль. Программный продукт выполняет различного рода настройки аналитического учета "под себя", позволяет вести параллельный бухгалтерский учет по нескольким планам счетов, имеет электронный формат бухгалтерской отчетности, автоматизирует учет основных фондов, предоставляет возможность проведения электронных платежей через систему.

Программа "Турбо9 Бухгалтерия" дает возможность ведения автоматизированного бухгалтерского учета для всех видов бизнеса, позволяет учитывать движение денежных средств, начисления и выдачи зарплаты, расчеты НДФЛ и страховых взносов, вести персонализированный учет, основных средств и нематериальных активов, товарно-материальных ценностей и услуг, НДС, расчетов с контрагентами и подотчетными лицами, финансовый с возможностью сдачи ее в электронном виде.

Таким образом, все современные бухгалтерские программы основаны на электронном документообороте и обеспечивают автоматизацию всех участков бухгалтерского учета⁵, ведение синтетического и аналитического учета применительно к потребностям предприятия, возможность настройки "под себя".

¹ URL: <https://studfiles.net/preview/5567190/page:21>.

² URL: <https://moluch.ru/archive/60/8753>.

³ URL: <http://www.ric-1c.ru>.

⁴ URL: http://revolution.allbest.ru/audit/00267043_0.html.

⁵ Дружинин А.И. Совершенствование системы управления банковской сферой // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2006. № 2 (20). С. 59-63.

THE USE OF COMPUTER TECHNOLOGIES IN ACCOUNTING

© 2017 Rodionova Polina Valerievna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: rodionovapolina@inbox.ru

Keywords: computer technology, accounting, automation of accounting, 1C, BEST, Galaxy-ERP info-Accountant 10.

The article describes the main types of software products used by enterprises for the implementation of accounting, studied in detail the service they provide, made the appropriate conclusions.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПОДДЕРЖКИ КОНФЕРЕНЦИЙ В СГЭУ

© 2017 Скреблов Никита Игоревич*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: morgrain@yandex.ru

Ключевые слова: информационная система, информационные технологии, Самарский государственный экономический университет (СГЭУ), конференции, научно-исследовательская работа.

Проведен анализ научной работы университета, участия студентов и преподавателей в различных мероприятиях. Даны рекомендации по улучшению и упрощению процесса подачи заявок на научные конкурсы, форумы, конференции.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Самарский экономический государственный университет" - крупнейший экономический вуз Приволжского федерального округа, осуществляющий предоставление потребителям высококачественных и конкурентоспособных услуг в области образования и научно-исследовательской деятельности в целях реализации и развития кадрового, научного и производственного потенциала российских компаний и экономической системы России в целом.

За время своего существования университет постоянно развивался в области создания научных школ, образовательной среды для непрерывной подготовки кадров транспортных и промышленных организаций, реального сектора экономики. В университете сложилось 6 институтов, которые определяют достижения вуза в научных исследованиях, подготовке кадров высшей квалификации, формируют интеллектуальный багаж вуза.

Университет является учредителем двух научно-технических журналов, включенных в перечень ведущих рецензируемых научных журналов, в которых публикуются основные результаты на деятельности как преподавателей так и студентов: "Вестник СГЭУ" и "Региональное развитие". Оба журнала проиндексированы в РИНЦ¹.

Развитие описанной выше научно-исследовательской деятельности университета зависит от множества факторов. Одним из важных является активность профессорско-преподавательского состава, сотрудников подразделений, а также обучающихся в области подачи заявок на различные конкурсы и фонды, для получения финансирования на проведение научных исследований. Поэтому задача формирования в вузе благоприятной среды, способствующей реализации научных интересов сотрудников за счет получения финансирования из внешних источников, в том числе получение научных грантов из различных фондов является очень актуальной. Для ее решения необходимо организовать ряд процессов, направленных на информирование сотрудников университета о

* Научный руководитель - Колотилина Мария Александровна, старший преподаватель.

новых конкурсах, помощь и консультирование сотрудников при оформлении заявки, а также сбора необходимых подписей и справок. Таким образом, важно не только увеличить количество заявок, подаваемых от вуза, но и обеспечить их качественное содержание. Это можно решить с помощью использования возможностей информационных технологий в организации процесса подачи заявок и применение ИТ позволит организовать пользователям помощь в принятии решений².

В качестве информационной технологии поддержки конференций, предлагается Web-ориентированное приложение подачи заявок для участия в конференциях СГЭУ:

- информационная и организационная поддержка научных конференций;
- развитие системы управления корпоративной базой знаний;
- разработка учебно-программной документации, обеспечивающей научно-исследовательскую работу обучающихся;
- отображение публикации обучающихся, профессорско-преподавательского состава, сотрудникам университета в корпоративных профилях, что учитывается в показателях их научной деятельности;
- организация конференций, конкурсов обучающихся, сотрудников;
- контроль эффективности подачи заявок.

Технологическое обеспечение разработки включает в себя описание технологий сбора, обработки, хранения и вывода информации.

Сбор информации осуществляется за счет анализа поступающих методических материалов (информационное письмо к научному мероприятию, конференции и т.д.), касающихся правил подачи заявок и подготовки тезисов, а также календарно-тематического плана научных мероприятий.

Процесс обработки информации заключается во внесении собранной информации в базу данных. Когда база данных максимально заполнена, а в частности ее справочники, тогда дальнейшее внесение информации не займет большого количества времени, поскольку заполнение осуществляется путем выбора из уже существующих записей. Кроме того, обработка информации включает в себя работу с уже занесенными в программу данными, а так же их редактирование или удаление.

Приложение предназначено для автоматизации механизма подачи заявок, формирования сопроводительной документации процесса участия в конкурсах, конференциях, грантах. Приложение обеспечивает выполнение следующих функций: распределение прав доступа к системе; ведение базы данных обучающихся, сотрудников подразделений, а также поиск их в базе данных; формирование заявок по перечню научных мероприятий; формирование отчетов регистрации; формирование календарно-тематического плана и автоматическое отслеживание научной активности.

Использование вычислительной техники для решения различных задач в университете позволит снизить временные и трудовые затраты, рационализировать ведение дел и повысить эффективность управления.

Задачами Web-ориентированного приложения подачи заявок для участия в конференциях СГЭУ являются:

- информационная и организационная поддержка научных конференций;
- развитие системы управления корпоративной базой знаний;

- разработка учебно-программной документации, обеспечивающей научно-исследовательскую работу обучающихся;
- отображать публикации обучающихся, профессорско-преподавательского состава, сотрудникам университета в корпоративных профилях, что учитывается в показателях их научной деятельности;
- организация конференций, конкурсов обучающихся, сотрудников;
- контроль эффективности подачи заявок.

Целями проектируемого Web-ориентированного приложения подачи заявок для участия в конференциях СГЭУ являются³:

- развитие методологии в соответствии со специализированной корпоративной базой знаний и компетенций;
- развитие системы управления корпоративной базой знаний;
- разработка учебно-программной документации, обеспечивающей единую корпоративную политику;
- выявление потребности в научных направлениях и школах;
- регистрация обучающихся, ППС, сотрудников подразделений;
- контроль научной активности обучающихся, ППС, сотрудников подразделений.

Web-ориентированное приложение предназначено для автоматизации механизма подачи заявок, формирования сопроводительной документации процесса участия в конкурсах, конференциях, грантах³. Информационная система обеспечивает выполнение следующих функций: распределение прав доступа к системе; ведение базы данных обучающихся, ППС, сотрудников подразделений, а также поиск их в базе данных; формирование заявок по перечню научных мероприятий; формирование отчетов регистрации; формирование календарно-тематического плана и автоматическое отслеживание научной активности⁴.

Использование информационных технологий поддержки конференций и научных мероприятий для Самарского государственного экономического университета и для высших учебных заведений в целом - очень перспективная ветвь развития, позволяющая поднять эффективность учебного процесса, сократив при этом накладные расходы на организацию и реализацию⁵.

¹ URL: <http://www.ssee.ru>.

² Applications preparation information system for research funds. URL: <https://www.fundamental-research.ru/en/article/view?id=40291>.

³ Основные цели информационной системы. URL: <https://studfiles.net/preview/2873945/page:5>.

⁴ Информационная модель как способ автоматизации бизнес-процессов на предприятии. URL: <http://swsys-web.ru/information-model-of-business-process-automation.html>.

⁵ См. также: Справочник - 1С: Предприятие. URL: http://v8.1c.ru/overview/Term_000000168.htm;

Положение о составлении календарно-тематического планирования. URL: <http://umk-spo.biz/articles/poleznye-dokumenty/polog-sostavktp>;

Гродская Г.Н., Глотова Е.И. Целевое программирование в системе управления комплексным социально-экономическим развитием территорий // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2012. № 3.

INFORMATION SYSTEMS FOR SUPPORTING SSEU's SCIENTIFIC CONFERENTIONS

© 2017 Skreblor Nikita Igorevich

Student

Samara State University of Economics

E-mail: morgrain@yandex.ru

Keywords: information systems, information technologies, samara state university of economics, conferences, scientific-research work.

This article is devoted to analysis of scientific work in the university, participation of students and teachers in different events, and what is more important, a suggestion about improving and making easier registration process for conferences, competitions and forums.

УДК 004.58

ERP-СИСТЕМА ДЛЯ ВЕДЕНИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА "ГАЛАКТИКА"

© 2017 Стаканова Наталья Сергеевна

студент

© 2017 Ефимова Татьяна Борисовна

кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: stakanova98@mail.ru

Ключевые слова: бухгалтерский учет, автоматизация, программы для ведения бухгалтерского учета, автоматизированная информационная система, ERP-система, "Галактика", преимущества, внедрение, недостатки.

Представлен краткий анализ и описание автоматизированной информационной системы "Галактика" для ведения бухгалтерского учета на предприятии, называемой также ERP-системой. Рассматриваются плюсы и минусы данной программы при внедрении ее в организации, отдельно отмечены ее особенности при ведении управленческого учета.

XXI век можно смело охарактеризовать стремительно развивающимися информационными технологиями, и в настоящее время выбор программ, помогающих вести различные виды учета на предприятии, невероятно велик. Работа, связанная с усовершенствованием учета производственных затрат по современным требованиям должна вестись, в первую очередь, с целью максимально быстрого и полного получения всей необходимой управленческой учетной информации. Таким образом, можно сказать, что при

использовании автоматизированной информационной системы бухгалтерского учета можно разделить процесс его ведения на покупку и ввод в эксплуатацию данной системы; эксплуатацию, сопровождение, развитие системы¹.

Процесс организации и ведения учета с помощью компьютерной системы может быть представлен в виде схемы (см. рисунок Рис). Первый этап включает установку и настройку необходимых для бесперебойной работы программных средств. На втором этапе во время учетного процесса последовательно выполняют действия, направленные на отражение данных на счетах, а также получение полной и достоверной информации о положении производственно-хозяйственных и финансовых дел организации в данный момент времени. Факты производственно-хозяйственной деятельности, которые были совершены, отражаются в первичных документах, подтверждающих их закономерность и достоверность.



Рис. Процесс организации и обработки учетных данных в информационной системе бухгалтерского учета

Очевидный плюс автоматизированной информационной системы бухгалтерского учета - возможность автоматизированного получения различных форм отчетности и технологии интерактивной работы с данными формами с помощью метода последовательных расшифровок². Эта модель для организации и ведения бухгалтерского учета в информационной системе основана на профессиональном программном обеспечении, от функциональных возможностей которого, в особенности в предметной области организации и ее управленческом учете, зависит эффективность работы всего предприятия.

Однако не всем программным средствам свойственен учет специфики деятельности организации, что не позволяет в полной мере автоматизировать бухгалтерский учет на предприятии. С целью совершенствования бухгалтерского учета организации успешно справляется российская программа "Галактика". Ее интерфейс заметно отличен от продуктов "1С" и программы "Парус" (можно отметить, что для большинства организаций в нашей стране актуальными все же остаются российские программы, обладающие более понятным и простым интерфейсом, нежели зарубежные, применяемые лишь крупными предприятиями). Отличительной особенностью данного программного продукта является меню, позволяющее охватить более широкий спектр процессов. Изначально данная программа позиционировалась в качестве широкомасштабной ERP-системы, охватывающей все контуры производства и затраты. Архитектура "Галактики" предусматривает расположение ее главного меню слева. Остальная же часть занята рабочей областью. Интерфейс является интуитивно понятным, не составляя для специалиста проблем с использованием, даже если ранее он имел дело с иными информационными системами³.

Программа "Галактика" может применяться на предприятии любого масштаба, относящегося к любой форме собственности. Система отличается универсальностью и может быть настроена на любом предприятии с учетом его специфики. Это один из немногих российских программных продуктов, который комплексно охватывает все управленческие функции, учитывая изменения российского законодательства⁴. "Галактика" не диктует организации кардинальные дальнейшие действия: централизацию управления, проведение децентрализации или поиск компромиссных вариантов. Поддерживая территориально распределенные базы данных, имея возможности корпоративного обмена данными, мощную систему разграничения доступа, обеспечивая хороший уровень информационной безопасности, "Галактика" позволяет собственникам и менеджерам организации экспериментировать и осуществлять различные модификации⁵.

Однако такое представление системы не может быть объективным, поэтому нельзя не рассмотреть ее с другой стороны, что, во многом, отодвинуло "Галактику" в последние годы на второй план. Заявленные на первой же странице ее описания постулаты достижения "цели работы организации" и "задачи внедрения системы", не реализуются, так как не работают алгоритмы формирования оптимизированных запросов в производство и/или снабжение независимо от положения спроса, планов, прогнозов или же их всех в комбинации. Также в системе отсутствует механизм определения и контроля над процедурами выполнения конкретных операций. Также программный продукт не может автоматизировать деятельность крупных корпораций. Недостатком системы является отсутствие связей между модулями, источником информации является в основном ручной ввод, что ведет к дополнительным ошибкам (человеческий фактор) и расхождению в

данных материального и финансового учета. Систему сложно интегрировать с другими программными продуктами предприятия.

Также недостатком программного продукта является непростой доступ к аналитике, система не дает возможности на основе финансовых данных строить глубокий финансовый анализ. С помощью системы не получается осуществлять контроль над бюджетом при вводе оперативных документов. В ней отсутствуют механизмы прогнозирования ("система не диктует кардинальных действий") движения денежных средств, а это является недопустимым, в особенности при ведении управленческого учета.

Таким образом, можно сделать вывод, что основное назначение системы - максимально быстрое формирование всей необходимой отчетной документации для сторонних пользователей (налоговой, органов статистики и пр.), для ведения же управленческого учета данная программа не является идеальной. Все ее модули, в то числе и производственные, не обеспечивают должного ведения именно управленческого учета. Однако нельзя не заметить, что персонал организации, обыкновенно, очень лестно отзывается о программе "Галактика" и встает именно на ее сторону по причине очень легкого для понимания интерфейса относительно вводимых взамен иностранных аналогов, например, немецкого SAP. Ну и нельзя не отметить огромного достоинства "Галактики": в ней возможно исправить абсолютно все, чего нельзя сказать о популярных продуктах "1С".

¹ Игошина Н.А. Управленческий учет в интегрированных информационных системах // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2014. № 7. С. 48-50.

² Шавшина С.А., Омарова И.Г. Опыт внедрения корпоративных информационных систем на российских предприятиях // Символ науки. 2015. № 11-1. С. 190-195.

³ Программное обеспечение для бухгалтера. 2014. URL: <http://erp-project.com.ua/index.php/ru/poleznye-materialy/publikatsii/razrabotat/129-presentatin>.

⁴ Мкртычян А.Р., Кармадонов Д.И., Петренко Е.А. Опыт внедрения системы "Галактика erp" // Вестник СГАУ. 2014. № 4 (42). С. 200-205.

⁵ URL: <http://www.galaktika.ru/erp/?gclid=CKPzsYmiybwCFeH0cgod3k8AVg>.

ERP-SYSTEM FOR ACCOUNTING GALAXY ACCOUNTING

© 2017 Stakanova Natalia Sergeevna

Student

© 2017 Efimova Tatyana Borisovna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

Samara State University of Economics

E-mail: stakanova98@mail.ru

Keywords: accounting, automation, accounting software, automated information system, ERP-system, "Galaxy", advantages, introduction, shortcomings.

This article presents a brief analysis and description of the automated information system "Galaxy" for accounting at the enterprise, also called the ERP-system. The pros and cons of this program are considered when implementing it in the organization, its features are separately noted in the management accounting.

ВНЕДРЕНИЕ ERP-РЕШЕНИЙ НА БАЗЕ SAP В ОАО "РЖД"

© 2017 Сулова Полина Валерьевна
студент

© 2017 Ефимова Татьяна Борисовна
кандидат экономических наук, доцент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: pollis30@mail.ru

Ключевые слова: платформа SAP, ERP-решения, управление ОАО "РЖД", финансовые ресурсы, трудовые ресурсы, материально-технические ресурсы.

Рассмотрены особенности функционирования SAP R/3 в ОАО "РЖД", описаны преимущества Единой корпоративной автоматизированной системы управления финансами и ресурсами, Единой корпоративной автоматизированной системы управления трудовыми ресурсами.

Железнодорожный транспорт играет значительную роль в экономике Российской Федерации, являясь основой транспортной системы страны. На его долю приходится большая часть грузовых перевозок и практически половина пассажирских. Сетью железных дорог покрыты все области страны, а в ряде регионов товарооборот и перевозки грузов возможны только благодаря железнодорожному транспорту. В отличие от своего основного конкурента - морского и речного транспорта, железнодорожный транспорт не зависит от метеоусловий, что немаловажно для страны с разными климатическими зонами.

Благодаря универсальности железнодорожного транспорта, во время проведения матчей чемпионата мира по футболу 2018 года компания ОАО "РЖД" планирует в общей сложности перевезти более 2,6 млн болельщиков и участников соревнований по 100 направлениям¹. Однако сбалансированное функционирование железных дорог невозможно без современных информационных систем.

По уровню информатизации ОАО "РЖД" является лидером в Российской Федерации - в компании функционирует большое количество систем реального времени, автоматизирующие все области деятельности, практически все работники имеют автоматизированные рабочие места.

В настоящее время в ОАО "РЖД" используются две крупные ERP-системы - ЕК АСУФР (Единая корпоративная автоматизированная система управления финансами и ресурсами) и ЕК АСУТР (Единая корпоративная система управления трудовыми ресурсами). Обе они построены на базе платформы SAP (система комплексной автоматизации процессов управления предприятием) -многофункционального соединения SAP ERP с другими компонентами и приложениями на платформе SAP (SAP BI, SAP EWM, SAP TM, SAP CRM). Все это в рамках одной ИТ-инфраструктуры позволяет решить вопросы просто и гибко. Платформа SAP SE разработана немецкой компанией, которая ведет

свою деятельность с внутренними процессами предприятия (бухгалтерский учет, торговля, производство, финансы, управление персоналом, управление складами и т.д.)².

SAP R/3 рассчитан на крупные и средние предприятия, и является третьим звеном в цепочки систем линейки R("R" - от слова "Realtime", что означает проводку, доступную всем заинтересованным отделам предприятия, "3" - трехзвенная модель). С середины двухтысячных годов в названии фигурирует запись SAP ERP ECC (англ. Enterprise Central Component)³.

SAP R/3 характеризуется универсальностью (применяемость на всех уровнях управления ОАО "РЖД"), масштабируемостью (адаптируемость к увеличению числа объектов управления и рабочих мест пользователей), функциональной расширяемостью (наращивание функциональности на каждом уровне для решения проблемы интеграции задач управления в рамках единого комплекса), открытостью (возможность выполнения доработки в прикладной области, связанные с изменением законодательства и политики по управлению ресурсами); интеграционностью решений в рамках Комплексных Информационных Технологий "Маркетинг, Экономика, Финансы"), функциональной закрытостью (централизованное планирование и выполнение всех модификаций программно-технологического обеспечения "сверху-вниз" для ограничений возможности внесения в систему несанкционированных изменений и локальных изменений, вступающих в противоречия с общим ходом развития системы) функциональная наращиваемость прикладной системы⁴.

Основными модулями SAP R/3 для автоматизации управления финансовой деятельности являются финансовая бухгалтерия, контролинг, финансовый менеджмент, техническое обслуживание и ремонт оборудования, учет основных средств, управление инвестициями, система проектов, управление материальными потоками, объект, информационно-аналитическая система для руководителя.

Функциональные комплексы в составе SAP R/3 выполняют следующие функции: продуктивная система - эксплуатация приложений; система проверки качества - тестирование настроек системы; система разработки - настройка стандартной системы, адаптация ее модулей, обеспечение взаимодействия с другими корпоративными системами).

Рассмотрим подробнее аспекты использования ERP-систем в ОАО "РЖД". С помощью ЕК АСУФР в ОАО "РЖД" отслеживаются в режиме реального времени деятельность в области финансов, имущества, материально-технического снабжения и т. д. За автоматизацию управления персоналом в ОАО "РЖД" отвечает ЕК АСУТР: система автоматизирует функции нормирования труда, учета рабочего времени, расчета заработной платы. ЕК АСУТР и ЕК АСУФР уникальны и до сих пор практически не имеют аналогов в мире и по охвату, и по объему операций. Внедрение ЕК АСУФР в ОАО "РЖД" является одним из самых крупных проектов на базе SAP R/3 в России и Европе⁵.

Уровень информатизации ОАО "РЖД" очень высок, полностью автоматизировано управление перевозочным процессом, хозяйствами и службами. При разработке и внедрении ЕК АСУФР и ЕК АСУТР ставилась задача их интеграции с существующими системами, которая была блестяще решена, что однозначно способствовало созданию единого информационного пространства ОАО "РЖД".

Особенности создания и внедрения ЕК АСУТР и ЕК АСУФР позволяют максимизировать полезность от их использования, способствуя повышению конкурентоспособности ОАО "РЖД"⁶.

¹ URL: <http://press.rzd.ru>.

² URL: <http://window.edu.ru>.

³ URL: <https://korusconsulting.ru>.

⁴ URL: <https://ru.wikipedia.org>.

⁵ URL: http://www.erp-online.ru/phparticles/show_news_one.php?n_id=484.

⁶ См. также: Макаренко О.Г. Проблемы формирования конкурентоустойчивой корпоративной системы // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2005. № 3 (18). С. 40-45;

Сагдеева Т.Б. Сбалансированная система показателей как основа стратегического развития компании // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2012. № 5 (91). С. 95-99.

THE IMPLEMENTATION OF ERP SOLUTIONS BASED ON SAP IN THE JSC "RZD"

© 2017 **Suslova Polina Valerevna**

Student

© 2017 **Efimova Tatyana Borisovna**

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

Samara State University of Economics

E-mail: pollis30@mail.ru

Keywords: SAP platform, ERP solution, management of JSC "Russian Railways", financial resources, labour resources, material and technical resources

In the article the peculiarities of the functioning of the SAP R/3 at JSC "RZD", described the advantages of the common corporate automated system of management of finances and resources, the common corporate automated system of human resource management.

УДК 658.5

ОСОБЕННОСТИ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ МАТЕРИАЛЬНЫМИ РЕСУРСАМИ (НА ПРИМЕРЕ СИСТЕМ КЛАССА MRP, MRPII, ERP)

© 2017 **Хижняк Анастасия Игоревна**

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: n.hihzh@gmail.com

Ключевые слова: информационные системы, управление ресурсами, MRP, MRPII, ERP.

Рассматриваются особенности информационных систем управления ресурсами на примере систем класса MRP, MRPII, ERP. Производится описание проблем внедрения ERP-систем в России.

Выбор информационной системы управления ресурсами - сложный и ответственный процесс для руководства предприятия. После принятия стратегического решения, предприятие встает перед выбором информационной системы управления. Им может послужить специализированное предложение, разработанное с учетом индивидуальных особенностей предприятия; стандартное интегрированное решение (называемое «вертикальным»), созданное на базе опыта, накопленного при решении задач автоматизации в различных отраслях; использование смешанного варианта, сочетающего оба способа.

К настоящему времени разработан ряд методологий, таких как MRP, MRP II, ERP, применяемых для идентификации и эффективного планирования ресурсов предприятия при осуществлении закупок материалов и комплектующих, производства и продаж готовых изделий. Развитие методологий планирования прошло путь от планирования материалов - Material Requirements Planning (MRP), до планирования ресурсов предприятия в целом - Enterprise Resource Planning (ERP).

В 1960-1970 гг. XX в. был разработан стандарт управления предприятием, получивший название MRP (Material Requirements Planning) - планирование потребностей в материалах для производства. Системы MRP создавались для производственных предприятий и редко использовались при планировании материальных потребностей организаций, оказывающих различные услуги. Часто составляющей MRP-систем являлся модуль планирования производственных мощностей CRP (Capacity Requirements Planning), который был включен в новую систему класса MRP II.

Расширение функциональных возможностей систем планирования потребностей в материалах - MRP, привело к созданию систем планирования производственных ресурсов - Manufacturing Resource Planning или MRP II. Это, фактически, автоматизированная система планирования всех ресурсов производственного предприятия, включая планирование в натуральных единицах, финансовое планирование в стоимостном выражении, кадровое, а также элементы моделирования производственных ситуаций. Этот стандарт предполагает наличие следующих функциональных модулей:

- планирование развития бизнеса (составление и корректировка бизнес-плана);
- планирование деятельности предприятия;
- планирование продаж;
- планирование потребностей в сырье и материалах (MRP);
- планирование производственных мощностей (CRP);
- планирование закупок;
- выполнение плана производственных мощностей;
- выполнение плана потребности в материалах¹.

Дальнейшим функциональным развитием MRP и MRP II стали системы планирования ресурсов предприятия - Enterprise Resource Planning - ERP систем. В основе ERP систем лежит принцип создания единого хранилища данных, содержащего всю корпоративную бизнес-информацию и обеспечивающего одновременный доступ к ней любого числа сотрудников предприятия, наделенных соответствующими полномочиями. Декларируется, что это должно не только повысить эффективность производственной деятельности предприятия, но и сократить внутренние информационные потоки, уменьшив затраты на их обеспечение.

ERP-системы позволяют решить следующие задачи:

- организовать эффективное планирование всей финансовой и хозяйственной деятельности;
- повысить доверие инвесторов путем формирования максимальной прозрачности бизнеса;
- снизить риски и увеличить прибыль за счет оперативного принятия решений и их точности, интуитивности системы управления, разграничения доступа к информации в соответствии с должностями сотрудников, и реализации функций ее безопасности;
- сократить количественный аспект потерь рабочего времени за счет исключения дублирования данных разными службами и организации беспрепятственного обмена данными между отделами компании².

Унифицированная природа ERP предоставляет значительные преимущества, включая уменьшение количества ошибок, большую скорость и эффективность доступа к информации. В свою очередь, корректно организованный доступ поможет руководителям быстро ориентироваться в любой ситуации, имеющей место на предприятии, и повысить вероятность принятия правильного решения за счет оперативного информирования о проблеме и ее точного определения³.

Основные отличия ERP от MRPII заключаются в следующем:

- Системы ERP предназначены для автоматизации всех процессов на предприятии, в отличие от MRP, ориентированных только на производство.
- ERP имеет возможность интегрироваться с приложениями, которые уже используются на предприятии (например, с приложениями для управления технологическими процессами, расчета с клиентами и др.), а также с новыми разработками. Если ERP не в состоянии решить какие-либо задачи управления промышленным предприятием, то в этом случае она выступает как основа для интеграции с другими приложениями.
- В системах ERP имеются инструменты, предназначенные для конфигурации системы к конкретным условиям эксплуатации. Основное внимание уделяется финансовым подсистемам.

- Системы ERP ориентированы на управление «виртуальным предприятием», которое может состоять из отдельных, автономно работающих предприятий, корпорации или быть географически распределенным предприятием, либо временным объединением предприятий, работающих над разными проектами.

Внедрение ERP-систем в России характеризуется рядом проблем.

Одна из главных проблем внедрения ERP-систем в России заключается в отличии российских условий организации бизнеса и производства от западных. Главные причины этого: "национальные особенности" российского бухгалтерского и производственного учета; постоянные изменения действующего законодательства, иногда приводящие к необходимости значительных изменений реализованного (от 15% до 30%) и, как правило, вводимые "вчера" числом".

Следующей проблемой внедрения MRPII/ERP является их высокая стоимость. В ней выделяется несколько составляющих:

- цена одной лицензии, то есть, по сути, цена одного рабочего места: для ведущих ERP-систем (SAP R3, Vaan, Oracle Applications) колеблется от 2 до 8 тыс. долл., для MRPII/ERP-систем среднего класса - от 1,5 до 5 тыс. долл.;

- цена консалтинга, внедрения и сопровождения, как правило, находится в промежутке от 100% до 500% от стоимости системы.

Исходя из соображений снижения стоимости проекта, большинство предприятий-клиентов закупают заведомо ограниченный состав модулей, при этом отсутствие модулей вызывает не только отсутствие части функций, реализующих ERP-стандарты, но зачастую требует повторного, дублирующего ручного ввода и обработки данных, которые должны обрабатываться в отсутствующих модулях. Пробелы ERP-стандартов дополняются модулями, разработанными российскими представительствами и системными интеграторами, а потому заметно снижают эффективность работы системы в целом⁴.

Внедрение MRPII/ERP-систем, как правило, требует серьезного пересмотра внутренней логики работы компании, реинжиниринга бизнес-процессов. Перед внедрением необходимо проведение этапа системно-независимого обследования предприятия консалтинговыми специалистами. В него входит планирование, концептуальное проектирование, бюджетирование проекта ERP, расчет целесообразности его использования. И только когда консультанты убеждаются, что предприятие готово к проекту, происходит выработка рекомендаций по внедрению и составление плана внедрения. Если предпроектное обследование предприятия не проводится, то предприятие рискует потерять огромные деньги в случае неуспешной или затянувшейся установки системы.

Одним из путей по решению данных проблем является использование российских разработок ERP-систем. К настоящему моменту сформировались 2 ядра систем автоматизации - отечественных и иностранных разработчиков. К первым из них можно отнести, например, системы "Галактика", "Парус", RS-Balance, БЭСТ, ко вторым - R/3, Oracle Application и др. Преимуществами российских производителей являются - готовность доработать систему по требованию заказчика в любое время, произвести в проекте полный учет всех тонкостей российского законодательства. Преимуществом зарубежных производителей является комплексный подход к управлению и зрелость программных продуктов. В результате такие факторы, как недоступность разработчика, сложность внедрения и локализации, а также высокая стоимость западных систем оказываются решающими, и большинство предприятий останавливает свой выбор на отечественных системах⁵.

Также одним из перспективных направлений развития новой экономики является предоставление услуг по аренде приложений (ASP - Applications Service Providing). Провайдер приложений устанавливает программы на своих серверах и обеспечивает доступ к ним клиента. Клиенту не нужно теперь устанавливать программное обеспечение на свой компьютер, обновлять его, делать резервное копирование и т. д. - все это делает провайдер. Клиент платит провайдеру арендную плату за каждое обращение к системе.

Таким образом, предприятия в целях приобретения новых конкурентных преимуществ используют современные информационные технологии, поскольку именно информация становится стержнем практически любой организованной структуры. Современные информационные системы управления ресурсами позволяют эффективно планировать и управлять ресурсами предприятия, предназначенными для производства, закупок и учета при исполнении заказов клиентов, осуществления продаж и т.д.

¹ Татарских Б.Я., Балановская А.В. Формирование системы информационного обеспечения стратегического управления промышленным предприятием // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2007. № 1. С. 52.

² Демидова Г.К. Система класса ERP как корпоративная информационная система // Экономист. 2017. № 1. С. 58.

³ Баранова Л.О. Управление ресурсами предприятия // Экономика предприятия. 2017. № 9. С. 104.

⁴ Резник К.А. Информационные системы управления материальными ресурсами: общая характеристика // Экономика и управление. 2017. № 2. С. 30.

⁵ Зайцев Е.А. Современные концепции управления ресурсами // Молодой ученый. 2016. № 12. С. 203.

PECULIARITIES OF THE RESOURCE MANAGEMENT INFORMATION SYSTEMS (AN EXAMPLE SYSTEMS OF MRP, MRPII, ERP CLASS)

© 2017 Khizhnyak Anastasia Igorevna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: n.hihzh@gmail.com

Keywords: information systems, resource management, MRP, MRPII, ERP.

The article examines the peculiarities of the resource management information systems using as an example systems of MRP, MRPII, ERP class. It gives a description of the introduction problems of ERP systems in Russia.

ИСТОРИЯ

УДК 726

КУЛЬТОВЫЕ СООРУЖЕНИЯ ДОСОВЕТСКОГО ГРОЗНОГО

© 2017 Головлёв Алексей Алексеевич

доктор географических наук, доцент, профессор
Самарский государственный экономический университет
E-mail: ecology@mail.ru

Ключевые слова: город Грозный, культовые (религиозные) сооружения, православный собор, православные церкви, староверческая церковь, православный женский монастырь, православные часовни, баптистский молельный дом, синагоги, польский костел, армянская церковь, татарская мечеть, персидская мечеть, кладбища.

В 2018 г. городу Грозному исполнится 200 лет. Однако вопрос о культовых (религиозных) сооружениях, в разное время находившихся на территории современного города, прежде почти не исследовался. В данной связи в статье приводятся результаты многолетнего поиска сведений о культовых сооружениях разных конфессий, построенных в Грозном в царский период и уничтоженных в ранний советский период.

Произведенные нами в 1990-1991 гг. опросы свидетельствовали о том, что даже люди, родившиеся в городе Грозном в середине 30-х гг. XX в., не могли представить свой родной город как город церквей и других религиозных объектов. Подобное обстоятельство имело единственное объяснение: еще до появления этих людей на свет, в Грозном развернулась активная борьба советской власти с религией (в первую очередь, с православной). Поэтому культовые сооружения (церкви, синагоги, мечети), построенные в городе в царский период, и в которых некоторое время при советской власти продолжались богослужения, затем были закрыты и в большинстве своем уничтожены до основания.

Между тем, по воспоминаниям многих русских старожилов, родившихся в Грозном в конце XIX - начале XX вв., и старожилов-чеченцев, родившихся в окрестных аулах и приезжавших в детском и юношеском возрасте на базары в Грозный вместе со своими родителями, в городе располагалось немало церквей. Старожилы помнили, как на праздники и в будние дни в разных частях города раздавался колокольный звон. Е.Д. Калугина (Лежебокова), родившаяся в Грозном в 1898 г., поведала нам о похоронах царского офицера Сергея Петровича Беллика - сына бывшего городского головы, генерал-майора П.Г. Беллика. В 1915 г. С.П. Беллик погиб на Великой войне и гроб с его те-

лом доставили в Грозный. Когда гроб в черном катафалке везли по городу, то по всему пути следования звонили колокола в церквях, а на дорогу жители бросали цветы.

Рассказы старожилов вызвали интерес к практически не изученной теме о нахождении в Грозном культовых объектов различных конфессий. В результате многолетнего поиска нами установлено, что в досоветское и раннее советское время в Грозном функционировали следующие религиозные объекты: православный собор, православные церкви, православный женский монастырь, православные часовни, староверческая церковь, баптистский молельный дом, синагога, костел (римско-католическая церковь), армянская церковь, татарская мечеть, персидская мечеть, кладбища. Указанные культовые объекты обслуживали религиозные потребности жителей Грозного, принадлежавших к основным национальным группам населения. Первой Всеобщей переписью населения Российской империи¹ в Грозном в 1897 г. было учтено 15 564 чел., о национальной принадлежности которых свидетельствовали следующие данные о родных языках: великорусский [русский] - 10 349, еврейский - 1 686, малорусский [украинский] - 970, польский - 407, армянский - 352, татарский - 272, персидский [иранский] - 267. В Грозном было зарегистрировано также 502 носителя чеченского языка (в том числе 123 носителя чеченского языка отбывали наказание в окружной тюрьме и горожанами не являлись). В Грозном жили только состоятельные чеченцы (семьи купцов, промышленников, царских офицеров и чиновников), но собственной мечети в городе они не имели.

Кратко охарактеризуем выявленные культовые объекты Грозного в порядке убывания количества приверженцев вышеуказанных конфессий.

В царское время православные объекты Грозного относились к 8-му благочинническому округу Владикавказской епархии. Важнейшие культовые объекты - Косьмо-Дамиановский собор, Михаило-Архангельская церковь и Покровская церковь². *Косьмо-Дамиановский собор* (Военный собор) располагался в центре Грозного, на Ермоловской площади, и выходил на ул. Александровскую (пр. им. С. Орджоникидзе). По А.А. Ваксману³, собор был построен солдатами в 1839 г., а уничтожен в 1929 г. Первое упоминание о соборе мы обнаруживаем в работе К. Самойлова⁴, который называет его прекрасной по архитектуре каменной церковью. При Косьмо-Дамиановском соборе находилась Грозненская церковно-приходская школа. В соборной школе обучалось 36 детей. Заведовал этой школой священник А. Кардашевский, штатным учителем был дьякон собора Н. Никитин, а попечителем - инженер-технолог И.В. Ярцев⁵.

Михаило-Архангельская церковь (в народе называлась Красной церковью) - ныне действующая православная церковь, расположенная в правобережной части Грозного. Местонахождение - Тушиновка, угол ул. Дворянской (пр. им. В.И. Ленина) и пер. Лорис-Меликовского (пер. Интернационального). Красная церковь основана в 1891 г. По словам старожилов, сначала была деревянной. По Е.Д. Калугиной, в предсоветские годы старостой этой церкви являлся городской подрядчик Михаил Поликарпович Амелянов. Единственная церковь в Грозном в советское и постсоветское время. На рубеже XX-XXI вв. церковь подверглась разрушению во время военных действий, однако затем была восстановлена.

Покровская церковь (церковь во имя Покрова Матери Божьей) находилась в левобережной части Грозного, на Четверговой площади, и выходила на ул. Александровскую (Первомайскую). По воспоминанию Е.Д. Калугиной, церковь была большой, и строили ее

очень долго (вероятно, лет 40). По устному сообщению доктора сельскохозяйственных наук, профессора, вице-президента Всесоюзного общества почвоведов С.В. Зонна, ко времени свержения царя Покровская церковь оставалась недостроенной, хотя в ней и проводились службы. Из-за соседства с Казанской слободкой Покровскую церковь иногда называли "Казанским собором". По И.Л. Леонтьеву, Покровскую церковь разрушили до основания приблизительно в 1921-1922 гг. Четверговую площадь и место, где находилась Покровская церковь, впоследствии застроили домами.

Дагестанская церковь (церковь 82-го пехотного Дагестанского полка, Солдатская церковь, Военная церковь) - ныне не существующая православная церковь, находившаяся на территории Красномолотовского сквера. По воспоминанию А.Н. Чичеровой, родившейся в Грозном в 1911 г., церковь располагалась в этом сквере там, где в позднейшее время показывали кино. А.Н. Чичерова с 13-14 лет ходила в эту церковь и помнила, что она была выстроена из желтого кирпича. Дагестанскую церковь хорошо помнил и профессор С.В. Зонн, который в детстве, в период учебы в Грозненском реальном училище, служил в этой церкви помощником псаломщика. В ограде Дагестанской церкви был похоронен родной дядя С.В. Зонна - городской врач Н.И. Зонн, умерший во время борьбы с эпидемией холеры в Грозном.

Белликовская церковь находилась к западу-юго-западу от юртового надела станицы Грозненской, на Белликовском хуторе (который в царское время причислялся к аулу Новые Алды). В настоящее время место, где находилась Белликовская церковь, расположено в пределах городской территории. Е.Д. Калугина видела Белликовскую церковь в детстве и юности, когда бывала со своим отцом на хуторе, на котором жили мирошники (отец делал им печку).

Солдатская церковь (с колокольной) располагалась в Лагерном месте 82-го пехотного Дагестанского полка. По воспоминанию Е.Д. Калугиной, это лагерное место находилось по-над Сунжей, в окрестностях ул. 8-го марта в Грозном. Вместе с другими детьми Е.Д. Калугина ходила в лагерь Дагестанского полка: солдаты угощали их вкусным борщом, а дети приносили солдатам молоко. Лагерь открывался в мае, когда приезжали солдаты и разбивали палатки. Для проживания офицеров в лагере были построены кирпичные домики.

Храм в честь Святителя и Чудотворца Николая (церковь Святителя Николая Угодника, казачья церковь, станичная церковь) - церковь в станице Грозненской, располагавшаяся между ул. Шоссейной (Комсомольской) и ул. Бульварной (пр. им. С. Орджоникидзе) на том месте, где в советское время в Грозном была построена средняя школа № 3. Казачья церковь была красивой, пятиглавой, с колокольной. Выходила на Церковную станичную площадь. Освящение места закладки казачьего храма совершил в 1899 г. настоятель Грозненского Косьмо-Дамиановского собора протоиерей Павел Бартнев⁶. По словам казаков-старожилов, храм был снесен до основания вначале 30-х гг. XX в.

Староверческая церковь располагалась в правобережной части Грозного, на Тушиновке, где проживали староверы. Небольшая деревянная церковь староверов была разорена еще при царе. Поэтому староверы ездили к своим единоверцам в Ермоловскую станицу - важный центр раскола в Терской области.

Православный женский монастырь в досоветское и раннее советское время располагался в правобережье Сунжи на восточной окраине Грозного. По Е.Д. Калугиной,

монастырь был построен из кирпича и находился недалеко от братского кладбища горожан, погибших в гражданскую войну (в советское время вокруг братского кладбища создали Комсомольский парк). Монастырь был обнесен кирпичным забором. Рядом с монастырем располагались сады (их вырубili в 1929 г.) и проходил Веденский тракт, на котором стоял конный казачий пост. В монастыре имелаcь кирпичная церковь, и был дом, в котором постоянно жили монашки. Монастырь охранял сторож. По свидетельству И.Л. Леонтьева, родившегося в Грозном в 1915 г., женский монастырь уничтожили в 1924 г., а по сообщению А.Н. Чичеровой - примерно в 1925-1926 гг.

Часовня - давно не существующая православная часовня, находившаяся в Городском саду Грозного, на том месте, где в советское время был создан Пионерский сквер. По легенде, во время Кавказской войны в крепость Грозную ворвались чеченцы. Они разгромили и сожгли церковь, в которой чудом уцелел только образ Божьей Матери. Нетронутый огнем образ очень чтился в народе, поэтому для него на месте сгоревшей церкви построили часовню. Перед иконой Божьей Матери каждый год торжественно слушались молебен⁷.

Часовня (кладбищенская) - давно не существующая православная часовня. По сообщению А.Н. Чичеровой, располагалась на Городском кладбище приблизительно в том месте, где в позднее советское время находилась автобусная остановка "Деловая". Другие старожилы также сообщали о том, что кладбищенская часовня находилась на ул. Деловой, рядом с общежитием (на том месте, где сначала был построен общественный туалет, а затем сделали клумбу).

Баптистский молельный дом - по воспоминанию И.Л. Леонтьева, находился на ул. М. Горького в том месте, где в позднее советское время были возведены многоэтажные дома на пр. Ленина. Баптистский молельный дом закрыли в связи со сломом и перенесли в другое здание, расположенное на углу улиц Интернациональной и Х. Нурадилова.

Городское кладбище - не существующее теперь кладбище, служившее в царское и раннее советское время главным местом захоронения грозненцев разных конфессий. На центральном городском кладбище хоронили как простых жителей, так и самых известных гражданских и военных деятелей досоветского времени. Поэтому городское кладбище представляло собой важный историко-мемориальный памятник, своего рода летопись Грозного, запечатленную в надгробиях похороненных людей. Кладбище размещалось к северо-западу от завода "Молот" ("Красный молот"), на нем хоронили мусульман, иудеев и военных⁸. По А.Н. Чичеровой, за "Молотом" находилось еврейское кладбище, около 9-й Горбольницы - солдатское кладбище, и было еще татарское кладбище. По И.Л. Леонтьеву, кладбище закрыли в 1933 г. Многие старожилы помнили, что оно существовало в 1950-1951 гг. Уничтожение кладбища началось в 1953-1954 гг. Территорию городского кладбища застроили жилыми домами.

Казачье кладбище (Станичное кладбище) - ныне не существующее православное кладбище станицы Грозненской. По И.Л. Леонтьеву, место, где находилось Казачье кладбище, располагается за Грознефтяной, по ул. Широкой (Маяковского), недалеко от холодильника и Техснаба (металлический склад). Через Казачье кладбище в 20-е гг. XX в. была проложена линия железной дороги на Старые Промысла. Как отмечают гроз-

ненские старожилы, кресты и земляные холмики на Казачьем кладбище были еще видны в довоенный советский период (слева от железнодорожного пути, ведущего на Старые Промысла).

Батистское кладбище - ныне не существующее кладбище, находившееся на восточной окраине Грозного (к северу от Разбегайловки, по правую сторону от трамвайного пути, если следовать от Трамвайного парка в микрорайоны, недалеко от автозаправки). Кладбище было не огороженным и заросшим. На могилах стояли прямые кресты. Кладбище уничтожили примерно в 1924-1925 гг., а на его месте в позднейшее время построили многоэтажные дома.

Синагога (европейских евреев) - располагалась на правом берегу Сунжи, между персидской мечетью и баней Митниковой. Когда была закрыта, не известно. В позднее советское время здание бывшей синагоги европейских евреев занимало Чечено-Ингушское республиканское музыкальное училище.

Синагога (горских евреев) располагалась на правом берегу Сунжи, на Московской улице в Еврейской слободке. Когда была построена, не известно. По И.Л. Леонтьеву, синагогу горских евреев закрыли примерно в 1928 г.

Польский костел (Костел Сердца Иисуса, римско-католическая церковь) - был заложен в 1862 г. на берегу Сунжи, при дороге, возле госпиталя и крепости Грозной. Строительство каменного костела обошлось в 4 500 руб. Освящение костела состоялось через 2 года⁹. Известно, что в предсоветские годы капелланом римско-католической церкви являлся Франц Викентьевич Бояржинский. В доме костела работал врач С.М. Швецов, лечивший кожные и венерические заболевания¹⁰. По сообщению И.Л. Леонтьева, польский костел закрыли примерно в 1928 г. и разместили в нем корпус для умалишенных. Во время Великой Отечественной войны костел передали под Госархив. Здание бывшего костела было полностью уничтожено в 90-е гг. XX в. во время боев за Грозный.

Армянская церковь - теперь не существующая грозненская церковь. Если воспользоваться урбанистами позднего советского времени, то можно сказать, что армянская церковь занимала пространство, расположенное между пр. Революции, сквером им. М.Ю. Лермонтова, учебно-лабораторным корпусом Грозненского нефтяного института и зданием Грозненской средней школы № 1. По Р.З. Багдасаряну¹¹, армянская церковь была возведена в начале 70-х гг. XIX в., а снесена в начале 30-х гг. XX в. При церкви находилась армянская школа.

Татарская мечеть - ныне не существующая мечеть, располагавшаяся в северной части Грозного, на Казанской слободке, компактно населявшейся татарами-мишарями. По сообщению А.Н. Чичеровой, татарская мечеть находилась на углу ул. Покровской (Татарской) и 1-й Куриной (им. П. Лумумбы). Мечеть и татарское кладбище хорошо помнил начальник Чечено-Ингушской республиканской станции защиты растений, заслуженный агроном РСФСР Максут Ахмедович Урманчиев. Судя по всему, еще одна татарская мечеть имела на Старых Промыслах (среди рабочих-нефтяников были казанские татары).

Персидская мечеть - ныне не существующая мечеть, располагавшаяся на правом берегу Сунжи около Романовского (Старого Ленинского) моста, недалеко от синагоги

европейских евреев и собственного дома Ф.В. Бояржинского. Согласно А.А. Ваксману¹², персидская мечеть была построена в 1908 г. муллой Али Гусейновым. По воспоминанию И.Л. Леонтьева, мечеть разрушили до основания примерно в 1933 г.

¹ Первая всеобщая перепись населения Российской Империи, 1897 г. Т. LXVIII. Терская область / под ред. Н.А. Тройницкого. СПб. : Изд-во Центр. стат. комитета МВД, 1905. 236 с.

² Владикавказская епархия. Распределение церквей епархии по благочиниям // Терский календарь на 1915 год / Изд. Терского областного стат. комитета под ред. секретаря комитета С.П. Гортинского. Вып. 24. Ч. II. Владикавказ : Электротечатня тип. Терского областного правления, 1915. С. 113-115.

³ Ваксман А.А. Записки краеведа. Грозный : Чечено-Ингушск. кн. изд-во, 1984. 96 с.

⁴ Самойлов К. Заметка о Чечне // Пантеон. 1855. Т. XXIII. Кн. 9. С. 43-86.

⁵ Никитин Н. Церковно-приходская школа при Грозненском соборе // Владикавказские епархиальные ведомости. 1899. № 18-19. С. 331-333.

⁶ Никитин Н. Освящение места для закладки храма в ст. Грозненской // Владикавказские епархиальные ведомости. 1899. № 8. С. 170-172.

⁷ Весь Грозный и его окрестности: Нефтяные промысла, курорт Горячеводск, курорт Серноводск / под ред. Дм. Приволжского. Владикавказ : Изд. Д.А. Бабкова и А.И. Максимова, 1914. 180 с.

⁸ Пономарева И.З., Севостьянов М.П. Памяти вечной достойны. Грозный : Чечено-Ингушск. кн. изд-во, 1987. 120 с.

⁹ Костел сердца Иисуса (в крепости Грозной на Кавказе) // Иллюстрированная газета. 1867. № 37. С. 180.

¹⁰ Весь Грозный и его окрестности ...

¹¹ Багдасарян Р.З. Об армянской церкви в Грозном // Историко-филологический журнал. 1985. № 1. С. 231-234.

¹² Ваксман А.А. Записки краеведа ...

RELIGIOUS OBJECTS OF THE CITY OF GROZNY IN THE PRE-SOVIET PERIOD

© 2017 Golovlyov Aleksey Alekseevich

Doctor of Geography, Assistant Professor, Professor

Samara State University of Economics

E-mail: ecology@mail.ru

Keywords: the city of Grozny, religious buildings, the Orthodox cathedral, Orthodox churches, the Old Believer Church, Orthodox women monastery, Orthodox chapels, the Baptist prayer house, synagogues, the Polish church, the Armenian church, the Tatar mosque, the Persian mosque, the cemeteries.

In 2018, the city of Grozny will be 200 years old. However, the question of religious buildings, which were at various times in the territory of the modern city, had not been studied before. In this regard, the article presents the results of a multi-year search for information about the religious buildings of various denominations built in Grozny during the tsarist period, closed and destroyed in the early soviet period.

ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ ПАРЛАМЕНТАРИЗМА В РОССИИ

© 2017 Кузнецов Семен Дмитриевич
студент

© 2017 Лунин Станислав Владимирович
преподаватель

Самарский государственный экономический университет
E-mail: semenkuznetsov1998@mail.ru

Ключевые слова: парламент, парламентаризм, народовластие, Государственная Дума.

Рассматривается история развития парламентаризма в России. Становление органов народного представительства в политической системе имеет многовековую историю - от вече, боярской думы, дореволюционных Государственных Дум и Государственного Совета до советского народовластия и современных форм парламентской демократии.

Законодательная власть в качестве самостоятельного института включает в себя политические силы, выражающие настроения общественных слоев и, защищая интересы профессиональных или социальных групп, порождает такое понятие как парламентаризм. Парламент является основным институтом и главным символом современной демократии, а парламентаризм - основным каналом народного представительства. В связи с этим история становления парламентаризма в России заслуживает внимания.

Институт вече - первая форма непосредственного участия народа в решении государственных вопросов. Вече представляло собой собрание всех свободных жителей, а обсуждение могло затрагивать совершенно любые сферы государственной жизни. В большинстве русских земель институт вече исчезает после татаро-монгольского нашествия. Вече нельзя назвать парламентским институтом: в то время не было соответствующих парламентаризму условий. Но сам принцип - решение государственных вопросов голосованием свободных граждан, принцип коллегиальности - появился. Затем во всех русских землях появляются княжеские думы, которые представляли собой постоянные советы при князе. Советы эти включали его ближайших соратников и, как правило, князь не принимал серьезных решений, не обсудив их с членами совета.

В XIV-XVII вв. в России действовал коллегиальный орган власти высшего уровня - Боярская Дума. Деятельность ее определялась преимущественно обычаями и отчасти была регламентирована Судебниками 1497 г. и 1550 г. Боярская Дума явилась историческим продолжением княжеской думы в новых социально-политических условиях Московского царства. Без Думы не обходился ни один государь. Самостоятельной роли Боярская Дума не играла, составляя вместе с царем единую верховную власть государства.

До конца XVII в. просуществовали в России и особенные для мировой практики органы, обладавшие некоторыми чертами представительства - Земские Соборы, участники которых делились на группы по сословиям.

Во времена Петра I важную роль начинает играть Правительствующий Сенат, созданный в 1711 году и ставший органом, решавшим все важнейшие дела государства. Сенат был учрежден на время частых отъездов Петра I. Этот орган не был представительным, но он доказывал необходимость монарха совещаться с представителями хотя бы высшего сословия, передавать им часть полномочий. Эта необходимость с годами не исчезала: в 1810 г. император Александр I подписал Манифест об образовании Государственного Совета. Его полномочия сводились к выполнению функций высшего законосовещательного учреждения при монархе. Все законодательные акты перед утверждением императором должны были обязательно обсуждаться в Государственном Совете. Члены Государственного Совета до 1906 г. назначались царем из числа высших лиц государства¹.

В царствование Александра II Государственный Совет принимал активное участие в разработке проектов реформ 60-70-х гг., посвященных государственному устройству, вопросу крестьянства и местному самоуправлению. Все эти органы, кроме вече, были совещательными, а представительными - лишь в той малой степени, в которой это удалось Земским соборам.

История современного парламента как представительного общенационального органа начинается с эпохи буржуазных революций. Именно тогда начал распространение по миру парламентаризм - особая система государственного руководства обществом, которая характеризуется разделением законодательной и исполнительной ветвей власти при существенной политической и идеологической роли парламента.

Путь российского государства к становлению парламентаризма был во многом вынужденным, потому что знаменовал собой переход абсолютной монархии к конституционной:

1. Начальный этап данного пути связан с принятием Манифеста от 06.08.1905 "Об учреждении Государственной Думы"² и Положения о выборах в Думу. В Российском государстве был учрежден законосовещательный орган - Государственная Дума, - но при сохранении формы правления в виде абсолютной монархии.

2. Следующий этап - принятие Манифеста от 17.10.1905 "Об усовершенствовании государственного порядка"³. Из совещательного органа Дума становилась законодательным органом.

3. Следующий этап в развитии законодательного процесса в России связан с событиями октября 1917 г., то есть установлением Советской власти. В 1918 г. была принята Конституция РСФСР, объявлявшая Россию Республикой Советов рабочих, солдатских и крестьянских депутатов⁴. Вся власть в центре и на местах принадлежала этим Советам, то есть принцип разделения властей отвергался - была установлена диктатура пролетариата и беднейшего крестьянства.

Верховная власть в РСФСР принадлежала Всероссийскому съезду Советов, а между съездами - Всероссийскому Центральному Исполнительному Комитету Советов, избираемому Всероссийским съездом Советов и всецело ответственному перед ним. Постоянно действующий ВЦИК сосредоточил в своих руках всю полноту законодательной и значительную часть исполнительной власти.

Конституция РСФСР 1937 г. определила в качестве высшего органа государственной власти Верховный Совет РСФСР - единственный законодательный орган, ко-

торый стал формироваться путем всеобщих, равных, прямых выборов при тайном голосовании.

Статья 26 Конституции устанавливала, что закон считается утвержденным, если он принят Верховным Советом РСФСР простым большинством голосов⁵. Однако на практике роль законодательного органа от избираемого всем населением страны Верховного Совета РСФСР перешла к его Президиуму. Созданные в годы советской власти в качестве представительных органов, эти государственные органы постепенно обретали черты парламента. Однако стать подлинным парламентом страны они так и не смогли в силу:

- государственного уклада, отрицавшего принцип разделения властей;
- иерархического подчинения представительных органов страны по вертикали, что не присуще парламентским представительным органам⁶.

В Российской Федерации двухпалатное Федеральное Собрание как парламент государства пришло на смену двухступенчатой модели высших органов государственной власти СССР, включавшей Съезд народных депутатов и формируемый им Верховный Совет.

Таким образом, в России прочно укоренился парламент как институт самоорганизации общества. В современное время институт парламентаризма активно развивается.

¹ Абрамова И.Л. Российский парламентаризм: история и современность // История государства и права. 2017. № 1. С. 114.

² Манифест от 06.08.1905 "Об учреждении Государственной Думы" // Российское законодательство X-XX вв. М., 1984. С. 77.

³ Манифест от 17.10.1905 "Об усовершенствовании государственного порядка" // Российское законодательство X-XX вв. М., 1984. С. 69.

⁴ Конституция РСФСР от 10.07.1918 г. // Российское законодательство X-XX вв. М., 1984. С. 104.

⁵ Конституция РСФСР от 21.01.1937 г. // Российское законодательство X-XX вв. М., 1984. С. 125.

⁶ Филимонова К.Е. Становление российского парламента: ретроспективный анализ // Конституционное и муниципальное право. 2016. № 7. С. 52.

HISTORY OF PARLIAMENTARISM DEVELOPMENT IN RUSSIA

© 2017 Kuznetsov Semen Dmitrievich
Student

© 2017 Lunin Stanislav Vladimirovich
Teacher

Samara State University of Economics
E-mail: semenkuznetsov1998@mail.ru

Keywords: parliament, parliamentarism, democracy, the State Duma.

The article deals with the history of the development of parliamentarism in Russia. The formation of the bodies of people's representation in the political system has a centuries-old history - from the Veche, Boyar Duma, pre-Revolutionary State Duma and State Council to the Soviet people's democracy and modern forms of parliamentary democracy.

ЗАРОЖДЕНИЕ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ИДЕОЛОГИИ ЛИБЕРАЛИЗМА В УЧЕНИЯХ ДЖ. ЛОККА

© 2017 Сураева Екатерина Сергеевна
студент

© 2017 Калашникова Елена Борисовна
кандидат исторических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: suraevakatya@gmail.com, kalashnikova-helen@yandex.ru

Ключевые слова: либерализм, политическое учение, государство, власть, личность.

Политико-правовой опыт прошлых поколений оказывает значительное влияние на современные политико-правовые воззрения. В своих попытках понять настоящее и найти пути к лучшему будущему люди всегда обращаются к прошлому, к исторически апробированным положениям, ценностям и принципам. В статье рассмотрены взгляды английского философа Джона Локка на происхождение государства, власть, закон, а также свободу и права человека.

В 1688 году в Англии произошел государственный переворот. Король Яков II Стюарт, проводивший абсолютистскую политику, бежал из страны¹. Данная революция положила начало движению за предоставление социально-экономических свобод и прав новому классу. Идеологом социального компромисса выступил видный философ XVII века Джон Локк (1632-1704 г.г.). В его политических взглядах проявлялась идеология буржуазных революций, которая составила основу классического либерализма, как одного из основных течений общественно-политической мысли.

Свое политико-юридическое учение Джон Локк изложил в труде "Два трактата о государственном правлении" (1690 г.). Так, в этой работе он обозначил два фундаментальных либеральных принципа: интеллектуальная воля, включающая волю совести, и экономическая воля как право на личное владение и пользование собственностью.

В самом общем виде идеология либерализма может быть сведена к концепции максимального расширения прав человека². Многие считают Джона Локка родоначальником либерализма, "ведь это он впервые разделил такие понятия, как "личность", "общество" и "государство", поставил личность выше общества и государства"³.

По мнению Дж. Локка естественное состояние имеет общественный и упорядоченный характер, оно регулируется нормами естественного права. Государство, по Локку, представляет собой совокупность людей, которые объединились в одно целое под эгидой ими же установленного общего закона и создавших судебную инстанцию, способную улаживать конфликты между ними и наказывать преступников. Учреждение государства Локк рассматривает как процесс исторически закономерный и прогрессивный. Для Дж. Локка было важно, чтобы любая форма государства выросла из общественного договора, охраняла естественные права людей и заботилась об общем благе. Он нега-

тивно отзывался об абсолютной монархии, в которой монарх претендует на свободу и собственность людей, и никто не защищен от нарушения своих прав. Взгляды мыслителя были наиболее близки к конституционной монархии, которая сформировалась в Англии после революционных событий 1688 года.

Политическую власть философ рассматривал, как право людей создавать законы для регуляции и сохранения собственности, а основной целью объединения граждан в обществе считал охрану собственности этих граждан. Право на жизнь и владение имуществом, свобода и равенство - это неотчуждаемые ценности, которые определяют окончательные границы власти и действия государства⁴. Лишь народ, по мнению Локка, является носителем власти. Таким образом, люди дают государству ограниченный объем власти, которого достаточно для достижения основной цели политического содружества - обеспечение условий для общества беспрепятственно проявлять свои гражданские интересы.

Джон Локк выделял несколько средств, с помощью которых государство может обеспечить выполнение вышеуказанных условий: законность, разделение власти, а также выбор оптимальной формы правления и право народа на сопротивление своеволию власти.

Что же касается закона, то стоит отметить, что философ подразумевал под ним такой акт, который указывает гражданину поведение, отвечающее его собственным интересам и служащее общему благу. По мнению Джона Локка, никто в государстве не может быть изъят из подчинения его законам. Такая позиция, несомненно, предвосхищала идею "правового государства", детально развитую в XVIII-XIX вв.

Также стоит отметить, что Локк рассмотрел не только иерархию видов власти, но и принципы их взаимодействия, для того чтобы избежать возможного присвоения всей полноты государственной власти одной из ветвей. Так, законодательная власть, по его мнению, занимает первое место, как наивысшая в государстве. Однако другие виды власти как подчиняются ей, так и сами оказывают на нее непосредственное влияние. Исполнительная власть, в свою очередь, принадлежит монарху, министрам и судам. Компетенция исполнительных органов власти заключается в претворении в жизнь законов, принятых парламентом. Федеративная (союзная) власть ведает отношениями с другими государствами. Ее возглавляют король и кабинет министров⁵. Таким образом, Джон Локк, по сути, заложил основы системы сдержек и противовесов разных ветвей власти, которая позже была отражена в конституциях ряда стран.

Как отмечают многие авторы, "заслугой Джона Локка есть также обоснование им законности сопротивления народа власти, если и зарится на его естественные права и свободы"⁶.

Из вышесказанного можно сделать вывод о том, что идея свободы является центральной в философии Джона Локка. Он определил пределы деятельности государства. Сформулировал принципы, которые послужили в дальнейшем основой буржуазной государственности во всем мире, в самом начале ее становления. Локк связал идеи естественного права и общественного договора с неотчуждаемыми правами личности, свободой, а также с ответственностью правительства и гарантиями суверенитета народа. Можно с уверенностью сказать, что Джон Локк привнес и обогатил идеи естественного права, общественного договора, народного суверенитета, неотъемлемых свобод лица,

законности сопротивления тирану и интегрировал их в целостное политическое учение - классический либерализм. Взгляды Дж. Локка позволили ответить на практические и теоретические вопросы политико-правовой жизни следующих столетий.

¹ История политических и правовых учений : учеб. для вузов / под общ. ред. В.С. Нерсесянца. 4-е изд., перераб. и доп. М. : Норма, 2004. С. 332

² Болгова В.В. К проблеме типологии правовой идеологии // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2012. № 11 (97). С. 112.

³ Воин А.М. Философия и глобальный кризис : монография. М.-Берлин : Директ-Медиа, 2016. С. 253.

⁴ Гаевский Б.А. Философия политики : монография. Киев : МАУП, 2001. С. 78.

⁵ Локк Дж. Сочинения. В 3 т. Т. 3. М. : Мысль, 1988. С. 346

⁶ Шмитт К. Понятие политического : монография. СПб. : Наука, 2016. С. 314.

ORIGIN OF THE POLITICAL IDEOLOGY OF LIBERALISM IN STUDIES OF JOHN LOCKE

© 2017 Suraeva Ekaterina Sergeevna

Student

© 2017 Kalashnikova Elena Borisovna

Candidate of Historical Sciences, Associate Professor

Samara State University of Economics

E-mail: suraevakatya@gmail.com, kalashnikova-helen@yandex.ru

Keywords: liberalism, political doctrine, state, authority, personality.

Political and legal experience of last generations influences on modern views on politics and law. In attempts to understand the present and to find ways to the better future people always address the past, historically approved provisions, values and the principles. This article considers views of the English philosopher John Locke on origins of the state, the authority, the law and also the freedom and human rights.

МАТЕМАТИКА

УДК 51

МАТРИЧНЫЙ МЕТОД АНАЛИЗА ВЛИЯНИЯ КОРРУПЦИИ НА ЭКОНОМИКУ

© 2017 Сличенко Диана Алексеевна
студент

© 2017 Гащимова Айтен Самедовна
студент

© 2017 Уфимцева Людмила Ивановна
кандидат физико-математических наук, доцент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: ufimceva44@mail.ru

Ключевые слова: коррупция, межотраслевой баланс, экономика, анализ, матричный метод, модель Леонтьева.

Рассматривается влияние коррупции на экономику при использовании матричного метода и межотраслевого баланса, составляется модель задачи, а именно влияния коррупционного сектора на экономику, приводятся пути ее решения.

Развитие современной экономики немислимо без использования математического аппарата. Экономико-математические методы применяются во всех разделах экономики, в том числе и экономических исследованиях в юриспруденции.

Рассмотрим применение модели Леонтьева в данной области.

Перейдем непосредственно к анализу влияния коррупции на экономику на примере отдельного производства.

Данная система отношений включает в себя два сектора: коррупционный сектор, который можно рассматривать как отдельный сектор, который вызывает издержки производства и сектор производства предприятия.

Приведем пример части экономики, состоящий из данных секторов. Фирма производит определенное годовое количество продукта, часть которого производство потребляет само, часть производства выделяет сектору коррупции, а часть основного производства выпускает для потребительского сектора. Эти взаимные потоки определяются матрицей "затраты - выпуск" То есть задана таблица

Показатели	Основное производство	Коррупционный сектор	Потребительский сектор	Валовый выпуск
Основное производство	50	45	105	200
Коррупционный сектор	16	0	4	20

Сектор основного производства из валового выпуска 200 ед. должен поставить 105 ед. потребительскому сектору и 45 ед. отдать коррупционному сектору, как средство для поддержания коррупционного сопровождения, а для нужд собственного производства должно остаться 50 ед.

Сектор коррупции порождает 20 ед. взяток, из которых 16 ед. получает сектор основного производства, на собственное потребление используется нулевой уровень затрат и на потребление поставляет 2 ед.

Следует рассчитать удельный коэффициент затрат и поставок для того, чтобы составить матрицу, которая не зависит от уровней потребления и производства.

Основное производство оставляет у себя часть выпуска своего продукта ($50/200=0,4$), что является удельным коэффициентом собственных затрат. А коррупционному сектору основное производство передает 45 ед., что составляет $45/20$ часть выпуска основного производства, направленного на одну единицу взятки сектора коррупции и $105/200$ поступает к внешнему потребителю.

Теперь рассмотрим коррупционный сектор, 16 ед. своей продукции он отдает сектору основного производства, что составляет $16/200$, который приходится на одну единицу выпуска сектора основного производства.

Удельное значение собственных затрат на единицу выпуска сектора основного производства равно нулю, т. к. сектор коррупции не содержит затрат на собственное функционирование. Внешнему же потреблению выделяется $4/20$ ед. в целях решения вопросов внешнего порядка, иначе говоря: основному производству необходимо 0,4 уд. ед. собственной продукции и 0,08 уд. ед. сектора коррупции для производства единиц продукта. Вследствие чего, в матрице "затраты - выпуск" элементы первого столбца - , $a_{21}=0,08$. Умножив эти элементы на величину валового выпуска основного производства, получим количество собственных затрат $a_{11}y_1$ и величину поставленных взяток из сектора коррупции $a_{12}y_1$.

Собственное производство сектора коррупции равно нулю, также он получает 3,2 ед. на каждую взятку от основного производства. Следовательно, второй столбец матрицы A_{jk} $a_{12}=3,2$; $a_{22}=0$. Вся матрица будет выглядеть следующим образом:

$$A = \begin{pmatrix} 0,4 & 3,2 \\ 0,08 & 0 \end{pmatrix}$$

$$1 - A = \begin{pmatrix} 0,6 & -2,2 \\ 0,92 & 1 \end{pmatrix}$$

Введем обозначение $Y = \begin{pmatrix} y_1 \\ y_2 \end{pmatrix}$, $C = \begin{pmatrix} c_1 \\ c_2 \end{pmatrix}$

Модель Леонтьева задается матричным уравнением

$$Y = (1 - A)^{-1}C$$

Вычислим обратную матрицу, подставим в матричное уравнение получим систему уравнений.

$$Y_1 = 2, c_1 + 9,28 c_2; y_2 = 0,23c_1 + 1,74 c_2;$$
$$P_1 = 2,9v_1 + 0,23 v_2; p_2 = 9,28 v_1 + 1,74v_2;$$

где y_1, y_2, p_1, p_2 - неизвестные, которые определяют валовой выпуск и стоимость единицы продукта основного производства и сектора коррупции.

1. Макаров С.И., Севастьянова С.А. Формирование профессиональной математической компетенции экономистов с использованием электронных образовательных ресурсов // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2008. № 12. С. 70-78.

2. Пупко Д.А., Уфимцева Л.И. Моделирование производства продукции в условиях риска // Наука 21 века: актуальные направления развития : материалы междунар. заоч. науч.-практ. конф. Самара, 2015. С. 588-591.

3. Уфимцева Л.И. Нахождение оптимального выпуска продукции с помощью статистических данных // Проблемы совершенствования и управления промышленными предприятиями : межвуз. сб. науч. тр. Самара, 2014. № 1. С. 207-210.

4. Уфимцева Л.И., Скрылева Д.Д. Принятие оптимальных решений на основе матрицы приоритетов // Сборник научных статей 1 Всероссийской заочной научно-практической конференции, посвященной 85-летию Самарского государственного экономического университета. Самара, 2016. С. 189-192.

5. Бунтова Е.И., Рогова Н.В. Моделирование финансовых потоков и вычисление показателей результативности в схеме внедрения научно-технических разработок в производство // Экономика и предпринимательство. 2015. № 12-3 (65-3). С. 864-869.

6. Математика для экономистов : задачник / Р.И. Горбунова [и др.]. М., 2016.

MATRIX METHOD OF ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF CORRUPTION ON THE ECONOMY

© 2017 Slichenko Diana Alekseevna
Student

© 2017 Gashimova Ayten Samedovna
Student

© 2017 Ufimtseva Lyudmila Ivanovna
Candidate of Physical and Mathematical Sciences, Associate Professor
Samara State University of Economics
E-mail: ufimceva44@mail.ru

Keywords: corruption, interbranch balance, economics, analysis, matrix method, Leontief model.

The paper examines the impact of corruption on the economy using the matrix method and interbranch balance, a model of the problem is drawn up, namely, the influence of the corruption sector on the economy and the ways to solve it.

МЕНЕДЖМЕНТ

УДК 338

СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ СБЕРБАНКА НА 2017-2018 гг.

© 2017 Белокобыльский Никита Романович

магистрант

Самарский государственный экономический университет

E-mail: nikita.samara001@rambler.ru

Ключевые слова: банк, капитал, кредит, депозит, доходы.

Рассматриваются роль и место Сбербанка РФ на финансовом рынке России. Анализируются современное состояние и перспективы развития крупнейшего банка Восточной Европы.

Сбербанк является историческим преемником основанных указом императора Николая I Сберегательных касс, которые поначалу были лишь двумя маленькими учреждениями с 20 сотрудниками в Санкт-Петербурге и Москве. Затем они разрослись в сеть сберегательных касс, работавших по всей стране и даже в трудные времена помогавших сохранить устойчивость российской экономики. Позже, в советскую эпоху, они были преобразованы в систему Государственных трудовых сберегательных касс. А в новейшее время превратились в современный универсальный банк, крупную международную группу, чей бренд известен более чем в двадцати странах мира¹.

Сбербанк сегодня - это кровеносная система российской экономики, треть ее банковской системы. Банк дает работу и источник дохода каждой 150-й российской семье. На долю лидера российского банковского сектора по общему объему активов приходится 28,7% совокупных банковских активов (по состоянию на 1 января 2016 года). Банк является основным кредитором российской экономики и занимает крупнейшую долю на рынке вкладов. На его долю приходится 46% вкладов населения, 38,7% кредитов физическим лицам и 32,2% кредитов юридическим лицам. Сбербанк сегодня включает в себя 12 территориальных банков и более 16 тысяч отделений по всей стране, в 83 субъектах Российской Федерации, расположенных на территории 11 часовых поясов. Только в России у Сбербанка более 110 миллионов клиентов - больше половины населения страны, а за рубежом услугами Сбербанка пользуются около 11 миллионов человек².

Для подтверждения вышесказанного достаточно просто наглядно показать результаты финансовой деятельности ПАО "Сбербанк" за период с 2011 по 2016 год. За этот период доходы банка увеличились в 2,5 раза и достигли 1798,4 млн.руб. Прибыль до налогообложения возросла в 2 раза и достигла 754 млн. руб. Чистая прибыль превысила 700 млн. руб., увеличившись в 2 раза. Совокупные активы банка за этот период выросли в 2,8 раза. Депозиты клиентов возросли почти в 3 раза. Эти данные приведены в таблице.

Динамика развития Сбербанка РФ за 2011-2017 годы

Годы	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Прогноз 2017
Операционные доходы до резервов	736,30	920,80	1103,80	1300,70	1429,80	1697,50	1798,40
Прибыль до налогообложения	395,70	447,90	455,70	374,20	331,20	677,50	754,30
Чистая прибыль	315,90	347,90	362,00	290,30	222,90	541,90	724,50
Резерв под обесценение кредитного портфеля	- 662,00	-565,00	- 610,00	- 870,00	- 1197,00	-1303,40	-1351,40
Активы	10835,00	15097,40	18210,00	25201,00	27335,00	25351,90	28494,00
Средства клиентов	7932,00	10179,00	12064,00	15563,00	19798,00	18684,80	20764,40
Отношение резерва под обесценение кредитного портфеля к неработающим кредитам	1,60	1,61	1,50	1,45	1,21	1,57	1,63
Кредиты/Депозиты	97,30	100,90	104,20	110,80	91,90	90,60	98,40

Сбербанк к концу 2018 г. намерен увеличить чистый операционный доход (до создания резервов) в 1,7-2 раза, чистый комиссионный доход - в три раза, отмечено в стратегии развития банка на 2014-2018 гг. Чистый операционный доход (до создания резервов) в расчете на сотрудника и внутреннее подразделение банка должен увеличиться в два раза. Банк намерен существенно снизить показатель операционных расходов к чистому операционному доходу (C/I) и к активам (C/A). Количество услуг на клиента увеличится к 2018 г. в 1,6-1,8 раза, доля продаж по удаленным каналам обслуживания (УКО) вырастет до 30% от общего количества розничных продаж. Повысится и уровень удовлетворенности клиентов (Net Promoter Score, NPS). Сбербанк обслуживает порядка 65 млн. активных клиентов и 45 млн клиентов, не имеющих активных продуктов. При этом на активных клиентов приходится 1,6 услуги по сравнению с 2,7 услуги в среднем в ЕС. К активным относятся клиенты, имеющие депозит, карту с перечислениями за последние три месяца или открытый кредит⁴.

Банк продолжит развивать удаленные и цифровые каналы. К 2018 г. станет возможным осуществить большинство услуг без посещения отделения. В этой связи значительное внимание уделят кибербезопасности. "Перевод транзакций и существенной части продаж в удаленные каналы приведет к изменению роли точек обслуживания - в значительной части филиальная сеть Сбербанка будет переориентирована на консультации и продажи, а рутинное обслуживание и транзакции будут все больше производиться через интернет, телефон и другие удаленные каналы", - отмечено в стратегии развития. Банк объединит ряд точек обслуживания, другие точки переформатирует в соответствии с изменением модели обслуживания. Это позволит расширить бизнес при одновременном повышении эффективности филиальной сети, полагает Сбербанк⁶.

По оценкам банка, российский рынок банковских услуг для физлиц остается одним из самых привлекательных в мире. Несмотря на то что среднегодовые темпы увеличения активов и пассивов замедлятся в 2014-2018 гг., а маржа сократится, российский рынок остается высокоприбыльным. Две трети доходов принесет массовый сегмент рынка. Увеличится значимость массового высокодоходного сегмента, удельный вес которого в доходах вырастет с 20% до 30%. "Самый высокий темп роста мы ожидаем в высокодоходном сегменте, однако его доля в доходах рынка не превысит 2%", - отмечено в стратегии развития Сбербанка.

¹ Ермолаев К.Н., Марушина К.К. О синергетическом подходе к построению международных институтов регулирования глобального финансового рынка // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2016. № 11(145). С. 11-18.

² Результаты финансовой деятельности ПАО "Сбербанк". URL: www.sberbank.ru.

³ Давыдова Л.В., Тулайков Н.В. Тенденции развития национальной денежной системы: теория и практика / Орл. регион. акад. гос. службы. Орел, 2010. 194 с.

⁴ См.: Симонов В., Комаров Д. Государственная денежно-кредитная политика России в условиях системного кризиса мировой экономики // Федерализм. 2011. № 4. С. 85-94;

Астафьева О.В., Юдина О.В. Подходы к обеспечению устойчивого развития экономических систем с отраслевой направленностью // Экономика. Бизнес. Банки. 2016. Т. 10. С. 9-18.

⁵ Давыдова Л.В., Тулайков Н.В. Тенденции развития национальной денежной системы ...

DEVELOPMENT STRATEGY OF SBERBANK FOR THE 2017-2018 BIENNIUM

© 2017 Belokobylsky Nikita Romanovich
Undergraduate
Samara State University of Economics
E-mail: nikita.samara001@rambler.ru

Keywords: bank, capital, credit, Deposit, income.

In article the role and place of the savings Bank of the Russian Federation on the Russian financial market. Analyzes the current state and prospects of development of the largest Bank in Eastern Europe.

КРИТЕРИИ ОПРЕДЕЛЕНИЯ УСПЕШНОСТИ РАЗВИТИЯ НОВОГО НАПРАВЛЕНИЯ КОМПАНИИ

© 2017 Брусничкин Александр Алексеевич
магистрант

© 2017 Калимуллин Денис Маратович
кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: brusni4kin@mail.ru, Denis.kalimullin@jti.com

Ключевые слова: эффективность работы, критерии успешности, новое направление, компания, организация.

Описываются основные критерии для определения успешности развития нового направления организации и как их оценить. На начальной стадии нового направления компании очень важно сразу учесть все критерии эффективности и построить работу организации таким образом, чтобы получить максимальный результат.

При определении критериев и показателей эффективности работы организации применяются подходы, общеизвестные во всем мире. Такие же подходы в целом можно применять для оценки успешности развития нового направления компании. Исходя из современной практики и общепринятой теории по этим подходам, можно перечислить семь критериев оценки: экономичность, производительность, прибыльность (доходы/расходы), качество, действенность, качество условий трудовой жизни и внедрение новшеств¹.

При определении метода обследования необходимо учитывать его цель, особенности конкретного объекта изучения и этапа процесса диагностики. Для этого необходимо применять комплекс критериев, включающих в себя проверенную практику и объективные процессы. Рассмотрим основные критерии.

Первый из критериев это общая эффективность работы организации и отдельно нового направления деятельности организации, под которой стоит понимать меру достижения целей. Совокупность целей включает в себя социальные и экономические, научно-технические установки. Совокупность целей можно изобразить в виде "дерева целей", которое состоит из целей различного уровня, объединенных в группы, при этом реализация установок нижних уровней приводит к осуществлению целей более высоких уровней. Также стоит отметить, что эффективность работы организации и нового направления складывается из двух составляющих, эффективных технологий, которые применяются на производстве и эффективных технологий управления. Этим двум элементам уделяется большое внимание, если организация действительно ставит перед собой цель достичь повышение эффективности работы.

Второй критерий, на который уделяют большое внимание хорошо развивающиеся организации это выполнение программы экономического и социального развития. Разви-

тие социальной среды - это важный объект в управлении организацией и является одной из частей системы управления ее персоналом. От социального развития организации зависит ее социальная среда, то есть лучшие условия труда, отдых сотрудников, материальное и моральное вознаграждение, создание хорошей атмосферы в коллективе. От этого напрямую зависит мотивация сотрудников выполнять свои обязанности качественно и своевременно.

Третий критерий, это финансовая обеспеченность работы нового направления компании. Это один из основных экономических критериев эффективности деятельности организации соответственно нового направления компании. Главный показатель данного критерия это превышение выручки над расходами уже после установленных отчислений государству. Если показатель выручки меньше расходов, то новое направление деятельности компании не рентабельно.

Четвертый критерий, это насколько соответствует технологический уровень нового направления деятельности компании и продажи работ (услуг) требованиям современного рынка. В современное время происходит очень быстрое развитие рынка и изменение технологического уровня услуги (работ), поэтому очень важно исследовать данные параметры не только во время открытия организации или нового направления деятельности, но и постоянно следить за изменениями, чтобы не упустить данный критерий.

Пятый критерий, это определение качества предоставляемой услуги и ее себестоимости. Главной целью для организаций и компаний для любого направления деятельности компании не только добиться максимального качества и минимальной себестоимости относительно подобных услуг на рынке, а достижение мирового уровня данных параметров.

Шестой критерий, решение основных социальных проблем в коллективе. Для сотрудников любой организации очень важны социально-бытовые потребности и возможность профессионального роста. Хорошее оборудование, приятный офис создает не только удобство для сотрудников, но также напрямую влияет на их мотивацию и следовательно производительность труда. В сегодняшнее время сотрудника, который хочет развиваться, не всегда остановит даже высокая зарплата и хорошие условия труда, большинство ценных работников хочет постоянно профессионально развиваться. В этом должны быть заинтересованы сразу две стороны, как работник, так и работодатель, профессиональный рост подчиненных дает не только ему преимущества, но и работодателю.

Седьмой критерий, в современное время не только законом необходимо выполнять требования экологии, но и каждая серьезная организация, думающая о будущем ставит одной из главных целей не нанести вред экологии при выполнении своей деятельности. Поэтому при открытии нового направления деятельности компании необходимо обязательно оценить риски, которые компания может понести при нанесении вреда окружающей среде, так как не выполнение необходимых норм может повлечь наложение серьезных штрафов².

После того, как мы определились с основными критериями эффективности нового направления деятельности компании. При определении вышеперечисленных критериев необходимо учесть общепринятые подходы, согласно которых можно выделить семь критериев оценки.

Рассмотрим каждый из критериев оценки эффективности нового направления деятельности компании отдельно.

Действенность - показатель выполнения системой целей, которые были поставлены. Чтобы измерить данный критерий, необходимо сравнить фактический результат с намеченным, при этом ресурсы, которые использовались не учитываются, так как они не были выбраны целью работы. Один из основных методов измерения действенности это расчет ее индекса, показывающий сравнение степеней достижения целей по периодам.

Экономичность - степень использования только заложенных ресурсов при выполнении заданных целей и задач. В начале открытия нового направления деятельности компании необходимо просчитать необходимые ресурсы для выполнения поставленных целей. Чтобы определить экономичность необходимо сравнить количество ресурсов, которые планировалось потратить и были определены в начале, с фактическими, что были затрачены.

Качество - это показатель, который характеризует насколько соответствует система нового направления деятельности компании требованиям нормативных документов, спецификации и самое главное ожиданиям клиентов. Даже при полном соответствии всем требованиям и спецификации продукт может быть не востребован, нужно также обязательно учитывать каким его хочет видеть покупатель и нужен ли он ему вообще. Стандартные методы для оценки качества услуг, которые предоставляет ваша компания, включает в себя характеристику соответствия спецификациям и времени предоставления услуг. Обязательно нужно учитывать, что услуга которая очень востребована на рынке вчера, не означает, что будет необходима завтра. Со временем очень быстро меняется желание покупателей и соответственно спрос.

Прибыль - это очень важный критерий оценки как для деятельности компания в целом, так и для нового направления. Под ним стоит понимать финансовый результат работы организации, определить его достаточно просто, необходимо из выручки вычесть все затраты, которые понесла компания. Конкретными параметрами прибыльности считаются:

- количество прибыли, отнесенное к количеству продаж;
- соотношение прибыли и совокупных активов;
- отношение прибыли к капиталу, которым обладает компания.

Производительность - отношение количества услуг и затрат, которые пошли на их реализацию. Производительность труда это величина переменная, на которую необходимо влиять и всегда стараться ее повышать как можно выше. Также стоит отметить, что производительность труда напрямую зависит от мотивации сотрудников.

Качество условий трудовой жизни - показатель, которые характеризует престиж работы, безопасность работников, удовлетворенность сотрудников, включая и руководство, то есть управление данной организацией. Каждый сотрудник, когда устраивается на работу в подсознание уже выстраивает свои потребности и желанию к обстановке и коллективу на работе, вот методом измерения данного критерия считает насколько соответствуют представления работника фактической ситуации.

Внедрение новшеств - реализация наработок, различных достижений в технологиях и системе управления в своей организации для выполнения заданных целей. В этом плане при открытии нового направления деятельности компании дает большие возможности для реализации данного критерия. Когда компания уже успешно работает и запущена, не всегда внедрение новшеств приносит лучший результат, а иногда наоборот ломает привычный алгоритм действий, который ведет к негативным последствиям. Это не говорит о том, что не надо пробовать и внедрять что-то новое, просто нужно больше оценивать риски и смотреть на конкретную ситуацию. Разработка одна и та же может дать положительный результат в

одной организации, но показать его в другой. Именно поэтому открытие нового направления деятельности оставляет большие возможности для маневрирования и внедрения каких-либо наработок. Также для развития данного параметра многие организации собирают предложения от сотрудников по ее улучшению, в том числе принимая и новаторские разработки, при этом за успешно реализованные сотрудники получают различные бонусы. Один из видов развития данного направления являются ежегодные конференции, на которых сотрудники презентуют свои продуманные работы, содержащие новизну и полезность внедрения разработки для собственной компании³.

Все вышеперечисленные критерии эффективности и ее оценки являются основными и на них стоит уделять огромное влияние. При открытии нового направления в компании обязательно в первую очередь необходимо просчитать критерии эффективности. Проектные показатели не всегда отображают реальную картину, и часто отличаются от фактических, но тем не менее по ним можно спрогнозировать и принять правильное решение еще на стадии создания расширения компании⁴.

¹ См.: О'Шонесси Дж. Принципы организации управления фирмой. М. : Прогресс, 1979. 420 с.;

Астафьева О.В., Юдина О.В. Исследование инновационной активности экономических систем // Экономика. Бизнес. Банки. 2017. Т. 3. С. 10-117.

² Николаев А.А. Основные критерии эффективности стратегического управления корпорацией // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 1 (99).

³ Орехов А.М. Методы экономических исследований. М. : Инфра-М, 2009. 392 с.

⁴ Адизес И. Интеграция. Выжить и стать сильнее в кризисные времена : пер. с англ. М. : Альпина Бизнес Букс, 2009. 128 с.

Пригожин А.И. Современная социология организаций : учебник. М. : Интерпракс, 1995. 296 с.

Акофф Рассел Линкольн. Планирование будущего корпорации. М. : Прогресс, 1985. 327 с.

Измайлов А.М., Стрельцов А.В., Бажуткина Л.П. Теоретические аспекты функционирования предпринимательских структур (на примере фармацевтической промышленности) // Экономика и предпринимательство. 2017. № 7 (84). С. 1106-1113.

CRITERIA OF DETERMINATION OF SUCCESS OF DEVELOPMENT OF THE NEW DIRECTION OF THE COMPANY

© 2017 Brusnichkin Aleksandr Alekseevich

Student of magistracy

© 2017 Kalimullin Denis Maratovich

PhD Econ., associate professor

Samara State University of Economics

E-mail: brusni4kin@mail.ru, Denis.kalimullin@jti.com

Keywords: overall performance, criteria of success, new direction, company, organization.

In article the main are described criterion for determination of success of development of the new direction of the organization and as to estimate them. At an initial stage of the new direction of the company it is very important to consider all criteria of efficiency at once and to construct work of the organization so that to achieve the maximum result, about it and it will be described in this work.

АУТСОРСИНГ СЛУЖБЫ СНАБЖЕНИЯ

© 2017 Брюхова Дарья Сергеевна

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: dashul.00@mail.ru

Ключевые слова: аутсорсинг, аутсорсинг службы снабжения, предприятие, конкуренция, управление поставками ресурсов.

Статья посвящена исследованию вопросов организации службы снабжения посредством аутсорсинга. Рассматриваются сущность этого понятия, схема проведения службы снабжения аутсорсером, преимущества и недостатки использования аутсорсинга.

Служба снабжения является одним из столпов, на котором базируется организация. Все важнейшие функции: закупка, поставка, доставка, хранение - все это лежит на службе снабжения.

В связи с высоким уровнем конкуренции ни одна компания не может себе позволить относиться халатно к данному отделу. Тщательный контроль за данной отраслью требует серьезных вложений не только финансовых, но и трудовых со стороны квалифицированных сотрудников, обеспечивающих работу данной службы. На все эти процессы потребуются значительные постоянные затраты, которые не все организации могут себе позволить. Так как извлечение прибыли - вот основная цель любой компании, то поиск наиболее выгодных решений и в отношении подбора персонала, создании и исключение целого отдела для минимизации затрат при максимализации прибыли - вот главная цель руководителя.

Одним из решений является аутсорсинг службы снабжения. Аутсорсинг - форма сотрудничества, определенная договором подряда, когда сотрудники организации работают в другой организации, подчиняясь менеджерам организации - заказчика¹.

Передача логистических функций аутсорсинговой компании является верным решением. Держать отдел логистики достаточно затратно для организации и не всегда может окупаться из-за некомпетентности сотрудников, подобранных руководителем. Выбирая услуги аутсорсинговой службы снабжения, руководитель может быть уверен, что требования будут исполнены в поставленные сроки, если же конечно фирма зарекомендовала себя на рынке. Но важнейшим преимуществом является сэкономленная прибыль, которую можно вновь пустить на пользу организации. Сокращение расходов и перекладывание обязанностей на плечи аутсорсера достаточно за низкую плату - оптимальный выход для того, что конкурировать среди остальных организаций. К примеру, аутсорсинговая компания Снабгениус² не берет более 5% от общей суммы за свои услуги. Это позволит сэкономить.

Закупка и снабжение являются ключевыми логистическими функциями. Существует две концепции поставок: "на расстоянии вытянутой руки" и "тесного сотрудничества". Отличия их основаны на том, что первая концепция базируется на краткосрочных закупках и отношениях, вторая же на долгосрочных, что имеет за собой больше выгод. Во-первых, работа с проверенной компанией сократит процент возможных ошибок и промахов. Во-вторых, скидки, которые производители предоставляют компаниям, долгие годы не изменяющих сотрудничеству³.

Методы и способы закупок аутсорсинговых служб снабжения определяются Положением заказчика о закупках и федеральным законом⁴.

Схема работы аутсорсинговой службы снабжения следующая:

1. Заказчик предоставляет заявку;
2. В кратчайшие сроки собираются предложения, оптимальные для заказчика, согласуя сроки и способ доставки;
3. Заключение договора;
4. Выписка счета на продукцию и услуги предоставленной компании;
5. После поступления денежных средств формируется заказ и отгрузка в адрес грузополучателя;
6. Контроль транспортировки продукции;
7. Проверка необходимых сопроводительных и бухгалтерских документов.

Исходя из данной схемы, заказчик может убедиться, что использование услуг аутсорсера избавит его от большого объема работы и от решения возникающих проблем.

Но, разумеется, и в применении данного метода есть свои недостатки. Распространенной проблемой использования аутсорсинга является рост зависимости компании от аутсорсера. Определенный риск заключается в предоставлении доступа к уникальным знаниям и ноу-хау⁵. Если предприятие крупное и обладает секретной информацией, при разглашении которой она потеряет свой уникальный статус и сильно "упадет" на рынке, то применение этого метода может негативно сказаться из-за утечки информации.

Из-за удобства данного метода организация может начать полностью зависеть от аутсорсинговой компании, так как важнейшее звено компании - отдел логистики - полностью находится под управлением сторонней организации.

В силу того, что аутсорсинг возник не так давно в России, качество услуг достаточно низкое, что опять же может сказать и на поставляемом товаре и на самой поставке, по причине которой могут быть сорваны важные сроки, которые лишают компанию прибыли.

Между тем, развитие аутсорсинга набирает широкие обороты не только в службе снабжения, но и управлении персоналом, производством. И не стоит сомневаться, что в ближайшем будущем данный метод будет широко задействован и в российских организациях, как сейчас он задействован в западных.

¹ Кицис В.М., Калабкина И.М. Аутсорсинг: понятие, сущность, предпосылки и преимущества использования // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. 2010. № 21.

² URL: <http://www.snabgenius.ru/profit>.

³ Юдакова О.В. Управление закупочной логистикой: проблемы и управленческие решения // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2014. № 3 (113).

⁴ О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц : федер. закон от 18.07.2011 № 223-ФЗ. URL: pro-goszakaz.ru.

⁵ Федоренко Р.В. Проблемы современного аутсорсинга и пути их решения // Перспективы науки. 2014. № 8 (59). С. 150-153.

Аникин Б.А., Рудая И.Л. Аутсорсинг и аутстаффинг. Высокие технологии менеджмента. М. : Инфра-М, 2007.

OUTSOURCING SUPPLY SERVICES

© 2017 Bryukhova Darya Sergeevna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: dashul.00@mail.ru

Keywords: outsourcing, supply service outsourcing, enterprise, competition, supply management.

The article is devoted to the study of the organization of the supply service through outsourcing. The essence of this concept, the scheme for carrying out the outsourcing service, the advantages and disadvantages of using outsourcing are considered.

УДК 331.1

ОСОБЕННОСТИ ЛОГИСТИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

© 2017 Головкина Анастасия Олеговна*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: golsia@mail.ru

Ключевые слова: кадровая логистика, персонал, кадровый менеджмент, система управления.

Рассматриваются аспекты применения кадровой логистики в организации. Анализируются особенности кадровых ресурсов. Описывается процесс вовлечения отдельных элементов кадровой логистики в общий процесс управления организацией.

* Научный руководитель - **Федоренко Роман Владимирович**, кандидат экономических наук, доцент.

Для успешной организации характерно максимальное использование потенциала своих работников¹. Этому способствует создание всех необходимых условий для наиболее полной отдачи работника и для систематического развития его потенциала.

Организации ищут новые пути повышения эффективности компании, поэтому внедрение логистического подхода в управлении персоналом будет их конкурентным преимуществом.

Как бы не казалось странным, но управление материальными ресурсами и управление персоналом в организации имеют общие черты, ведь, если есть поток (материальный или трудовой), значит, им можно управлять на основе логистических принципов.

Основные принципы логистики как нельзя лучше подходят к управлению персоналом организации:

- нужный продукт - нужный персонал;
- необходимого качества - необходимая квалификация и профессиональный опыт;
- в нужном количестве - в необходимой численности;
- в нужном месте - на определенном рабочем месте;
- в нужное время;
- с минимальными издержками².

Кадровая логистика является достаточно новым направлением в логистике, но сейчас ей уделяется все больше и больше внимания, ведь с ее помощью можно охарактеризовать эффективность использования трудовых ресурсов и соответственно, эффективную работу организации в целом.

Кадровая логистика организации - это раздел логистики, в котором изучается оптимизация потоков трудовых ресурсов предприятия³.

Как и любой другой вид ресурсов, трудовые ресурсы для начала должны поступать в логистические системы (устраиваться на работу), совершенствоваться и использоваться в них (выполнять обязанности в соответствии с занимаемой должностью, перемещаться по карьерной лестнице) и выходить за границы (увольняться). Следовательно, можно выделить 4 направления кадровой логистики:

- оптимизация входных потоков в соответствии с интересами фирмы;
- использование кадров;
- развитие кадров;
- высвобождение кадров.

Однако человеческие ресурсы имеют свои особенности, о которых необходимо помнить при организации управления.

Кадровые ресурсы - это не собственность предприятия. Их можно рассматривать как партнеров, которые заключают с организацией договор о найме. Задачей кадровой логистики является обеспечение гармоничного соотношения между вакансиями организации, требующими определенных квалификационных навыков и работниками, которые обладают данными качествами. Таким образом, формирование движения трудовых ресурсов на предприятии предполагает постоянный выбор наиболее перспективных вариантов с учетом таких факторов как требования к работникам и требования работников по поводу условий и содержания их труда.

Также особенность человеческих ресурсов состоит в том, что они взаимодействуют с организацией как разумные личности, а не как роботы, выполняющие конкретные функции.

В отличие от материальных, финансовых, сервисных и информационных потоков, они вступают во взаимодействие друг с другом, создавая социокультурную среду⁴.

Главной особенностью использования данных ресурсов является долгосрочный характер использования и способность к развитию.

Оптимизация и рационализация кадровых потоков являются главной целью и содержанием кадровой логистики. При этом, если говорить об оптимизации, следует указать цель движения кадровых потоков. Только в таком случае можно судить об ее продуктивности. При традиционном подходе управление каждой организацией, через которую проходит данный поток, осуществляется отдельно и задача оптимизации управления параметрами сквозного потока не ставится. В этом случае отдельные совершенствования на пути движения кадрового потока, которых добивается какая-либо фирма, могут не только не получить дальнейшего развития, но и быть разрушены. Следовательно, результирующие показатели движения кадрового потока (скорость, стоимость, качество составляющих его единиц и т.д.) комбинируются случайно и поэтому далеки от оптимальных.

Логистическая кадровая система предприятия может считаться продуктивной, если:

- все работники четко понимают и активно участвуют в реализации целей и задач своего предприятия;

- требования организации четко соблюдаются и выполняются абсолютно всеми работниками;

- персонал всех отделов предприятия эффективно взаимодействует друг с другом;

- результативно осуществляется взаимодействие с внешними партнерами;

- работники совершенствуют знания и применяют их в своей трудовой деятельности;

- происходит

- модернизация трудового законодательства в направлении лучшей сбалансированности интересов работодателя и работника⁵.

Подводя итог, можно сказать, что инвестиции в человеческие ресурсы и в их совершенствование, на основе логистического подхода, является одним из важнейших аспектов конкурентоспособности предприятия. Ведь хорошо обученные кадры с высоким уровнем знаний и опыта имеют не меньшую значимость, чем современные технологии и НТП.

¹ Шаталова Л.Н. Управление персоналом : учеб. пособие. М. : Юнити, 2003. С. 152.

² Мансуров Р.Е. Концепция логистического управления персоналом. URL: <http://www.aup.ru/articles/personal/24.htm> (дата обращения: 28.09.2017).

³ Сербин В.Д. Основы логистики : учеб. пособие. Таганрог : Изд-во ТРТУ, 2004. С. 170.

⁴ Митин А.Н., Кормин Н.Г. Логистический подход к управлению персоналом организации // Известия Уральского государственного экономического университета. 2007. № 1 (18). С. 46-52.

⁵ Беляева М.Г. Неформальные механизмы регулирования отношений субъектов рынка труда // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2014. № 9 (119). С. 129-133.

FEATURES OF LOGISTIC MANAGEMENT OF PERSONNEL IN THE MODERN ORGANIZATION

© 2017 Golovkina Anastasia Olegovna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: golsia@mail.ru

Keywords: personnel logistics, personnel, personnel management, management system.

The article examines aspects of the application of personnel logistics in the organization. The features of personnel logistics are analyzed. The process of involving individual elements of personnel logistics in the overall process of managing the organization is considered.

УДК 338

ПУТЬ К ЛИДЕРСТВУ И ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ

© 2017 Зарубина Ольга Константиновна*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: olgazarubinaa@gmail.com

Ключевые слова: лидерство, эмоциональный интеллект, стиль лидерства, качества лидера.

В данной статье поднимается актуальная во все времена тема лидерства.

Люди всегда пытались найти ответ на вопрос "является ли лидерство природным даром или это то, чему можно научиться"? Сколько было написано книг и снято различных фильмов на данную тему? Но до сих пор нет окончательного ответа на этот вопрос.

С другой стороны, можно обратиться к множеству руководителей, которые добились успеха в своей области¹. Спросив большинство из них о том, легко ли им было быть в роли руководителей, мы получим ответ: "Нет, прежде было много попыток и ошибок".

Необходимо раскрыть суть важнейших теорий лидерства, которые остаются важными по сей день.

* Научный руководитель - **Кочеткова Наталья Викторовна**, кандидат педагогических наук, доцент.

Первая теория - "Теория личных качеств"², рассматривающая важные качества, навыки, черты характера, присущие лидерам. К ним относятся: эмоциональная и физическая выносливость, энтузиазм, дружелюбие и привязанность, порядочность, умение вызывать доверие у людей. Помимо этого, лидер должен развить общий кругозор, моральные и волевые навыки, быть здоровым, быть способным к контролю и др. Согласно данному подходу, полагаясь на перечисленные качества и навыки, человек может стать успешным лидером. Но проблема состоит в том, что даже после проведения большого числа исследований не был найден универсальный тип лидера с присущими ему качествами, навыками и чертами, гарантирующий успех человеку в качестве лидера.

Следующий подход - поведенческий. В 1939 году психолог Курт Левин со своими коллегами обосновал, что стиль лидерства одномерный. Согласно данной теории существуют демократический, авторитарный и попустительский стили. В авторитарном стиле власть и ответственность в руках лидера, он сам устанавливает цели и выбирает средства для достижения. Плюсами такого стиля является быстрота и предсказуемость результата, но есть и минусы: такой лидер повышает равнодушие людей, растут риск принятия неверного решения и формирования людей-льстецов вокруг лидера.

В попустительском стиле лидер определяет цели, а группа может выбрать средства достижения. Плюсом является то, что потенциал членов команды не подрывается, а используется полно. Недостатком данного стиля является повышенный риск потери цели, неудача и провал при незрелости сотрудников.

Демократический стиль характерен тем, что лидер передает многие полномочия команде. Преимущество данного стиля состоит в том, что он оптимален в случае принятия ответственных решений, которые влияют на важные аспекты, но в то же время поддается мнению меньшинства, часто оказывающееся верным³.

Но существует множество различных ситуаций, соответствовать одному конкретному типу сложно и неэффективно. Так появляется ситуационный подход (разработали Кеннет Бланшар и Пол Херши), согласно которому лидер выбирает стиль поведения в зависимости от сложившейся ситуации в конкретный момент. Эффективность лидерских действий будет зависеть от его решения, какой стиль выбрать и какие личные качества применить для разрешения проблем и для дальнейших действий.

Важно помнить, что применение неверного стиля может породить отрицательные последствия. Итак, ситуационная модель предполагает существование двух основных типов действий лидера - командование (разъяснение людям, что необходимо делать и как, а затем отслеживание реализации поставленных указаний) и поддержка (выслушивание людей, поддержка и поощрение усилий, вовлечение в сам процесс разрешения каких-либо ситуаций). В свою очередь тех, с кем работает лидер, характеризует два типа: компетентность⁴ и мотивация (на выполнение поставленных указаний, уверенность в силах, ответственность за результат поставленных задач).

Личные стили успешных лидеров все же отличны друг от друга, и важно уметь подстраиваться под различные ситуации для эффективности действий. Но самые эффективные лидеры обладают эмоциональным интеллектом. Это вовсе не значит, что техни-

ческие навыки и IQ не важны - они важны, как необходимые условия лидера, но без эмоционального интеллекта, имея даже лучшее образование, аналитический ум и большое количество новых идей, человек не сможет стать хорошим лидером.

Какие же основные элементы эмоционального интеллекта? Это самоосознанность, саморегуляция, мотивация, эмпатия и коммуникабельность. Так, самоосознанность означает способность понимать свои побуждения и настроения и их влияние на людей (такие люди уверены в себе, они оценивают себя реалистично, относятся к себе с юмором). Саморегуляция - контроль над настроениями и перенаправление негативных импульсов, обдумывание действий до реализации их на практике (лидеры надежны и открыты к переменам). Мотивация - способность упорно и энергично стремиться к целям (такие руководители будут преданы своему делу, оптимистичны). Эмпатия означает способность понять настроения других людей и общение в соответствии с этими эмоциональными состояниями. И, наконец, коммуникабельность: способность находить общее с людьми, отсюда вытекает и умение создавать команды, и умение уговаривать, что немаловажно для лидера⁵.

Несмотря на существование теорий лидерства, стилей, содержащих необходимые, казалось, качества и перечисляющих навыки и черты, мир изменяется слишком быстро, так что едва ли лидер будет выбирать, какому типу ему соответствовать. Действительно важно одно: лидерами не рождаются, ими становятся. Будет много ошибок, прежде чем после нелегкого пути, узнав наиболее важные аспекты руководства людьми, руководитель станет хорошим и эффективным лидером.

¹ Печерская Э.П., Кочеткова Н.В. Формирование ключевых компетенций профессиональных участников финансового рынка в системе бизнес-образования // Вопросы современной науки и практики / Университет им. В.И. Вернадского. 2008. Т. 1. № 2. С. 132-136.

² Егошин А. Что делает человека лидером? ConsultPM, 2015.

³ Герасимов Б.Н. Содержание управленческой деятельности // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 8 (106).

⁴ Кен Бланшар. Лидерство: к вершинам успеха. СПб. : Питер, 2007.

⁵ Гоулман Дэниел. Что создает лидера? // The Harvard Business Review.

THE PATH TO LEADERSHIP AND EMOTIONAL INTELLIGENCE

© 2017 Zarubina Olga Konstantinovna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: olgazarubinaa@gmail.com

Keywords: leadership, emotional intelligence, leadership style, leader quality.

In this article, the topic of leadership that is topical at all times is raised.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ МАТЕРИАЛЬНЫМИ РЕСУРСАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ

© 2017 Ивахова Алена Михайловна

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: alyona_ivakhova@mail.ru

Ключевые слова: материальные ресурсы, материальные запасы, предприятие, прибыль, оборотные активы.

Правильная, рационально организованная система материально-технического снабжения и сбыта в значительной мере предопределяет уровень использования средств производства, изменение производительности труда, себестоимости продукции, увеличение прибыли и рентабельности на предприятии. Это и определяет значение и роль материально-технического снабжения в системе производственного менеджмента.

Начальным этапом производственного процесса является снабжение производства всеми необходимыми материальными ресурсами, а завершающим является сбыт готовой продукции. Под материально-техническим снабжением предприятия понимается процесс обеспечения его всеми видами материально-технических ресурсов в нужные сроки и в тех объемах, которые необходимы для нормального осуществления его производственно-хозяйственной деятельности. От организации этого снабжения и своевременности поступления ресурсов в производство в нужном количестве, надлежащего качества и в необходимом ассортименте зависят равномерный выпуск и качество уже готовой продукции, а также эффективность деятельности предприятия¹.

Материальные запасы можно классифицировать по их экономическому предназначению и месту в процессе кругооборота фондов производства и обращения. Мнение об основных группах материальных запасов устоялось в экономической литературе, которая посвящена проблемам товарного обращения. Из этих групп можно выделить следующие виды запасов: производственные запасы (совокупность исходного сырья, материалов и изделий, обеспечивающих бесперебойность производственного процесса); запасы готовой продукции (совокупность той продукции, которая накапливается на складах изготовителей до величины партии отгрузки и уже прошедшая техническую приемку); товарные запасы на складах предприятий и организаций оптовой торговли; транспортные запасы (товары, находящиеся в процессе перемещения на пути от изготовителей (продавцов, поставщиков и т.п.) к потребителям) и государственные запасы (резервы) на случай чрезвычайных ситуаций и стихийных бедствий.

Все эти перечисленные виды материальных запасов образуют товарно-материальный поток или совокупно - материальный запас народного хозяйства с учетом последовательности образования².

Комплексное и бесперебойное обеспечение материальными ресурсами потребителей - есть результат правильного понимания значения материальных запасов, оптимального управления и широкого маневрирования ими. Образование запасов - это объективное условие процесса воспроизводства, которое обеспечивает его непрерывность.

Средства производства занимают значительное место в общем объеме материальных ресурсов, также являются как предпосылкой, так и результатом производства, как исходным, так и завершающим моментом. Материальные ресурсы могут последовательно видоизменяться в процессе своего движения на разных стадиях производства и товарного обращения. Готовая продукция одного производства в последующем становится исходным компонентом производства другого в виде сырья, топлива, оборудования или полуфабрикатов. На каждой из этих стадий образуются материальные запасы. Это означает приостановку движения средств производства. Но, хоть эта приостановка и замедляет движение, она создает необходимое условие для непрерывности производства и обращения. Вышедшая из производства продукция сохраняет свою товарную форму от момента изготовления к моменту поступления к потребителю, независимо от того, как она доставляется (непосредственно или через оптово-торговые фирмы). Образование запасов означает временное омертвление оборотных средств, вложенных в них. Так, в период хранения материалов, находящихся в запасе, не создается их новая стоимость. Таким образом, второе требование к материальному запасу - это его максимально возможное сокращение одновременно с повышением степени мобильности³.

Образование и хранение запасов требуют затрат, размер которых зависит не только от их величины, но и от расстояния и способа их доставки к местам хранения, от способа и времени хранения и т.д. Следовательно, третьим требованием к формированию запаса является минимизация совокупных издержек, связанных с его образованием.

Образование запаса носит преимущественно вероятностный характер. Это динамическая категория, которая должна быть учтена при решении задачи по управлению запасами. С этой целью применяют специальные методики нормирования производственных и товарных запасов. Предприятия, с помощью этих методик, определяют нормы запасов, использующихся в балансовых расчетах и служащих основой для контроля, оперативного управления и учета уровня запасов⁴.

Основная задача предприятия по организации и управлению материально-техническим снабжением - обеспечение бесперебойного, своевременного снабжения производства всеми необходимыми материальными ресурсами в точном соответствии с определенными плановыми заданиями. При этом сам процесс снабжения должен осуществляться минимальными транспортно-складскими затратами и наилучшим

использованием материальных ресурсов в производстве. Необходимые виды материальных ресурсов; количество материальных ресурсов, требуемое для выполнения производственной программы; площади складских помещений для хранения материальных ресурсов, затраты на материально-техническое снабжение- все это необходимо определить в процессе планирования материально-технического снабжения. Запасы основных и вспомогательных запасов и материалов, а также быстроизнашиваемых производственных средств необходимы предприятию для обеспечения возможности производства собственной продукции до срока поступления следующей партии, при этом обеспечив возможность изменения потребности сырья и материалов при поставке.

Подытожив все вышесказанное, запасы сырья и материалов на предприятии колеблются между их минимальным значением и наибольшим значением необходимых запасов.

Минимальное количество запасов состоит из:

- календарного запаса (служит для преодоления времени, которое необходимо для загрузки, проверки и регистрации поступивших материалов и сырья)

- необходимого для складирования запаса (запас, требующий выполнения определенных правил хранения и только через определенное, заранее заданное время приобретает свою производственную ценность)

- аварийного запаса (запас, всегда находящийся в наличии и служащий для выравнивания непредвиденных изменений от поставок сырья и материалов до их потребления, а также от их потерь)

Текущим запасом сырья и материалов является разница между преобладающим значением обоснованного минимального запаса и экономически и организационно обоснованного наибольшего запаса⁵.

Подводя итог, можно сказать, что правильно управлять материальными ресурсами предприятия, избегая излишних издержек, можно при правильном и логическом подходе к существующим методам управления. Учитывая необходимость правильного распределения и эффективного использования материальных ресурсов, постоянного учета и контроля их распределения, целесообразно наладить систему ежедневного учета товарных запасов и движения ресурсов, занятых в производстве, с использованием современных средств автоматизации.

¹ Финансовый менеджмент: теория и практика / под ред. Е.С. Стояновой. М. : Перспектива, 2010. 657 с.

² Макаренко М.В., Махалина О.М. Производственный менеджмент : учеб. пособие для вузов. М., 2013. 336 с.

³ Николаев А.А. Основные критерии эффективности стратегического управления корпорацией // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 1(99). С. 72-74.

⁴ Жданова Л.А. Организация и управление промышленной фирмой. М. : Аудит, Юнити, 2012. 279 с.

⁵ Зайцев Н.Л. Экономика промышленного предприятия. М. : Инфра-М, 2011. 336 с.

IMPROVEMENT OF THE MANAGEMENT SYSTEM OF MATERIAL RESOURCES OF THE PRIORITY

© 2017 Ivakhova Alyona Mikhailovna
Student

Samara State University of Economics
E-mail: alyona_ivakhova@mail.ru

Keywords: material resources, material stocks, enterprise, profit, current assets.

In the general management of the enterprise, the management of the material resources of this enterprise is very important. In order to ensure profitability, it is necessary to build the correct structure of the movement of material resources in the enterprise.

УДК 338.3

РАЗВИТИЕ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ МАТЕРИАЛЬНЫМИ ЗАПАСАМИ И ИХ ЗНАЧЕНИЕ В ПОВЫШЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

© 2017 Калашникова Екатерина Алексеевна
студент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: kalashnikowa.catya@yandex.ru

Ключевые слова: система управления, материальные запасы, модель, оптимизация.

Рассматриваются ключевые этапы эволюции основных систем управления материальными запасами, обосновывается необходимость создания универсальной интегрированной модели управления запасами.

Оптимизация процесса управления материальными запасами - одна из первоочередных задач в общей политике управления предприятия.

Зачастую создание резервов материальных запасов приводит к неблагоприятным последствиям. В первую очередь, при долговременном поддержании чрезмерного уровня запасов происходит "замораживание" оборотных средств (до 80 % в некоторых отраслях). В случае дефицита запасов предприятие понесет убытки, связанные с неудовлетворением спроса или невыполнением заказа, с потерей заказчика или канала сбыта, с утратой доверия у широкого круга потребителей!

В первой половине XX века были предложены статические математические модели управления запасами (УЗ), направленные на решение задач по нахождению оптимального уровня запасов, а также минимизации суммарных финансовых расходов, связанных с их закупкой, доставкой, использованием и хранением. Однако вследствие увеличения количества входных параметров, а также их флуктуации, статические модели претерпели ряд изменений и получили дальнейшее развитие.

Эволюцию статических моделей иллюстрируют четыре системы УЗ, применение которых возможно только в том случае, если в рассматриваемой экономической системе нет отклонений от таких параметров как уровень запаса, уровень страхового запаса, объем заказа, интервал времени между заказами и расход запасов в единицу времени.

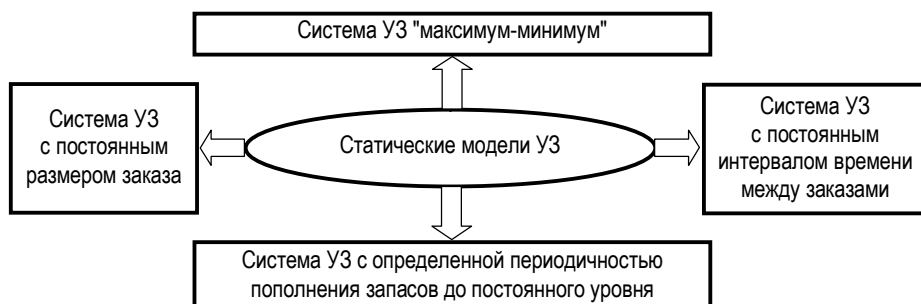


Рис. Статические математические модели управления запасами

На практике в любых системах присутствуют многообразные сочетания возмущающих воздействий, отклоняющих систему от нормального функционирования и имеющих синергический эффект воздействия.

В логистической системе такой эффект представлен Bullwhip-эффектом (эффектом кнута), который впервые был упомянут американским инженером Д. Форрестером и популяризирован в 1997 году. Он представляет собой явление, заключающееся в увеличении амплитуды колебаний параметров участников системы по мере передачи информации по логистической цепи. Результатом являются сбои в движении различных потоков, которые приводят к таким неблагоприятным последствиям, как невыполненные заказы, падение уровня сервиса, непрогнозируемые планы производства и высокие закупочные цены.

Вследствие скачка в развитии информационных технологий системы управления переходят на новый качественный уровень: эффективная система управления в сочетании с информационной системой. На смену концепции максимизации запасов приходят концепции оптимизации и минимизации запасов. Современные системы управления производством представляют собой интегрированную систему, где все процессы рассматриваются как единое целое.

Созданные в Японии KANBAN и JIT ориентированы на мониторинг спроса и автоматизацию каждой стадии (тянущие системы).

Система KANBAN, разработанная и реализованная фирмой "Toyota" в 1962 году, работает по принципу вытаскивания объектов незавершенного производства с преды-

дущих участков. Ключевым фактором системы, предусматривающей работу с узким кругом доверенных поставщиков, является поставка только качественного сырья в минимальные сроки. Полупродукты производятся непосредственно к моменту подачи на следующую стадию производственного цикла, а исходное сырье поставляется только при необходимости производства промежуточных продуктов. Для успешного функционирования системы KANBAN необходимо, чтобы производство четко соответствовало требованиям рынка. При колебаниях рыночной конъюнктуры спрос может измениться в несколько раз, в результате чего система может работать некорректно.

Система JIT (just-in-time) также полностью зависит от спроса. Ее цель - минимизация расходов производства за счет исключения потерь и затрат производственных ресурсов. Ее основные критерии - наличие надежных поставщиков и сокращение сроков поставки до минимума (1-2 дня).

Появление толкающих систем MRP (планирование производственных ресурсов) в конце 60-х гг., а затем системы ERP (планирование ресурсов предприятия) в конце 80-х гг. XX века было обусловлено поиском путей оптимизации производственных процессов руководителями постоянно растущих организаций. Главное достижение этих систем - минимизация затрат, связанных с запасами.

Эволюция основных систем управления производством

	MRP	MRP II	ERP
Основные функции систем управления предприятием	Управление: спецификацией изделия; запасами; производственными заказами; производством; потребностями в материалах. Составление производственного расписания. Контроль производства	Управление финансами и заказами потребителей. Бизнес-планирование. Планирование ресурсов, продаж, производства. Разработка основного плана производства	Финансовое и бизнес-планирование и моделирование. Планирование и управление продажами, маркетингом, сбытом. Управление ресурсами, поставками, производством

Помимо основных систем для оптимизации системы управления на предприятиях используются и другие концепции.

Система OPT (оптимизированная производственная технология), компьютеризированный аналог KANBAN-системы, также получила распространение в 80-е гг. XX века. Ее цель - поиск в цепи "закупки - производство - сбыт" точки критических ресурсов и устранение проблемы путем повышения эффективности функционирования критической точки². Система OPT позволяет в автоматическом режиме решать задачи по оперативному управлению, используя критерии обеспеченности сырьем, рациональности использования ресурсов и гибкости производства. Результатом является уменьшение расходов, сокращение производственного цикла, снижение объемов незавершенного производства и оптимизация площадей.

Развитие логистики обусловило появление системы DRP (планирование распределения продукции), имеющей механизм функционирования, привязанный к логистическим каналам распределения. Данные системы работают при нестационарном спросе, что накладывает ограничения, связанные с планированием, управлением и контролем запасов продукции по всей длине цепочки сбыта³.

Система DRP II появилась в США и Европе в начале 90-х гг. XX века. В ней применяются усовершенствованные алгоритмы работы DRP, рассчитанные на использование в телекоммуникационных системах и локальных сетях в режиме онлайн, комплексно решаются вопросы, связанные с мощностью производства, эффективностью сервиса и прогнозированием спроса на основе более эффективных моделей.

Принцип усовершенствованной системы ERP II (управление ресурсами и внешними связями предприятия), появившейся в начале XXI века, - совокупность актуальных для определенной отрасли пакетов ПО, служащих для оптимизации внешних и внутренних процессов предприятия. Система также распространяет свою деятельность на взаимодействие со всеми контрагентами и интернет-торговлю.

К современным концепциям оптимизации относятся также CRM (управление отношениями с покупателями), CSRP (планирование ресурсов, объединенное с покупателем), SCM (управление отношениями с поставщиками).

Наиболее распространенными общими недостатками современных систем управления являются: высокая стоимость, продолжительное внедрение, трудности освоения, дополнительные косвенные затраты, зависимость от поставщика системы управления⁴.

Таким образом, система управления материальными запасами, воспринимаемая на сегодняшний день как часть логистической системы и, в свою очередь, как часть системы управления предприятием в целом, имеет большое значение.

Исходя из мировой практики управленческой деятельности, а также взглядов авторитетных теоретиков менеджмента, можно утверждать, что устойчивое развитие производства и поддержание его конкурентоспособности в долгосрочной перспективе зависят от инноваций, которые являются важнейшим элементом управления в организации, ориентированной на стратегический успех⁵.

Поэтому можно сделать вывод о том, что в целях оптимизации управления материальными запасами на промышленных предприятиях сегодня существует необходимость создания инновационной адаптивной интегрированной модели управления запасами. Данная модель должна отвечать требованиям простоты использования, минимизации затрат на внедрение и обслуживание, а также соответствовать инновационным тенденциям в области использования информационных технологий.

¹ Данилина Е.И., Данилин В.Н., Горелов Д.В. Совершенствование управления в современных условиях хозяйствования // Вопросы региональной экономики. 2012. № 2 (11).

² "Толкающие" и "тянущие" системы управления запасами. URL: https://studme.org/1387112623043/logistika/tolkayuschie_tyanuschie_sistemy_upravleniya_zapasami.

³ DRP (Distribution Requirementa Planning) и DPR II (Distribution Resource Planning). URL: https://studme.org/1257091315030/logistika/drp_distribution_requirements_planning_drp_distribution_resource_planning_sistemy.

⁴ Калиновский С.А. Учетно-аналитическое обеспечение управления материально-производственными запасами // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2007. № 5 (31).

⁵ Джамалдинова М.Д., Калининская А.А. Разработка стратегии развития организации в посткризисный период на основе инновационного потенциала предприятия // Вопросы региональной экономики. 2012. № 2 (11).

DEVELOPMENT OF MATERIEL INVENTORIES MANAGEMENT SYSTEMS AND THEIR ROLE IN INCREASING OF PRODUCING ENTERPRISES EFFICIENCY

© 2017 Kalashnikova Ekaterina Alekseevna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: kalashnikowa.catya@yandex.ru

Keywords: management system, materiel inventories, model, optimization.

The article examines the key stages in the development of basic controlled-stocks systems and also explains the necessity of creating the universal integrated model of inventory control.

УДК 311.2

К ВОПРОСУ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТРИГГЕРОВ В РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

© 2017 Карпов Иван Алексеевич

кандидат экономических наук, доцент

© 2017 Крячков Александр Федорович

кандидат экономических наук, доцент

© 2017 Фомин Владимир Ильич

доктор педагогических наук, профессор

Самарский государственный экономический университет

E-mail: karpovivan79@yaridex.ru, kryachkov.aleksandr@mail.ru,

fomin-v-i@ya.ru

Ключевые слова: реклама, рекламная кампания, рекламный триггер, мотивация потребителей.

Рассмотрено понятие рекламного триггера с позиций взаимосвязи с мотивацией потенциального потребителя, с позиций иерархической модели коммуникационной рекламы, с позиций использования суггестии в рекламе.

В условиях конкуренции на массовом рынке любая организация реализует рекламную деятельность, проводит рекламные кампании. В обобщенном виде планирование рекламной кампании предполагает реализацию следующих шагов: разработка

творческой стратегии; определение бюджета; выбор носителей рекламных сообщений; создание рекламных сообщений¹. При этом генерация идей, лежащих в основе рекламных сообщений, должна основываться на глубоком изучении характеристик целевой аудитории, для подбора аргументов, способных, с высокой степенью вероятности, простимулировать покупку рекламируемого товара. Безусловно потребительские предпочтения зависят от множества факторов и для эффективного воздействия на них требуется кастомизация коммуникаций и предложения. Такой подход предполагает наличие более высоких затрат и соответственно является сложно реализуемым при работе с массовым рынком. При этом необходимо отметить, что в последнее время некоторыми исследователями отмечается гомогенизации потребностей людей. Эта тенденция формируется под воздействием средств массовой информации, которые в условиях глобализации переакцентировались на потребительско-активизированную функцию, что приводит к формированию соответствующей потребительской культуры². На основе нее формируются некоторые образцы покупательского поведения, которые со временем могут превращаться в привычки. Формирование привычного покупательского поведения осуществляется вследствие усилий продавцов реализуемых в рамках маркетинговых коммуникаций, среди которых важнейшую роль играет реклама. Обобщенно целями коммерческой рекламы является стимулирование пробной и/или повторных (постоянных) покупок. Для запуска процесса приводящего к покупке реклама должна содержать так называемые "триггеры". Под триггером в рекламе понимается некий сигнал приводящий к действию, первый этап формирования покупательской привычки. Так если мотив покупательского поведения можно определить как внутреннее психологическое состояние совпадающее с потребностями личности, то триггер это раздражитель стимулирующий замотивированного потребителя на соответствующее действие. Таким образом, триггеры в рекламе должны быть непосредственно связаны с мотивацией представителей целевой аудитории чтобы инициировать процесс приводящий к покупке. Используемые в рекламе триггеры можно условно разделить в соответствии с классификацией мотивов на рациональные, эмоциональные и нравственные³.

К рациональным относят экономический мотив, мотив надежности и гарантии, мотив удобства, освоенный знакомый опыт и т.д. К этой группе можно отнести триггеры содержащие рациональные аргументы, например, "скидка до 30%", "одобрено педиатрами" и т.д.

К эмоциональным мотивам относят: желание избавиться от негатива и получение положительных эмоций, мотив самореализации, повышения имиджа, радости и т.д. К этой группе можно отнести триггеры содержащие иррациональные аргументы, например, "Быть как никто другой", "Волна эмоций" и т.д.

К нравственным мотивам относят: защита окружающей среды, помощь социально незащищенным слоям населения, мотив сострадания и т.д. В данном случае триггер может звучать так: "Каждый десятый рубль от вашей покупки мы передаем в дом милотки".

Оценивая в количественном выражении популярность использования триггеров в рекламе можно отметить, что первая группа (соответствующие рациональным мотивам) используются наиболее часто. Об этом свидетельствует исследование телевизионной рекламы проведенное Малышевой Е.С. Согласно ему в рекламе преобладает воздействие на мотивы экономичности, психофизиологические мотивы (товар полезен для здоровья), мотив высокого качества⁴. Факт большей популярности воздействия с точки зрения рациональности также подтверждается исследованием Колышкиной Т.Б., Шустининой И.В. в котором при анализе текстовой рекламы только 4,8% текстов содержат слова категории состояния⁵. Здесь необходимо отметить, что воздействие на нравственные мотивы несмотря на меньшую популярность считается достаточно эффективным. Так в результате исследований выявлено, что:

- 38% потребителей в России готовы покупать товары социально-ответственных компаний по завышенным ценам;
- 86% покупателей основной причиной переключения на конкурирующую торговую марку считают активное участие конкурирующей фирмы в решении социальных проблем;
- 61% потребителей готовы совершить пробную покупку нового товара, если покупка способствует какому-либо доброму начинанию⁶.

Рассматривая с точки зрения классической иерархической модели коммуникационных целей AIDA (акроним от англ. attention, interest, desire, action) реклама должна привлекать внимание, вызывать интерес, стимулировать желание приобрести рекламируемый товар и побуждать к действию. При этом триггером может стать как информация ориентированная на достижение совокупности всех целей, так и направленная на достижения любой цели из указанных элементов модели, в зависимости от степени мотивированности, готовности потенциального потребителя совершить покупку. Так, например, в текстовой рекламе привлечение внимания может быть реализовано за счет заголовка, этой же информации может оказаться достаточно для стимулирования потенциального потребителя на покупку.

Для повышения эффективности рекламного сообщения триггер целесообразно создавать с эффектом суггестии (внушения). При этом в сообщаемую информацию должен встраиваться смысл того, что требуется внушить потребителю⁷. Для этого может применяться обращение к психологически важному для человека образу, путем вызова соответствующих ассоциаций, или апелляция к фантазиям, идеалам потребителя. Также в контексте рассмотрения воздействия рекламными триггерами нельзя не коснуться темы попыток создания сублиминальной рекламы (воздействующей на подсознание). И несмотря на то, что психологическому воздействию поддается только от 20 до 30% всего населения⁸ в теории описаны некоторые способы такого влияния на подсознание. К ним относят рационализацию (нахождение логического оправдания для поступков, которые противоречат убеждениям личности), регрессию (оживление в памяти дорогих для человека чувств пережитых в детстве).

Таким образом, резюмируя вышесказанное отметим, что использование триггеров в рекламе может быть формализовано в рамках рассмотрения основных моделей, требований и рекомендаций достаточно глубоко проработанных и используемых при создании рекламных сообщений.

¹ Карпов И.А., Крячков А.Ф. Кросс-маркетинг как форма развития внутреннего туризма на примере Самарской области // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2016. № 12 (146). С. 58-62.

² Богатырева О.В. Реклама как инструмент формирования мотивации потребительского поведения // Научный вестник / Невинномыс. гос. гуманитар.-техн. ин-т. 2015. Т. 3. С. 55-60.

³ Нюшенкова М.Л. Реклама как условие мотивации и привлечения внимания потребителей социально-культурных услуг // Новая наука: проблемы и перспективы. 2016. № 3-1 (67). С. 140-143.

⁴ Малышева Е.С. Ценностные характеристики телевизионной рекламы // Проблемы современной науки и образования. 2016. № 19 (61). С. 113-116.

⁵ Колышкина Т.Б., Шустина И.В. Языковые средства реализации позитивной базовой мотивации потребителей в рекламном тексте // Вестник Костромского государственного университета. 2014. Т. 20. № 6. С. 203-207.

⁶ Карпов И.А., Крячков А.Ф. Аспекты социально-ответственного маркетинга в малом бизнесе // Российская наука: актуальные исследования и разработки : сб. науч. ст. 1 Всерос. заоч. науч.-практ. конф., посвящ. 85-летию Самар. гос. экон. ун-та, 10 июня 2016 г. Ч. 1. Самара : Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2016. С. 75-78.

⁷ Герасименко И.Е. Лингвистическая природа суггестии рекламы // Новая наука: от идеи к результату. 2016. № 11-2. С. 35-37.

⁸ Литвинова Н.В., Рябова Т.В. Сублиминальное влияние рекламы // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. 2014. № 11. С. 65-69.

BY THE USE OF TRIGGERS IN PROMOTIONAL ACTIVITIES

© 2017 Karpov Ivan Alekseevich

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

© 2017 Kryachkov Alexander Fedorovich

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

© 2017 Fomin Vladimir Ilyich

Doctor of Pedagogical Sciences, Professor

Samara state University of Economics

E -mail: karpovivan79@yaridex.ru, kryachkov.aleksandr@mail.ru,
fomin-v-i@ya.ru.

Keywords: advertising, advertising campaign, advertising a trigger the motivation of consumers.

The article deals with the concept of advertising trigger from the standpoint of the relationship with the motivation of the potential consumer, from the standpoint of hierarchical model of communication purposes, from the standpoint of the use of suggestion in advertising.

ИССЛЕДОВАНИЕ ВНЕШНЕЙ И ВНУТРЕННЕЙ СРЕДЫ ОАО "РЖД"*

© 2017 Карпова Наталья Петровна

доктор экономических наук, доцент

© 2017 Швецова Елена Владиславовна

кандидат экономических наук, доцент

© 2017 Носков Сергей Викторович

доктор экономических наук, профессор

© 2017 Тойменцева Ирина Анатольевна

доктор экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: natk08@rambler.ru, Shvetsova.e@mail.ru, noskov50@yandex.ru,

tia67@rambler.ru

Ключевые слова: факторы внутренней среды, факторы внешней среды, SWOT-анализ, ОАО "РЖД", рентабельность, основные средства, запасы, выручка компании.

Проанализирована среда делового окружения ОАО "РЖД", выявлены сильные и слабые стороны, возможности и угрозы компании, построена модель изменения выручки ОАО "РЖД".

ОАО "РЖД" является лидером на рынке железнодорожных перевозок. Миссия динамично развивающейся общенациональной транспортной компании состоит в удовлетворении рыночного спроса на перевозки и качества услуг, за счет:

- увеличения масштаба транспортного бизнеса;
- повышения безопасности перевозок;
- глубокой интеграции в Евроазиатскую транспортную систему;
- повышения финансовой устойчивости и эффективности.

Главные цели деятельности общества - обеспечение потребностей государства, юридических и физических лиц в железнодорожных перевозках, работах и услугах, оказываемых железнодорожным транспортом, а также извлечение прибыли.

ОАО "РЖД" обладает обширной ресурсной базой. Несмотря на то, что ОАО "РЖД" на сегодняшний день практически не обладает собственным парком вагонов, но практически вся инфраструктура, локомотивы и т.д. до сих пор находятся под контролем ОАО "РЖД", тем самым, обеспечивая бесперебойность перевозочного процесса.

* Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований, проект № 17-02-00155 "Стратегические решения в логистике снабжения предприятий железнодорожного транспорта".

Каждая организация имеет свою собственную среду, окружение, охватывающие большое количество факторов, которые могут, так или иначе, воздействовать на функционирование, как в текущем, так и в перспективном периоде.

К среде делового окружения относятся факторы прямого воздействия, которые влияют на деятельность организации.

Первым фактором прямого воздействия на ОАО "РЖД" являются поставщики, среди которых можно выделить:

1. Стратегическим поставщиком ОАО "РЖД" является ОАО "ТВС" (открытое акционерное общество "ТрансВудСервис"), крупнейшая компания на рынке производства деревянных шпал;

2. ЗАО "Трансмашхолдинг" - крупнейший поставщик подвижного состава;

3. ЗЭТА "Контакт" (Завод электротехнической арматуры "Контакт") осуществляет поставку деталей для контактной сежи ЖД;

4. ЗАО ЭПФ "Судотехнология" - поставщик материально-технических ресурсов;

5. Предприятия черной металлургии, топливо-энергетического комплекса, машиностроительные предприятия, угольные комбинаты и т.д..

Втором фактором прямого воздействия на ОАО "РЖД" являются трудовые ресурсы. В условиях постепенного восстановления объемов перевозок в компании удалось выйти на докризисный уровень по применению режимов неполного рабочего времени и удерживать стабильно низкий уровень охвата работников, работающих в условиях снижения нормы рабочего времени.

Третий фактор прямого воздействия в ОАО "РЖД" являются законы и государственные органы. Многие законы и государственные учреждения влияют на организацию, т.к. каждая организация имеет правовой статус, что определяет то, как она будет вести свои дела и какие налоги должна платить. ОАО "РЖД" ведет свою деятельность в соответствии со своим уставом, правилами и законами РФ.

Четвертым фактором прямого воздействия на ОАО "РЖД" являются потребители:

- внешние потребители ОАО "РЖД" - организации или физические лица, потребляющие конечную услугу или продукцию ОАО "РЖД" (например, грузовладельцы, пассажиры, компании-операторы, компании-владельцы частного подвижного состава, дочерние и зависимые общества ОАО "РЖД");

- внутренние потребители ОАО "РЖД" - структурные подразделения ОАО "РЖД" на этапе приемки от смежного структурного подразделения законченного результата промежуточного процесса в цепочке создания конечной услуги или продукции (например, служба перевозок по отношению к службе пути при организации "окон", локомотивная бригада по отношению к бригаде экипировки подвижного состава).

Пятым фактором прямого воздействия на ОАО "РЖД" являются конкуренты. В современных условиях на рынке железнодорожных перевозок получили широкое распространение практически все виды конкуренции: внутриотраслевая, в том числе за счет постепенного увеличения доли парка грузовых вагонов, находящихся в частной собственности, межвидовая, международная. Этому способствовали принятые государствен-

ные меры в области реализации Программы структурного реформирования железнодорожной отрасли.

К факторам косвенного воздействия относятся: технологии; социокультурные факторы; политические факторы; экономические факторы. Теперь рассмотрим каждый фактор относительно ОАО "РЖД":

- технологии: на железной дороге существует множество передовых технологий, но, к сожалению, не реализуются весь потенциал, в силу того, что невозможно технически обеспечить каждую станцию новейшими разработками.

- социокультурные факторы: услуги ОАО "РЖД" очень востребованы в современной экономике, т.к. дают возможность доставить клиента или груз в любую точку России за короткое время и по оптимальной цене, но и с максимальной безопасностью. За счет цен, которые соответствуют уровню заработной платы населения, услуги ОАО "РЖД" доступны каждому.

- политические факторы: контрольный пакет акций ОАО "РЖД" принадлежит государству, поэтому все политические факторы непосредственно затрагивают деятельность компании.

- экономические факторы: состояние экономики напрямую влияет на функционирование организации и на покупательскую способность населения. За счет нестабильности экономики с 2014 г цены на ресурсы, предоставляемые для ОАО "РЖД" возросли вдвое, что заставило ОАО "РЖД" поднять цены на свои услуги.

Для совокупного анализа внешней и внутренней среды организации целесообразно провести SWOT-анализ, результаты которого представлены в табл. 1.

Таблица 1

SWOT-анализ ОАО "РЖД"

Сильные стороны	Слабые стороны
<p>Устойчивая репутация надежного перевозчика грузов и пассажиров</p> <p>Узнаваемость бренда</p> <p>Разветвленная транспортная инфраструктура, возможность сокращения издержек за счет "эффекта масштаба"</p> <p>Вертикально интегрированная структура, обеспечивающая высокую надежность перевозок</p> <p>Наличие специализированных дочерних обществ, ориентированных на высокоэффективные сегменты транспортного рынка</p> <p>Значительный потенциал привлечения инвестиций</p> <p>Владение уникальными технологиями в области железнодорожных перевозок</p>	<p>Недостаточный уровень рентабельности</p> <p>Отставание техники и технологии перевозок на отечественном рынке от мировых тенденций</p> <p>Высокая фондоемкость деятельности при высоком физическом и моральном износе основных фондов наряду с недостаточностью инвестиционных ресурсов</p> <p>Неразвитость системы востребованных дополнительных услуг</p> <p>Низкая диверсификация бизнеса</p>

Возможности	Угрозы
<p>Реализация сетевого контракта между государством и компанией на обеспечение необходимого уровня пропускных и провозных способностей инфраструктуры</p> <p>Компенсация государством выпадающих доходов при реализации социальных проектов</p> <p>Развитие институтов частно- государственного партнерства</p> <p>Реализация программ повышения эффективности деятельности компании на основе внедрения инновационных технологий</p> <p>Повышение клиентоориентированности и качества перевозок</p> <p>Увеличение доли рынка перевозок высокодоходной продукции (в том числе за счет роста контейнеризации перевозок, развития смежных с перевозками видов услуг)</p>	<p>Усиление конкуренции на рынке рабочей силы за высококлассных специалистов в условиях сложной демографической ситуации в ряде регионов</p> <p>Усиление конкуренции в традиционных и развивающихся, потенциально доходных сегментах внутреннего и зарубежного транспортного рынков</p> <p>Усложнение организации единого технологического процесса перевозок в результате реструктуризации бизнеса компании</p> <p>Ужесточение регуляторной среды</p>

Как видно из табл. 1 среди возможных угроз можно выделить недостаточный уровень рентабельности. В табл. 2 представлен расчет основных показателей рентабельности ОАО "РЖД".

Таблица 2

Динамика рентабельности ОАО "РЖД"

Показатель	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Рентабельность продукции, %	6,42	5,03	10,61	6,00	5,20	4,47	4,36	5,87	18,16
Рентабельность продаж, %	6,04	4,79	9,59	5,66	4,94	4,28	4,18	5,54	15,37
Рентабельность собственного капитала, %	0,48	0,49	2,55	0,51	0,41	0,02	-1,25	0,01	0,17
Рентабельность инвестиционного капитала, %	0,46	0,45	2,30	0,47	0,37	0,02	-1,04	0,01	0,13
Рентабельность всего капитала, %	2,30	1,56	3,35	2,03	1,78	1,45	1,38	1,88	4,97
Рентабельность оборотных активов, %	31,49	21,49	48,07	22,70	20,16	21,15	18,10	22,17	73,28
Рентабельность основных средств и прочих внеоборотных активов, %	2,23	1,50	3,26	1,99	1,73	1,41	1,34	1,83	4,81

Начиная с 2011г., наблюдалась устойчивая тенденция к снижению всех представленных в табл. 2 показателей рентабельности компании. Это можно связать, в первую очередь, с затянувшимся экономическим кризисом в России и в целом во всем мире. В 2016г. расчетные показатели демонстрируют положительную динамику. Так, рост рентабельности продукции составил практически 210% по сравнению с 2015 годом, рентабельность продаж увеличилась на 177%, рентабельность всего капитала - на 164%, рентабельность оборотных активов и основных средств - на 231% и 163% соответственно.

Анализируя показатель выручки компании, стоит отметить, что в 2016г. она составила 1577,5 млрд.р, что на 4,4% больше по сравнению с 2015г. Рост выручки компании в 2015г. по сравнению с 2014г. составил 7,8%. Однако, начиная с 2013г. наблюдалась тенденция снижения чистой прибыли компании (см. рисунок), при этом в 2014г. убыток компании составил 44,1 млрд.р.

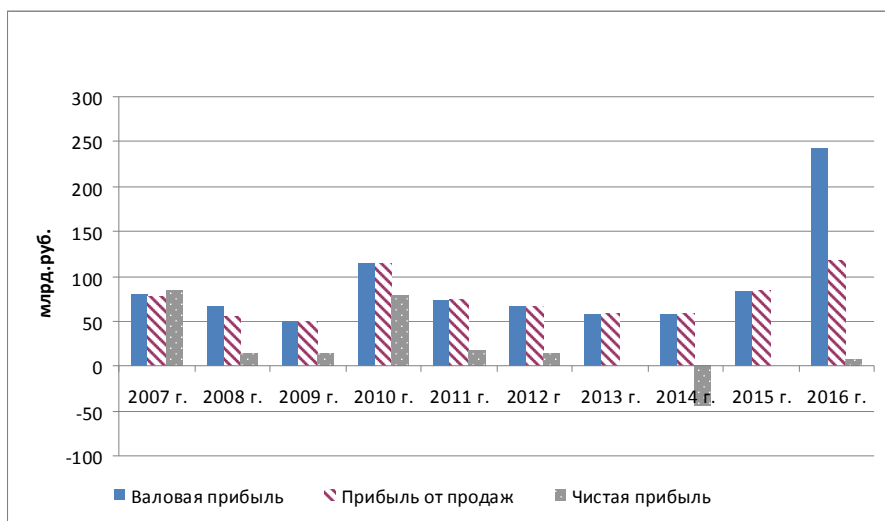


Рис. Динамика показателей прибыли ОАО "РЖД"

Это, в первую очередь, можно связать со снижением темпов экономического роста в стране, что привело к уменьшению перевозок в сравнении с 2013 г. на 0,8% до 1,22 млрд т.

Для выявления зависимости выручки от различных показателей деятельности предприятия необходимо выделить результативный признак и факторные. Выявленные зависимости в дальнейшем могут с определенной точностью прогнозировать результативный признак на основе вариации факторных признаков.

Можно рассмотреть построение многофакторной модели на примере таких показателей как выручка, запасы и основные средства. В дальнейшем данная методика может быть применена к другим показателям деятельности предприятия.

Исходными данными являются показатели деятельности РЖД за 2007-2016 годы (табл. 3).

Показатели деятельности ОАО "РЖД"

Год	Выручка от продажи товаров, продукции, работ, услуг, млрд.р.	Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг, млрд.р.	Прибыль от продаж, млрд.р.	Основные средства, млрд.р.	Запасы всего, млрд.р.,
2007	975,6	895,4	76,6	2275,2	67,6
2008	1101,7	1035,2	55,4	2685,1	80,8
2009	1050,2	999,9	50,2	2772,8	78,3
2010	1195,1	1080,5	114,6	2671,6	82,1
2011	1288,3	1215,4	72,8	3178,4	76,5
2012	1366	1298,5	67,4	3413,7	77,2
2013	1376,6	1317,7	58,8	3595,4	83,1
2014	1401,7	1343,2	58,5	3741,9	69
2015	1510,8	1427,1	83,6	3985,1	62
2016	1577,5	1335	117,2	4669,2	65,7

Обычно на этапе логического анализа отбирается большое количество факторных признаков. Включение всех этих признаков в разрабатываемую регрессионную модель необязательно. В нее следует вводить те из имеющихся факторных признаков, которые в наибольшей степени связаны с результативным признаком. Кроме того, в модель не следует включать признаки, дублирующие одну и ту же информацию о результативном показателе.

Чтобы отобрать признаки в модель, необходимо проанализировать полученную матрицу парных коэффициентов корреляции.

Анализ матрицы парных коэффициентов корреляции состоит из двух этапов. На первом этапе анализируются коэффициенты r_{yxi} , характеризующие тесноту взаимосвязи между результативным признаком и каждым факторным признаком.

Чем больше r_{yxi} , тем большее влияние оказывает соответствующий факторный признак на результативный. Если есть небольшие коэффициента r_{yxi} , то соответствующие факторные признаки в модель не вводят, так как они несут малую информацию о результативном показателе.

На втором этапе анализируются коэффициенты r_{xjxi} , характеризующие тесноту взаимосвязи между каждой парой факторных признаков. Необходимость анализа этих коэффициентов объясняется следующим.

Дальнейшее применение регрессионного анализа (построение регрессионной ой модели) предполагает независимость факторных признаков. Но в логистике таких признаков практически нет. Включение в модель взаимосвязанных факторов может привести к тому, что система нормальных уравнений, получаемая методом наименьших квадратов, будет плохо обусловленной, В результате коэффициенты регрессии оказываются неустойчивыми.

Если факторные признаки находятся в тесной корреляционной зависимости, то говорят, что эти признаки мультиколлинеарны. Включение в модель мультиколлинеарных признаков делает невозможной экономическую интерпретацию регрессионной модели, так как изменение одного фактора влечет за собой и изменение факторов, с ним связанных.

Явление мультиколлинеарности может быть связано с наличием как истинных линейных соотношений между факторами, так и ошибок в них, а также с недостаточностью статистической информации.

Наибольший практический интерес представляет анализ мультиколлинеарности в случае, когда она вызвана наличием истинных линейных соотношений между факторами. В основе же линейных зависимостей чаще всего лежит избыточность факторов, т.е. есть факторы, в какой-то мере дублирующие друг друга.

На практике мультиколлинеарность устанавливают с помощью парных коэффициентов корреляции $r_{x_i x_j}$.

Два фактора считают мультиколлинеарными, если парный коэффициент корреляции по абсолютной величине больше 0,8.

Существуют различные приемы устранения или уменьшения мультиколлинеарности, один из которых - исключение из модели одного или нескольких линейно связанных факторных признаков. Если в матрице парных коэффициентов корреляции окажутся коэффициенты $>0,8$, то из каждой пары мультиколлинеарных признаков в модели оставляют только один, который оказывает большее влияние на результативный признак.

Чтобы выявить его, сравнивают коэффициенты $r_{y x_i}$ и $r_{y x_j}$. Большой по абсолютной величине из этих коэффициентов и определяет тот факторный признак, который вводится в модель.

Результаты анализа мультиколлинеарности представлены в табл. 4.

Таблица 4

Выявление факторных признаков

	Выручка от продажи товаров, продукции, работ, услуг, млрд.р.	Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг, млрд.р.	Прибыль от продаж, млрд.р.	Основные средства, млрд.р.	Запасы всего, млрд.р.,
Выручка от, млрд.р.	1				
Себестоимость, млрд.р.	0,9603	1			
Прибыль от продаж, млрд.р.	0,36	0,14	1		
Основные средства, млрд.р.	0,9608	0,89	0,32	1	
Запасы всего, млрд.р.,	-0,45	-0,34	-0,29	-0,48	1

Как видно из таблицы, себестоимость и основные средства являются мультиколлинеарными. Хотя и не значительно, но основные средства в большей степени влияют на выручку. Следовательно, на этапе отбора, включать в модель следует основные средства и запасы, т.к. запасы почти на 50% связаны с выручкой по обратно пропорциональной зависимости.

Далее, используя пакет анализа Excel, получаем следующие данные регрессионного анализа (табл. 5).

Регрессионный анализ

Множественный R	0,96
R-квадрат	0,93
Нормированный R-квадрат	0,91
Наблюдения	10
Регрессия	2
Остаток	7
Итого	9
	<i>Коэффициенты</i>
Y-пересечение	249,4
Запасы всего, млрд.р.,	1,83
Основные средства, млрд.р.	0,27

Проверим значимость коэффициента корреляции $R = 0,96$. Для этого рассчитывается Т-статистика:

$$T_{\text{расч.}} = \frac{R\sqrt{n-p-1}}{\sqrt{1-R^2}},$$

где R - множественный коэффициент корреляции

n - число наблюдений

p - число факторных признаков в модели (регрессия)

R^2 - коэффициент детерминации

$$T_{\text{расч.}} = 6,75$$

Критическое значение Т-статистики получаем через функцию Стюдент-распределения ($\alpha; k$):
 $СТЮДРАСПОБР(0,01;7) = 3,5$

Расчетное значение больше критического, следовательно, коэффициент значим, связь результативных признаков и факторных сильная.

Вариация выручки в среднем на 93% объясняется за счет основных средств и запасов, что подтверждается коэффициентом детерминации, равным 0,93.

Для того, чтобы в дальнейшем можно было использовать модель для прогнозирования, необходимо устанавливать ее значимость. Для этого достаточно часто используют распределение Фишера - Снедекора. F - статистика расчетная получена из пакета анализа и равна 43,9. F - статистика критическая получена с помощью функции $FRASPOBR(0,01;9;7)=6,7$. Расчетное значение больше критического, следовательно, модель значима, можно рассчитывать теоретические значения, определить ошибку по среднему значению и использовать модель для прогнозирования выручки в зависимости от выбранных показателей.

Из пакета анализа выписываем модель:

$$y_T = 249,4 + 1,83x_1 + 0,27x_2,$$

где y_T - выручка (теоретические значения)

x_1 - запасы

x_2 - основные средства

Подставляя факторные значения в модель, получаем теоретические значения выручки за тот же период (табл. 6):

Таблица 6

Теоретические значения выручки в соответствии с моделью

Год	Выручка от продажи товаров, продукции, работ, услуг, млрд.р.	Основные средства, млрд.р.	Запасы всего, млрд.р.,	Теоретические значения по модели
2007	975,6	2275,2	67,6	987,412
2008	1101,7	2685,1	80,8	1122,241
2009	1050,2	2772,8	78,3	1141,345
2010	1195,1	2671,6	82,1	1120,975
2011	1288,3	3178,4	76,5	1247,563
2012	1366	3413,7	77,2	1312,375
2013	1376,6	3595,4	83,1	1372,231
2014	1401,7	3741,9	69	1385,983
2015	1510,8	3985,1	62	1438,837
2016	1577,5	4669,2	65,7	1630,315
Среднее	1284,35			1275,93

Ошибка можно рассчитать по формуле:

$$\varepsilon = \left| \frac{Y_{\text{факт}} - Y_{\text{теор}}}{Y_{\text{факт}}} \right| \cdot 100\%$$

По среднему значению ошибка составит 0,6%.

Таким образом, проанализировав основные факторы внешней и внутренней среды, можно сделать вывод, что ОАО "РЖД" стремительно развивается и пытается завоевать новые сегменты рынка. Компания нацелена на расширение рыночного потенциала, рост капитализации, повышение инвестиционной привлекательности и усиление конкурентных преимуществ на стратегически значимых рынках.

1. Карпова Н.П., Тойменцева И.А., Фомин Е.П. Маркетинг в стратегическом управлении и планировании предприятиями сферы услуг // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2016. № 1 (135). С. 66-78.

2. Карпова Н.П., Федечкина И.В. Концепции взаимодействия контрагентов в цепях поставок // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 4 (102). С. 39-43.

3. Носков С.В. Многомерная классификация логистических решений // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 7 (105). С. 63-68.

4. Швецова Е.В., Тойменцева И.А. Создание транспортно-логистической системы как залог развития инфраструктуры региона // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2015. № 4 (126).

5. Швецова Е.В. Современное состояние Самарского рынка транспортно-логистических услуг // Вестник Самарского института бизнеса и управления. 2011. Вып. 6, ч. 2.

STUDY OF EXTERNAL AND INTERNAL ENVIRONMENT "RUSSIAN RAILWAYS"

© 2017 **Karpova Natalya Petrovna**

D.Sc. In economics, Associated Professor

© 2017 **Shvetsova Elena Vladislavovna**

Candidate of economics, Associated Professor

© 2017 **Noskov Sergey Victorovich**

D.Sc. In economics, Professor

© 2017 **Toymentseva Irina Anatolyevna**

D.Sc. In economics, Associated Professor

Samara State University of Economics

E-mail: natk08@rambler.ru, Shvetsova.e@mail.ru, noskov50@yandex.ru,
tia67@rambler.ru

Keywords: factors of the internal environment, environmental factors, SWOT analysis, "Russian Railways", profitability, fixed assets, reserves, revenue.

In the article, the environment of the business environment "Russian Railways" was analyzed, the strengths and weaknesses, opportunities and threats of the company were revealed, a model of revenue change "Russian Railways" was built.

УДК 51-7

МОДЕЛИРОВАНИЕ ПОВЕДЕНИЯ ЗАПАСОВ СЫРЬЯ И МАТЕРИАЛОВ ОАО "РЖД"*

© 2017 **Карпова Наталья Петровна**

доктор экономических наук, доцент

© 2017 **Швецова Елена Владиславовна**

кандидат экономических наук, доцент

© 2017 **Носков Сергей Викторович**

доктор экономических наук, профессор

© 2017 **Тойменцева Ирина Анатольевна**

доктор экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: natk08@rambler.ru, Shvetsova.e@mail.ru, noskov50@yandex.ru,
tia67@rambler.ru

Ключевые слова: запасы сырья и материалов, логистика, оборачиваемость, эффективность.

* Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований, проект № 17-02-00155 "Стратегические решения в логистике снабжения предприятий железнодорожного транспорта".

Проанализирована динамика запасов сырья и материалов ОАО "РЖД", исследованы тенденции изменения оборачиваемости запасов на рынке железнодорожных перевозок, представлена модель поведения запасов сырья и материалов ОАО "РЖД".

Логистические процессы, протекающие как внутри ОАО "РЖД", так и за его пределами, охватывают, прежде всего, продвижение материальных потоков, а также информационных, финансовых и т. д. и сопровождаются непрерывным созданием запасов. Главная причина создания запасов заключается в необходимости выравнять различную интенсивность взаимодействующих потоков. Динамика запасов компании представлена на рис. 1.

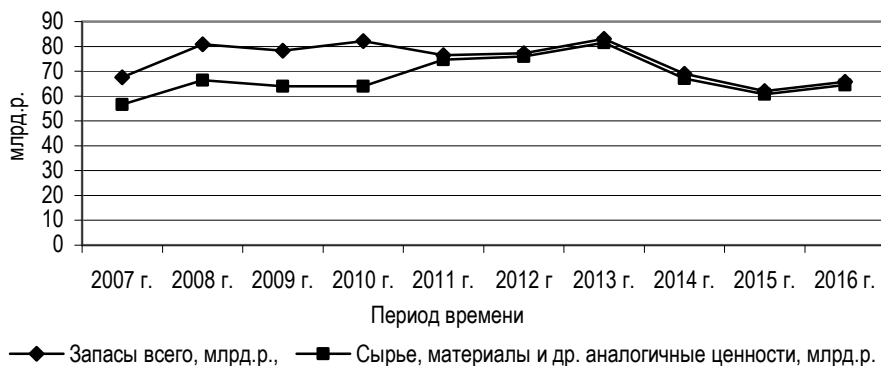


Рис. 1. Динамика запасов ОАО "РЖД"

Как видно из представленного графического материала, запасы сырья и материалов составляют порядка 98% в общем объеме запасов компании. При этом в 2016г. наблюдается тенденция их роста в размере 6,2% по сравнению с предыдущим годом.

Динамика оборачиваемости запасов сырья и материалов ОАО "РЖД" представлена на рис. 2. Под оборачиваемостью запасов, понимают показатель, характеризующий обновляемость запасов какой-либо продукции, товаров, сырья, материалов в течение определенного расчетного периода. Как правило, по этому показателю определяют степень эффективности, с которой взаимодействуют в цепи поставок отдел закупок и отдел сбыта.

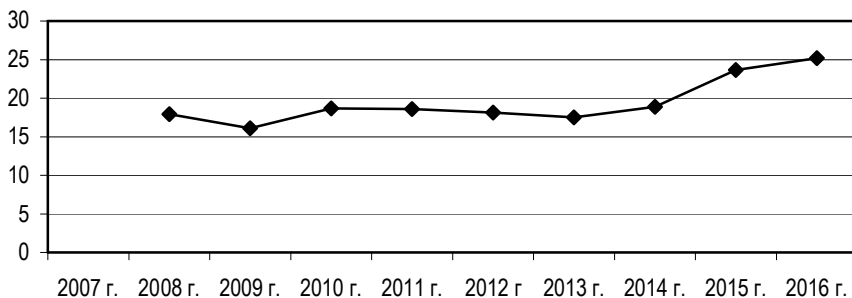


Рис. 2. Динамика оборачиваемости запасов сырья и материалов ОАО "РЖД"

Если показатель оборачиваемости запасов является низким, это говорит о неудовлетворительном показателе финансовой и коммерческой деятельности компании. Оборачиваемость

запасов не имеет утвержденных или общепринятых нормативных показателей. Наиболее оптимальные цифры должны определяться в результате анализа в пределах одной отрасли.

Для достижения большего эффекта рекомендуется проводить анализ и прогнозирование в рамках каждого конкретного предприятия.

С целью построения модели поведения запасов ОАО "РЖД" был проведен расчет и анализ показателя оборачиваемости с 2008 по 2016 год. Результаты расчетов и анализа представлены в табл. 1.

Таблица 1

Расчетные данные показателя оборачиваемости запасов ОАО "РЖД"

Год	Период, t	Оборачиваемость запасов
2008	1	14,85
2009	2	13,20
2010	3	14,90
2011	4	16,25
2012	5	17,77
2013	6	17,18
2014	7	18,43
2015	8	23,07
2016	9	24,71

Современным средством анализа и прогнозирования одномерных временных рядов является выравнивание их с помощью различных функций времени, как часто их называют - кривых роста. Алгоритм прогнозирования с использованием кривых роста представлен на рис. 3.

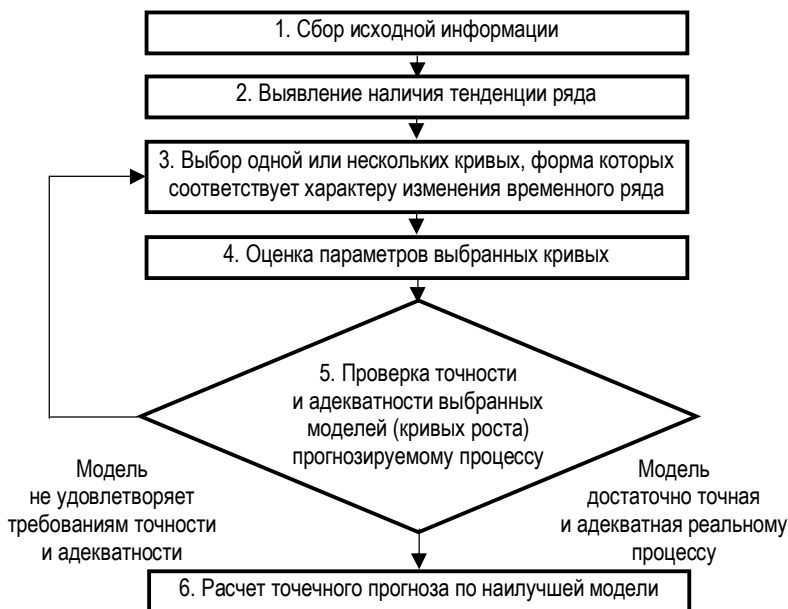


Рис. 3. Алгоритм прогнозирования с использованием кривых роста

Используя информационные технологии, подбираем кривую роста с наилучшим коэффициентом аппроксимации (рис. 4)

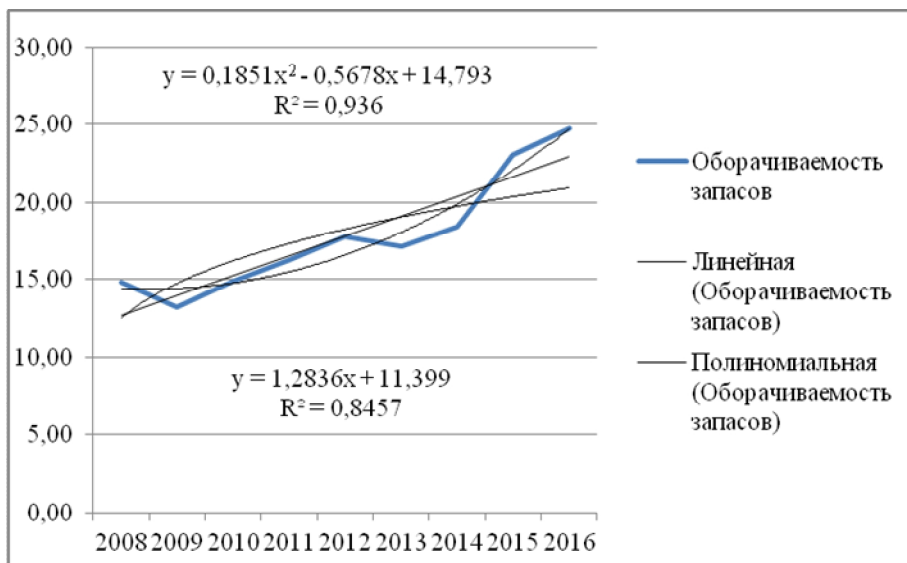


Рис. 4. Выявленная тенденция показателя оборачиваемости запасов ОАО "РЖД"

Лучшую аппроксимацию дает полиномиальная линия тренда. Простейшим случаем проверки адекватности модели с целью использования ее в дальнейшем для прогнозирования, является вариант, исключаящий сезонную компоненту. Если исходный временной ряд описывает процесс, не подверженный сезонным колебаниям, то можно принять гипотезу об аддитивной модели ряда вида:

$$y_t = y_t^{\text{теор}} + e_t \quad (1)$$

где y_t - фактические данные

$y_t^{\text{теор}}$ - теоретические данные полученные с использованием модели

e_t - остаточная компонента

Тогда ряд остатков будет получен как отклонения фактических уровней временного ряда от расчетных значений:

$$e_t = y_t - y_t^{\text{теор}} \quad (2)$$

При использовании кривых роста теоретические данные вычисляются, подставляя в уравнения выбранных кривых соответствующие последовательные значения времени. Модель адекватна реальному процессу, если значения остаточной компоненты удовлетворяют свойству случайности, независимости, а также случайная компонента подчиняется нормальному закону распределения.

В табл. 2 представлены расчетные данные показателя оборачиваемости запасов ОАО "РЖД" и остаточная компонента.

Исходные данные для проверки адекватности модели

Год	Оборачиваемость запасов	Значение тренда	Остаточная компонента
2008	14,85	14,4103	0,44
2009	13,20	14,3978	-1,20
2010	14,90	14,7555	0,15
2011	16,25	15,4834	0,76
2012	17,77	16,5815	1,19
2013	17,18	18,0498	-0,87
2014	18,43	19,8883	-1,46
2015	23,07	22,097	0,97
2016	24,71	24,6759	0,03

Определим критерий случайности:

$$K > \left[\frac{2n-4}{3} - 2\sqrt{\frac{16n-19}{90}} \right],$$

где n - количество уронеи

[] - целая часть числа,

K - количество повторных точек в остаточной последовательности.

Точка является повторной, если выполняется одновременно условие:

$$\begin{aligned} \theta_{t-1} > \theta_t < \theta_{t+1} \\ \theta_{t-1} < \theta_t > \theta_{t+1} \end{aligned}$$

Для нашего случая число повторных точек $K=4$, значение критерия 2,31. Следовательно, критерий случайности выполняется.

Существует несколько приемов обнаружения автокорреляции. Наиболее распространенным является метод, предложенный Дарбиным и Уотсоном. Критерий Дарбина-Уотсона связан с гипотезой о существовании автокорреляции первого порядка, т.е. автокорреляции между соседними остаточными членами ряда. Значение этого критерия определяется по формуле:

$$d = \frac{\sum_{t=2}^n (e_t - e_{t-1})^2}{\sum_{t=1}^n e_t^2} \quad (3)$$

Значение критерия 2,2 сравнивается со значениями в таблице Дарбина-Уотсона для полиномиального тренда, и в данном случае гипотеза о независимости остаточной компоненты не отвергается и модель считается адекватной.

Равенство нулю математического ожидания можно использовать для проверки того, что остаточная компонента распределена по нормальному закону распределения. Проверка проводится на основе t - критерия Стьюдента:

$$T_{\text{набл}} = \left| \frac{\sum e_t}{n} \right| * \frac{\sqrt{n}}{S_e} \quad (4)$$

где S_e - стандартное, среднеквадратическое отклонение:

$$S_e = \sqrt{\frac{\sum e_t^2}{n-1}} \quad (5)$$

1. $T_{\text{набл}} < T_{\text{кр}} - M(x) = 0$.

2. $T_{\text{набл}} > T_{\text{кр}} - M(x) \neq 0$.

Используя информационные технологии, получили следующие результаты:

$T_{\text{набл}} = 0,004$,

$T_{\text{крит}} = 2,31$ при уровне значимости 0,05 при 8 степенях свободы.

Основные критерии подтвердили, что модель адекватна, может использоваться для прогнозирования показателя оборачиваемости запасов ОАО "РЖД" на последующие периоды.

Остается рассчитать среднюю ошибку аппроксимации:

$$|\delta| = \frac{1}{n} \sum_{t=1}^n \left| \frac{y_{\text{факт}} - y_{\text{теор}}}{y_{\text{факт}}} \right| * 100\% \quad (6)$$

Ошибка составит 4,3%, что позволяет использовать модель в дальнейшем.

1. Карпова Н.П., Агафонова В.В. Управление качественными параметрами товаров и сферы услуг // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2015. № 10 (132). С. 26-32.

2. Карпова Н.П., Сосунова Л.А. Стратегическое управление на рынке логистических услуг // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2011. № 3 (77). С. 76-79.

3. Носков С.В. Классификация управленческих решений в логистике // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2012. № 3 (89). С. 65-69.

4. Носков С.В. Многомерная классификация логистических решений // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 7 (105). С. 63-68.

5. Тойменцева И.А., Фомин Е.П., Макаров С.И. Систематизация и стандартизация услуг пассажирского транспорта // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2011. № 9 (83). С. 140-146.

6. Швецова Е.В., Тойменцева И.А. Создание транспортно-логистической системы как залог развития инфраструктуры региона // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2015. № 4 (126). С. 65-69.

7. Швецова Е.В. Влияние финансового кризиса на состояние и конъюнктуру Самарского рынка транспортно-логистических услуг // Социально-экономическое и культурное развитие России в условиях кризиса : сб. материалов науч. конф. Т. 2. Самара, 2011. С. 86.

MODELING OF BEHAVIOR OF RESERVES OF RAW MATERIALS AND MATERIALS IN THE COMPANY "RUSSIAN RAILWAYS"

© 2017 **Karpova Natalya Petrovna**

D.Sc. In economics, Associated Professor

© 2017 **Shvetsova Elena Vladislavovna**

Candidate of economics, Associated Professor

© 2017 **Noskov Sergey Victorovich**

D.Sc. In economics, Professor

© 2017 **Toymentseva Irina Anatolyevna**

D.Sc. In economics, Associated Professor

Samara State University of Economics

E-mail: natk08@rambler.ru, Shvetsova.e@mail.ru, noskov50@yandex.ru,
tia67@rambler.ru

Key words: stocks of raw materials and materials, logistics, turnover, efficiency.

The article analyzes the dynamics of the stocks of raw materials and materials "Russian Railways", studies the trends in the turnover of stocks in the railway transportation market, presents the model of the behavior of the stocks of raw materials and materials "Russian Railways".

УДК 658.7

ЛОГИСТИЧЕСКИЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ МАТЕРИАЛЬНЫМ ПОТОКОМ

© 2017 **Ларина Дарья Владимировна***

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: dashuta.dash.larina@mail.ru

Ключевые слова: логистика, материальный поток, производство, распределительный центр, транспортировка, складирование, материальные операции.

Рассматриваются понятие и специфика организации материального потока. Перечисляются формы и виды материального потока, а также основные базовые и современные средства и инструменты организации материальных потоков.

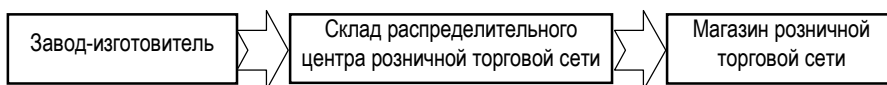
* Научный руководитель - **Федоренко Роман Владимирович**, кандидат экономических наук, доцент.

Принципиальное отличие логистического подхода от предшествующего ему управления движением материальных ресурсов состоит в том, что если раньше объектом управления было определенное скопление отдельных материальных объектов, то при логистическом подходе основным объектом выступает поток. Главными критериями логистики выступают поток и запасы, которые взаимосвязаны.

Сама актуальность темы состоит именно в структуре и понятии материального потока. Понятие материального потока обобщает непрерывность изменения и перемещения продуктов труда в сфере обращения и производства. Материальный поток представляет собой движение товарно-материальных ценностей в процессах снабжения, производства и распределения¹. В совокупности с особенностями логистики - понятие материального потока становится ключевым объектом направления.

При изучении материального потока и особенностей его организации и структуризации важно понимать особенности его образования. Образование материального потока происходит в результате транспортировки, складирования, прочего перемещения и иных материальных операций с сырьем, полуфабрикатами, готовыми изделиями и пр. Начиная от первичного сырья, вплоть до конечного потребителя - весь этот путь есть движение материального потока.

В глубине своего понятия - материальный поток крайне сложное понятие, ведь его физическая форма есть ни что иное как отдельные циклы и этапы производственной "жизни": поиск, закупка, потребление ресурса, переработка, распределение, хранение, передача, отправление, и пр.² Каждый цикл по-своему сложен, и персонализирован для каждого производства. Не стоит забывать и то, что материальные потоки могут протекать не только внутри конкретного предприятия, но и между несколькими, в том числе быть сложно организованными, например, как представлено на рис. 1



*Рис.1. Сложноорганизованные материальные потоки**

* Организация материальных потоков в производстве. URL: http://logistclub.com.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=106&Itemid=137

Особо подчеркнем, что произведенные изготовителем товары (завод-изготовитель) передаются на оптовые склады, а затем попадают в розничную торговлю уже не одно столетие. Стоит признать, что опыт организации материального потока уже давно представлен преимущественно в сложно организационных формах, упрощенная организация материального потока давно стала не эффективна в результате развития информационных и производственных технологий, которые требуют более прагматичных и форм, и подходов к управлению. Однако никогда в прежние века цепь операций товародвижения продукции не была охвачена единой системой управления. Необходимости в таком управлении не было, возможность такого управления отсутствовала. Соответственно, не было и необходимости в термине, обозначающем объект этого управления. Применение термина "материальный поток" оправданно только при наличии единой системы управления сквозной цепью операций по продвижению продукции и лишь в пределах подконтрольной управляемой цепи.

В результате, путь, который прокладывает материальный поток, а именно во время движения груза, деталей, товарно-материальных ценностей через различные рода производственные звенья (которые также персонализированы для каждого предприятия) позволяет:

- наблюдать обобщенный процесс продвижения и изменения продукта (от этапа заготовки до потребления конечного потребителя);

- проектировать и изменять данный процесс с учетом потребностей рынка³.

Значит ли это то, то материальный поток представляет собой основу любой производственной цепи? Безусловно да. Материальный поток одинаково зависим от различных условий, создаваемых предприятием, и в том числе создает условия для процесса внутрипроизводственных процессов. Тем самым материальный поток требует особого подхода к управлению, модернизации, и постоянному поиску вариантов совершенствования организации.

Современные тенденции к организации производственного процесса и материального потока крайне требовательны: условия бизнеса требуют оперативности, гибкости, а также постоянно ограничены либо ресурсами, либо территориями, либо сроками организации. В связи с чем главной задачей производственной логистики становится обеспечение производством продукции необходимого качества в нормированные сроки производства, а обеспечением необходимого числа ресурсов.

При этом последние тенденции таковы, что многие современные российские компании уже давно квалифицируют требования к управлению материальными потоками в конкретных условиях:

- отказ от избытка запасов;

- отказ от избыточного временного запаса на изготовление ("тайм-менеджмент" на производстве), в том числе простоев производственного оборудования, цехов и пр, а также нерациональных внутривозвездских перевозок;

- отказ от серийного изготовления деталей, пользующихся меньшим спросом;

- контактирование в бизнес-среде по модели партнеры-поставщики⁴.

В связи с возникающими условиями - материальные потоки все больше становятся двух модельного типа: толкающая система, в которой предметы труда на производственном участке не заказываются у технологического отдела (рис. 2), и текущая система управления материальными потоками, при которой предметы труда на технологический участок поступают по мере необходимости (рис. 3). Она способствует сокращению производственных запасов при одновременном увеличении гибкости производства.

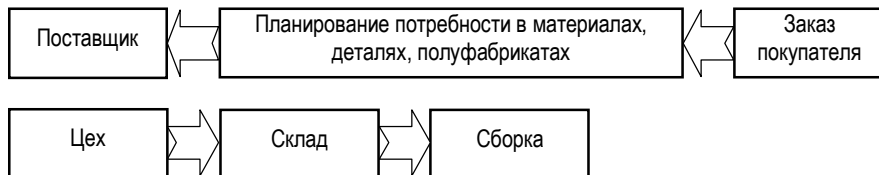


Рис. 2. Толкающая система управления материальными потоками (pushsystem)*

* Устьянцева Т.А. Особенности применения логистического подхода при управлении материальными потоками на производственном предприятии // Проблемы современной экономики. 2014. № 4 (52).

Толкающая система управления появилась в России с этапом развития "стартап" компаний, ориентированных на небольшое производство по индивидуальному заказу, а также на изготовление персонализированных товаров. Данный подход к организации весьма распространен у небольших компаний, которые изготавливают авторские, либо товары ручной работы. Система управления материальным потоком крайне удобна для небольшого товарного оборота, с малой потребностью в складировании и хранении. Толкающие системы известны под названием "система MRP". Названные выше системы в значительной степени характерны для традиционных методов организации производства. Возможность их применения для логистической организации производства появилась в связи с широким использованием ЭВМ, что позволило повысить гибкость этой системы.

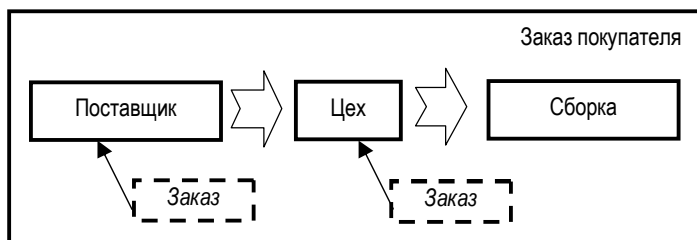


Рис. 3. Текущая система управления материальными потоками(pullsystem)*

* Материальный поток. URL: <http://www.up-pro.ru/encyclopedia/materialnyj-potok-logistika.html>.

В отличие от толкающей системы - текущая предполагает получение изделий еще с большей подконтрольностью - только по степени необходимости. Центральная система управления не вмешивается в обмен материальными потоками между различными участками предприятия, не устанавливает для них текущих производственных заданий. План на участках формируется каждый день, что и обеспечивает гибкость системы.

Текущая система сейчас крайне распространена, ведь при росте аутсорсинга, а также развитии сервисных услуг - многим компаниям стало крайне выгодно заключать договора на сотрудничество по сопровождению собственного производства.

Несмотря на, казалось бы, достаточно гибкую организацию материального потока, современные производственные организации все больше требуют соблюдения принципиально важных организационных условий. Среди таковых:

- поддержание ритмичности всех звеньев. Единообразие графика и равномерный выпуск продукции;
- максимальная непрерывность процесса производства за счет гибкости и движения рабочих мест. Девиз данного условия: "минимум затрат и многофункциональный труд". Зачастую компании склоняются к автоматизации производства с целью достижения эффективного непрерывного (при необходимости) производства.
- обеспечение максимальной надежности типичных проблем материального потока (дефицит производственных мощностей, недостаток ресурсов, нарушение графика).

ков поставок, брак, ненадежные поставщики, большая длительность производственного цикла и пр.)

В связи с этим управление материальным потоком подтверждает сложность своего термина и практической организации. Более того, современные производственные тенденции все в большей мере требуют от производственного процесса достижение максимально возможной гибкости, при которой любые колебания рынка, условий поставщиков, а также прочие возникающие риски будут самым минимальным образом отражаться и нести какую-либо угрозу на процессе движения товара от полуфабриката до готовой продукции.

Таким образом, понятие материального потока представляет собой нечто многогранное, и бесконечно глубокое понятие, и не менее сложное в организации и управлении. Современные тенденции, которые сложились на российском рынке бизнеса требуют от организации производства такой материальный поток, который бы экономически ликвидным и максимально лишенный рисков. Таким образом, следует заметить, что при использовании логистического подхода к управлению материальными потоками каждое предприятие в процессе своей деятельности должно определять для себя основные стратегические цели и задачи. Именно поэтому на сегодняшний день, организация материального потока постепенно встает на "второй план", уступая системе сбалансированного управления и координации процесса потока.

¹ Карпова Н.П., Агафонова В.В. Управление качественными параметрами товаров и сферы услуг // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2015. № 10 (132). С. 26-31.

² Магомедов А.М. Логистика сегодня: иной взгляд на основные положения и понятия // Современные проблемы науки и образования / Дагестан. гос. ин-т нар. хозяйства. 2014. № 5.

³ Матушевич О.В. Современные подходы к определению материального потока отечественными исследователями. Сибирская академия финансов и банковского дела, 2017. № 11/17.

⁴ Шепелева А.Ю. Логистика. Логистика производственных процессов и распределения. URL: <http://www.be5.biz/ekonomika/1002/06.htm>.

LOGISTIC APPROACH TO MANAGEMENT OF A MATERIAL STREAM

© 2017 Larina Darya Vladimirovna
Student

Samara State University of Economics
E-mail: dashuta.dash.larina@mail.ru

Keywords: logistics, material stream, production, distribution center, transportation, warehousing, material operations.

In article the concept and specifics of the organization of a material stream is considered. Forms and types of a material stream and also the fixed basic and modern assets and tools of the organization of material streams are listed.

ОТНОШЕНИЕ МОЛОДЕЖИ г. САМАРЫ К ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВУ

© 2017 Луганская Анна Владимировна
студент

© 2017 Кочеткова Наталья Викторовна
кандидат педагогических наук, доцент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: nvkochetkova@bk.ru

Ключевые слова: предпринимательство, малый бизнес, средний бизнес, крупный бизнес, индивидуальное предпринимательство (самозанятость), молодежь.

Рассматривается отношение самарской молодежи к предпринимательству. Анализируются следующие вопросы: степень готовности молодежи организовать свой бизнес; сферы деятельности, в которых молодежь Самары организовала бы свое дело; факторы, препятствующие развитию предпринимательства; перспективы развития предпринимательства в Самаре.

В конце XX века, после распада СССР, Россия начала переход к рыночной модели национальной экономики. Этот переход был вызван объективной необходимостью вывода национальной экономики из затяжного кризиса. В новых условиях произошли изменения в национальной экономике, в политической, государственной и социальной системах. Ключевым моментом рыночных преобразований в экономике РФ стало коренное изменение отношений собственности. Качественные сдвиги происходят на всех уровнях предпринимательской деятельности, то есть создаются акционерные общества, формируется средний класс собственников, создаются объекты смешанной экономики и так далее. Эти изменения способствуют появлению активно действующих подразделений малого, среднего и крупного бизнеса, а также собственников-предпринимателей.

Предпринимательство играет важную роль в экономических отношениях. Оно внедряет нестандартные инновационные подходы и решения; формирует и укрепляет средний класс; формирует позитивные черты и ценностные ориентации личности, особенно молодого поколения¹.

Малый и средний бизнес, в свою очередь, создает новые рабочие места, оперативно откликается на рыночные изменения спроса и предложения, а также пополняет бюджет государства. Только в Самарской области за последний год насчитывается около 114 тысяч субъектов малого и среднего предпринимательства, среднесписочная численность занятых на малых предприятиях составила 246, 4 тысяч человек². Индивидуальное предпринимательство (самозанятость) может обеспечить работой индивидов в период кризиса, а малое предпринимательство помогает реализовывать свой рабочий и творческий потенциал людям с ограниченными возможностями³.

В современной России исследования предпринимательства опираются на основные достижения мировой экономической и социологической мысли. Количество предпринимателей в России сокращается - на 2015 год свой бизнес ведут лишь 2,4% населения (2,8 млн

человек), хотя еще в 2013 году число таких граждан достигало 3,7% (4,3 млн человек), свидетельствует совместное исследование Ассоциации российских банков и Института социологии РАН. Также выяснилось, что отношение россиян к бизнесу по-прежнему меняется в лучшую сторону. Если в 2013 году доля таких жителей страны составляла 41%, то в 2015 году - 49%⁴. Из тех, у кого позитивный настрой перешел в желание открыть свое дело, большинство ориентируется на сферы торговли и услуг (каждая получила примерно по трети голосов). В области высоких технологий собираются начать свой бизнес только около 3%, а в отраслях, нацеленных на импортозамещение, 1,5%, сообщает "Российская газета".

Респонденты также назвали причины, препятствующие занятию бизнесом в РФ. Первое место заняли высокие налоги (59%), столько же набрало отсутствие стартового капитала. 45% респондентов боятся потерять деньги, еще 41% признались, что их отпугивают административные барьеры и коррупция⁵.

В 2016 году нами было проведено исследование на тему: "Отношение молодежи г. Самара к предпринимательству". Был выбран метод анкетирования. Для создания анкеты и проведения опроса мы использовали форму на сайте Google.com., после создания формы мы разослали ссылку на нее случайно выбранным респондентам. По возрасту, опрошенная молодежь разделилась на 3 группы: от 18 до 23 лет, от 24 до 29 лет и от 30 до 35 лет.

На вопрос "Интересует ли Вас предпринимательство?" положительный ответ дали 78,00% респондентов, отрицательный - 12,00%, затруднились ответить 10,00% (табл. 1).

Таблица 1

Интересует ли Вас предпринимательство?	Количество респондентов (в %)	18-23 (в %)	24-29 (в %)	30-35 (в %)
1. Да	78,00	83,33	82,35	66,67
2. Нет	12,00	0,00	5,88	33,33
3. Затрудняюсь ответить	10,00	16,67	11,76	0,00
	100,00	66,67	100,00	100,00

На вопрос о том, готовы ли Вы в будущем организовать/продолжить свой бизнес 76,00% опрошиваемых ответили "да", 10,00% "нет" и затруднились ответить 14,00% (табл. 2).

Таблица 2

Готовы ли Вы в будущем организовать/продолжить свой бизнес?	Количество респондентов (в %)	18-23 (в %)	24-29 (в %)	30-35 (в %)
1. Да	76,00	72,22	82,35	73,33
2. Нет	10,00	0,00	11,76	20,00
3. Затрудняюсь ответить	14,00	27,78	5,88	6,67
	100,00	100,00	100,00	100,00

Далее в анкете следовал вопрос "В какой сфере Вы бы организовали свое дело?". 26,00% респондентов выбрали ответ "торговля", по 16,00% - "сельское хозяйство, фермерство" и "строительство", 20,00% - "производство продуктов питания", 8,00% - "промышленное производство", 14,00% - "другое" (табл. 3).

Таблица 3

В какой сфере Вы бы организовали свое дело?	Количество респондентов (в %)	18-23 (в %)	24-29 (в %)	30-35 (в %)
1. Торговля	26,00	50,00	11,76	13,33
2. Сельское хозяйство, фермерство	16,00	5,56	29,41	13,33
3. Производство продуктов питания	20,00	27,78	23,53	6,67
4. Промышленное произ-во	8,00	0,00	17,65	6,67
5. Строительство	16,00	5,56	11,76	33,33
6. Другое	14,00	11,11	5,88	26,67
	100,00	100,00	100,00	100,00

На вопрос "Какие факторы являются препятствием для развития предпринимательства?" мы получили следующие результаты: 66,00% выбрали "нет стартового капитала", 42,00% "ограниченные возможности для получения кредита", 38,00% - "недостаточная информационная поддержка со стороны властей и организаций, содействующих развитию бизнеса", 28,00% - "высокая налоговая нагрузка", 26,00% "бюрократизм, коррупция, произвол чиновников", 62,00% "недостаток знаний и опыта у людей, желающих начать свое дело", 26,00% "мало молодых, амбициозных предпринимателей" (табл. 4).

Таблица 4

Какие факторы являются препятствием для развития предпринимательства? (не более 3 вариантов ответа)	Количество респондентов (в %)	18-23 (в %)	24-29 (в %)	30-35 (в %)
1. Нет стартового капитала	66,00	30,00	22,00	14,00
2. Ограниченные возможности для получения кредита	42,00	10,00	18,00	14,00
3. Недостаточная информационная поддержка со стороны властей и организаций, содействующих развитию бизнеса	38,00	18,00	10,00	10,00
4. Высокая налоговая нагрузка	28,00	8,00	12,00	8,00
5. Бюрократизм, коррупция, произвол чиновников	26,00	6,00	8,00	12,00
6. Недостаток знаний и опыта у людей, желающих начать свое дело	62,00	26,00	16,00	20,00
7. Мало молодых, амбициозных предпринимателей	26,00	8,00	10,00	8,00
	288,00	106,00	96,00	86,00

Следующий вопрос анкеты - "Каковы, на Ваш взгляд перспективы развития предпринимательства в Самаре?" 44,00% респондентов выбрали ответ "предприятия малого бизнеса будут занимать огромное место в развитии города", 10,00% "предприятия малого бизнеса достигли своего максимума и увеличение его роли не будет", 22,00% "малый бизнес будет уступать крупному бизнесу", 24,00% "затрудняюсь ответить" (табл. 5).

Таблица 5

Каковы перспективы развития предпринимательства в Самаре? (один вариант ответа)	Количество респондентов (в %)	18-23 (в %)	24-29 (в %)	30-35 (в %)
1. Предприятия малого бизнеса будут занимать огромное место в развитии города	44,00	44,44	41,18	46,67
2. Предприятия малого бизнеса достигли своего максимума и увеличение его роли не будет	10,00	11,11	17,65	0,00
3. Малый бизнес будет уступать крупному бизнесу	22,00	16,67	17,65	33,33
4. Затрудняюсь ответить	24,00	27,78	23,53	20,00
	100,00	100,00	100,00	100,00

В результате проведенного социологического исследования можно сделать вывод: несмотря на то, что общее количество предпринимателей сокращается, молодежь в своем большинстве положительно относится к предпринимательской деятельности.

¹ Луганская А.В., Чеджемов Г.А. Предпринимательство как основной инструмент борьбы против безработицы // Известия института систем управления Самарского государственного экономического университета. 2017. С. 72.

² Печерская Э.П., Кочеткова Н.В. Социальное молодежное предпринимательство. Постановка проблемы // Проблемы развития предприятий: теория и практика : материалы 14-й Междунар. науч.-практ. конф. Ч. 3. Самара : Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2016. С. 57.

³ Бессонов И.С. Малый бизнес и малое предпринимательство: особенности, преимущества и факторы развития // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 1. С. 13.

⁴ Нельсон Л.Д., Бабаева Л.В., Бабаев Р.О. Перспективы предпринимательства и приватизации в России: политика и общественное мнение // СОЦИС. 2013. № 1.

⁵ Червяков В.В., Чередниченко В.А., Шапиро В.Д. Россияне о предпринимательстве и предпринимателях // СОЦИС. 2009. № 10.

THE ATTITUDE OF SAMARA'S YOUNG PEOPLE TO ENTREPRENEURSHIP

© 2017 Luganskaya Anna Vladimirovna

Student

© 2017 Kochetkova Natalia Viktorovna

Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor

Samara State University of Economics

E-mail: nvkochetkova@bk.ru

Keywords: entrepreneurship, small business, medium business, large business, small business, individual entrepreneurship (self-employment) and young people.

The article discusses the attitude of the Samara youth towards entrepreneurship. Analyzes the degree of preparedness of young people to organize their business; sphere of activity in which young people of Samara would organize their business; barriers to entrepreneurship; perspectives of business development in Samara.

УДК 338

АВТОМАТИЗИРОВАННЫЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ВЗАИМООТНОШЕНИЯМИ С КЛИЕНТАМИ

© 2017 Митяев Дмитрий Юрьевич

магистрант

© 2017 Коржова Галина Анатольевна

кандидат экономических наук

Самарский государственный экономический университет

E-mail: Korzhova-Galina@yandex.ru

Ключевые слова: взаимодействие с потребителем, информационные технологии, автоматизированные системы, управление взаимоотношениями с клиентами, Customer Relationship Management, логистические подходы и технологии.

Статья посвящена анализу существующих современных подходов к удержанию клиентов компании, направленных на долгосрочное и взаимовыгодное сотрудничество. Автоматизированные системы учета потребностей целевых сегментов позволяют оптимизировать процесс взаимодействия с целевыми клиентами, влиять на объемы и структуру сбыта, а также на увеличение прибыли компании.

Современные тенденции развития бизнеса диктуют предпринимателям новые, технологически усовершенствованные подходы к организации производства и продаж. Особое внимание в данном процессе уделяется взаимодействию с клиентами, разработка индивидуального подхода и не только полное удовлетворение нужд и потребностей целевых клиентов, но и создание условий, обеспечивающих экономию времени и ресурсов потребителей.

Логистические подходы позволяют оптимизировать весь процесс управления предприятием таким образом, чтобы все ресурсы использовались с максимальной эффективностью, в том числе и временные, и человеческие, и информационные.

В целом, логистические методы и технологии рассматриваются как один из инструментов управления потоковыми процессами, происходящими в организации и направленные на внутреннюю и внешнюю среду. Причем, взаимодействие с потребителем зачастую имеет ключевое значение в деятельности организации, поскольку предполагает

управление не только материальными потоками, но и позволяет увеличить финансовые ресурсы и оптимизировать экономическую деятельность предприятия.

Клиентоориентированный бизнес позволяет учесть особенности и тенденции развития рынка, активность конкурентов и, что особенно актуально, формировать собственные потребности с учетом перспективных заявок покупателей, обеспечивая тем самым экономию ресурсов, а также максимизацию прибыли с учетом всех изменений, происходящих в политике и экономике.

Учитывая ужесточение конкуренции в условиях кризиса "приходится трансформировать бизнес, адаптируя его к возникающим новым условиям, формируя новые конкурентные преимущества на основе таких свойств, как гибкость и мобильность организации"¹. Одним из подобных инструментов можно считать существующие на многих крупных предприятиях и активно развивающиеся в рыночной среде автоматизированные системы управления взаимодействием с клиентами (Customer Relationship Management System, CRM).

Основными целями применяемых систем являются:

- максимальное удержание и развитие взаимоотношений с существующими клиентами, поскольку привлечение новых потребителей и выстраивание с ними плодотворного и взаимовыгодного сотрудничества зачастую обходится достаточно дорого для компаний и не всегда приносит желаемый результат;

- создание большей ценности для клиента с возможностью последующего увеличения прибыльности и значимости контактов. Данное обстоятельство направлено на индивидуальный подход к каждому клиенту, обеспечивая обе стороны выгодным предложением - клиент получает оптимальное предложение по количеству и качеству необходимого продукта, цене и сервисному обслуживанию, а производитель получает довольного клиента и стабильную прибыль;

- изменения и преобразования в компании, происходящие под влиянием меняющихся потребностей рынка, то есть отпадает необходимость систематического комплексного исследования рынка в целом, поскольку основные тенденции отражаются в требованиях и предпочтениях существующих потребителей, что позволит рациональнее распределить собственные ресурсы и привлечь новых клиентов.

Одной из основных задач CRM является управление лояльностью потребителями для повышения интенсивности потребления и снижения риска переключения на конкурентов. Постепенное накопление информации о клиенте в общую базу компании позволяет сформировать профиль потребителя, оценить выделяемые им значимые преимущества продукта и сервиса, сформировать ценностное предложение с учетом времени и финансовых ресурсов потребителя.

Клиентская база включает следующую информацию:

- основные сведения о клиенте, необходимые для идентификации его личности и организации самого процесса взаимодействия, а именно персональные данные, контактная информация, общие сведения о времени и месте встреч;

- коммерческая информация, предполагает индивидуальные особенности личности, характер, увлечения, особенности ведения бизнеса, то есть данные, необходимые

для составления портрета клиента и прогнозирования его поведения в разных ситуациях;

- история взаимодействия - описание ранее заключенных сделок, а также о несостоявшихся контактах, особые условия заключения контрактов, затраченные на клиента ресурсы (время, количество контактов по одной сделке), выявление предпочтительных средств взаимодействия. Анализ собранной информации позволит определить сильные и слабые стороны клиента, спрогнозировать будущие потребности, а также оценить перспективные затраты, которые понесет компания при работе с данным потребителем.

На основе собранных данных формируется индивидуальное предложение для клиента, условия поставки и необходимые формы оплаты и рассрочки платежей. Компания может предложить оптимальные варианты программ лояльности и сервиса, необходимые отдельным клиентам, с учетом их целей и перспектив развития.

Разрабатывая клиентские стратегии модернизации, как правило, могут быть подвергнуты все звенья цепочки создания стоимости. Фактически происходит обновление всех бизнес-процессов обеспечивающих взаимодействие на всех этапах деятельности компании.

Подобный опыт позволяет учитывать особенности работы с различными сегментами рынка, а также повысить уровень оперативности реагирования на запросы клиентов, предоставить эксклюзивный сервис и учесть все специфические особенности клиентов. Прогноз использования ресурсов компании позволит грамотно распределить производственные мощности, оценить значимость каждого клиента, и использовать проработанные подходы для привлечения новых клиентов.

Систематический мониторинг удовлетворенности клиентов позволит своевременно внести коррективы в операционную деятельность компании, повысить привлекательность и снизить расходы на сглаживание возникающих проблемных ситуаций.

При формировании эффективного управления на предприятии необходимо точно спрогнозировать эффективность предлагаемых подходов, как потенциальных, так и реальных². Для этого необходимо оценить общие издержки с точки зрения логистических принципов, поскольку они могут в последующем серьезно повлиять на деятельность компании.

Логистические принципы, лежащие в основе всего процесса взаимодействия с клиентами, позволяют минимизировать издержки, а внедрение информационно-аналитических систем позволяет спрогнозировать перспективные направления развития компании. Комплексный подход к процессу управления взаимоотношениями с клиентами повышает конкурентоспособность компании, меняет отношение клиентов и сотрудников к процессу взаимодействия, а также увеличивает точность стратегического планирования и развития организации.

¹ Тойменцева И.А., Михайлов А.М. Влияние маркетинговых и управленческих решений на процесс оптимизации бюджета предприятия // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2015. № 12 (134).

² Динукова О.А. Модель Дюпона и ее применение для оценки экономической эффективности в логистике // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2016. № 5 (139).

AUTOMATED SYSTEMS RELATIONSHIP MANAGEMENT WITH CLIENTS

© 2017 Mityaev Dmitry Yuryevich
Undergraduate
© 2017 Korzhova Galina Anatolievna
Candidate of Economic Sciences
Samara state University of Economics
E-mail: Korzhova-Galina@yandex.ru

Keywords: interaction, information technology, automated systems, customer relationship management, Customer Relationship Management, logistics solutions and technology.

The article analyzes the existing approaches to customer retention, the company aimed at long-term and mutually beneficial cooperation. Automated systems couple the needs of the target segments, optimize interaction with target customers, influence the volumes and structure of sales, and increase profits of the company.

УДК 338

ЛОГИСТИЧЕСКИЕ ПРИНЦИПЫ В УПРАВЛЕНИИ ПРОДАЖАМИ

© 2017 Митяев Дмитрий Юрьевич
магистрант
© 2017 Коржова Галина Анатольевна
кандидат экономических наук
Самарский государственный экономический университет
E-mail: Korzhova-Galina@yandex.ru

Ключевые слова: логистика, логистическая система, принципы логистики, комплексность, логистический сервис, продажи, торговое предприятие, комплексный подход к организации продаж.

Статья посвящена изучению проблемы организации оптимального подхода к продаже товаров и услуг на торговом предприятии. Функция продажи должна не только учитывать влияние факторов внешней и внутренней среды, но и стараться обеспечить потребности целевого сегмента необходимым сырьем, материалами и дополнительным сервисным обслуживанием.

Развитие рынка диктует новые условия для модернизации управленческих решений предприятий и организаций, направленных на достижение поставленных коммерческих целей и удовлетворение потребностей всех участников рыночных отношений. В целом, все субъекты рынка рассматриваются как единый организм, успешное функционирование которого в основном зависит от тщательно спланированных действий и организации единого подхода в предпринимательской деятельности.

Системный подход в логистике ко всем основным бизнес-процессам, как правило, позволяет оптимизировать ресурсы предприятия, сокращать издержки и формировать единый подход к организации управленческой деятельности.

В целом, под системой понимают упорядоченную совокупность всех элементов, которые находятся в определенных связях и отношениях друг с другом, при этом образуя целостность и единство всех процессов, способствующих достижению общей цели. Чем больше элементов, тем сложнее система, тем сложнее ей управлять и в конечном счете, сложнее достигнуть поставленной цели.

Разобщенность и нескоординированность основных элементов системы может нанести непоправимый вред всему предприятию, тем самым вытеснив его с рынка более сильными конкурентами. Наиболее часто в качестве такого проблемного звена выступает отдел продаж.

Функция продаж является одной из ключевых на любом современном предприятии, поскольку именно продажи позволяют компании получить прибыль, увеличить долю рынка, привлечь внимание ценных клиентов, а также позволяют взаимодействовать со всеми субъектами рыночных отношений посредством оперативной ответной реакции на любые изменения, как во внешней среде, так и в меняющихся собственных потребностях.

Управление продажами на основе логистических принципов позволит компании своевременно предпринять необходимые меры для устранения проблемных зон в деятельности отдельных подразделений, изменить выбранный курс и незамедлительно повлиять на ситуацию. Данные обстоятельства возможны, поскольку логистические подходы и методы нацелены не только на интеграцию отдельных видов деятельности, но и на объединение их в единую комплексную и сбалансированную систему.

Согласно логистическим принципам, максимальный положительный эффект возможен только в том случае, когда бизнес-процессы оптимизируются на всех этапах создания ценности - от первичного источника производства, до конечного потребителя, учитывая интересы всех отдельных элементов, а также особенности их функционирования. Обеспечение быстрой и своевременной адаптации единой системы под меняющиеся условия ее функционирования являются ключевым факторам успешной деятельности.

На сегодняшний день основными направлениями использования логистики в торговле является организация самого процесса товародвижения на складских площадях и непосредственно доставка грузов от производителя, через торговую сеть, к конечному потребителю. Дополнительные функции, такие как информационное сопровождение и развитие дополнительных эксклюзивных услуг для клиентов, выполняются менее грамотно, что зачастую ведет к неудовлетворенности клиентов и отсутствию повторных обращений.

Развивая систему продажи товаров, компаниям следует обратить особое внимание на следующие элементы:

- сокращение запасов за счет формирования оптимальных размеров партий товаров, создаваемых четко под конкретных клиентов, с учетом накопленной информации о потребностях и предпочтениях определенных сегментов рынка;
- ускорение процесса оборачиваемости капитала за счет осуществления контроля за размещением заказов и временем его исполнения, а также с учетом прогнозируемого спроса и тенденций развития рынка;
- сокращение затрат, связанных с транспортировкой, грузопереработкой и хранением товаров, что достигается за счет высокой согласованности всех задействованных в процессе работы участников, сокращение ручного труда и минимизации влияния "человеческого фактора".

Что же касается самого процесса продажи, то его эффективность является результатом хорошей подготовительной работы, включающей сбор и обработку информации о клиентах компании, формировании для каждого клиента отдельного коммерческого предложения, в котором учитываются особенности работы самой организации, а также пожелания и предпочтения клиентов.

Совокупный эффект от использования логистики на всех этапах предпродажной деятельности и самого процесса продаж, как правило, превышает эффект от улучшения отдельных показателей деятельности предприятия.

При формировании эффективной логистики на предприятии необходимо точно спрогнозировать ее действия на ближайшую перспективу¹. Необходимо определить тот перечень показателей, по которым можно оценить деятельность компании, выявить ее сильные и слабые стороны и определить перспективные направления деятельности.

Обладая необходимыми знаниями в области предпочтений собственных клиентов, компания в состоянии подготовить экономически выгодное предложение, заранее продумать стратегию управления вниманием потребителя, а также повысить заинтересованности клиентов в предложениях компании. Дополнительные услуги, программы лояльности, индивидуальное ценообразование - все это способно повлиять на мотивацию потребителя и повысить эффективность продаж компании.

Другим элементом, влияющим на выбор потребителя, является экономия времени клиента, а также постоянное совершенствование качества обслуживания.

Основными этапами процесса расходования времени клиентов являются:

- время на посещение предприятия (например, для подписания новых договоров), причем с учетом частоты посещения, увеличивается и расход времени;
- время, отведенное на консультацию клиента (по новым товарам и услугам), и оформление заказа (выписывание документов, ожидание процесса обслуживания);
- время на расчет с клиентом и исполнение заказа (выдача, погрузка, доставка).

Сокращение временных затрат возможно с учетом предварительно проведенной подготовительной работы с клиентом. Анализируя информацию о предыдущих сделках, выделяя особенности работы с клиентом, существует возможность подготовки всех документов, определение времени приема клиента, что позволит сформировать заказ и своевременно его предоставить потребителю. Разосланный заранее рекламный материал позволит ознакомиться потенциальному заказчику данного товара с новыми перспективными предложениями и предварительно сделать выбор.

Таким образом, экономия ресурсов компании и ресурсов клиентов позволит повысить конкурентоспособность предприятия, при этом логистические принципы и подходы в управлении продажами могут положительно повлиять на экономический результат деятельности компании. Использование системного подхода к управлению организацией также влияет на имидж и репутацию предприятия в глазах реальных и потенциальных клиентов, тем самым обеспечивая компанию стабильным положением на рынке и долгосрочной прибылью.

¹ Динукова О.А. Модель Дюпона и ее применение для оценки экономической эффективности в логистике // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2016. № 5 (139).

LOGISTICS PRINCIPLES SALES MANAGEMENT

© 2017 Mityaev Dmitry Yuryevich
Undergraduate

© 2017 Korzhova Galina Anatolievna
Candidate of Economic Sciences
Samara state University of Economics
E-mail: Korzhova-Galina@yandex.ru

Keywords: logistics, logistic system, principles of logistics, complexity, logistics service, sale, trading enterprise, an integrated approach to sales organization.

The article is devoted to the study of the optimal approach to the sale of goods and services in the trading company. The sales function should not only take into account the influence of factors external and internal environment, but also to try to meet the needs of the target segment, required materials, and additional maintenance.

УДК 338

ТЕОРИИ ЛИДЕРСТВА В МЕНЕДЖМЕНТЕ

© 2017 Некрашевич Анна Андреевна
студент

© 2017 Кочеткова Наталья Викторовна
кандидат педагогических наук, доцент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: NVKochetkova@bk.ru

Ключевые слова: лидерство, лидер, руководитель, менеджмент.

Отражены теоретические результаты изучения лидерства разными учеными, рассмотрены основные типы и теории лидерства, представлен портрет современного лидера.

Лидерство - качество, заложенное в генетике человека, берущее свои корни из далекой древности, являющейся одной из немаловажных причин эволюционного развития общества¹.

Уже на первобытнообщинном этапе развития человечества люди выбирали, так называемого, вождя - более опытного, развитого, сильного человека, который получал признание, доверие и авторитет среди своих соплеменников. По мере развития общества усложнялась система лидерства. Появлялись новые виды и теории лидерства.

Лидерство - это способность оказывать влияние на отдельных индивидуумов или/и группы, координируя их действия и направляя их возможности на достижение поставленной цели.

В социально-психологическом смысле лидерство - это механизмы групповой интеграции, объединяющие действия группы вокруг индивида, выполняющего функцию лидера или руководителя².

Принято различать пять основных классификаций лидеров³:

1) Лидер-организатор

Основные качества такого вида лидерства: высокие организационные способности, находчивость, умение рисковать, целеустремленность, оптимистичность, надежность. Лидер-организатор легко налаживает контакт с коллективом, умеет убеждать и мотивировать. Преподносит критику конструктивно, но в тоже время достаточно аккуратно, что позволяет его подопечным выполнять свои обязанности и работу еще лучше.

2) Лидер-творец

Творец притирается к позиции не командира, а соратника. Все проблемы обсуждаются и решаются коллективно. Сложную задачу он преподносит как привлекательное и интересное задание, которое хочется выполнить. Он вдохновляет и вдохновляется сам.

3) Лидер-борец

Волевой лидер, способный долго и упорно бороться за интересы своего коллектива. Сложно идет на уступки, предпочитает отстаивать свои права и свое мнение. Тем не менее, такой лидер в пылу борьбы может забывать об осторожности, рациональности, предусмотрительности, лояльности, что может повлечь некоторые проблемы для его коллектива.

4) Лидер-дипломат

Лидер-дипломат мастерски манипулирует людьми. При решении вопросов владеет ситуацией. Осторожно и обдуманно делает свои ходы. Обычно осведомлен обо всех сплетнях и интригах в своем коллективе и умело этим пользуется в управлении людьми.

5) Лидер-утешитель

Утешитель считается "душой" коллектива, прислушивается к мнению своих коллег, поддерживает, подбадривает и утешает их. Однако такому лидеру может не доставать объективности и организованности, без которых невозможно успешно вести дела.

Так же важно рассмотреть основные теории лидерства, которые составляют теоретическую основу для практического применения в различных организациях, где большую роль играет эффективное лидерское управление⁴.

1) Теория личностных черт

Исследование Ф. Гальтона основывалось на мысли, что если лидер обладает качествами, передающимися по наследству и отличающимися его от других, то эти качества можно выделить. Однако составить такой перечень не удавалось. Теория подверглась жесткой критике в научном сообществе, так как исследователю не удалось выявить какой-либо универсальный набор лидерских черт.

2) Ситуативная теория лидерства

Согласно этой теории, появление лидера рассматривается как результат встречи субъекта, места, времени и обстоятельств. Это означает, что в различных конкретных жизненных ситуациях выделяются отдельные члены группы, которые превосходят других хотя бы в каком-то одном качестве, но так как именно это качество было необходимым в данной ситуации, человек, обладающий им, становится лидером.

4) Теория ожидания-взаимодействия

В данной теории Фидлер делает акцент на интеграцию влияния лидера, его личностных свойств и ситуативных переменных, в частности, отношений между лидером и последователями. Фидлер выделяет два возможных стиля лидерства:

- ориентацию на задачу ("инструментальное лидерство");
- ориентацию на межличностные отношения ("эмоциональное лидерство").

Фидлер делает вывод, что лидер, ориентированный на задачу, более эффективен, когда ситуация либо очень благоприятна, либо очень неблагоприятна для него. А ориентированный на межличностные отношения лидер более эффективен в ситуациях либо умеренно благоприятных, либо умеренно неблагоприятных.

Проблемы лидерства являются ключевыми как для реализации поставленных целей и миссий организации, так и для эффективной работы организационной структуры в целом⁵.

Понятие лидерства важно рассматривать с двух аспектов. Во-первых, это наличие определенного набора качеств, который включает в себя умение успешного воздействия на других, а во-вторых, лидерство - это процесс, включающий в себя моральное воздействие на подчиненных или подопечных для достижения поставленной задачи. Лидерство представляет собой особый тип управленческого взаимодействия, основанный на наиболее эффективном сочетании различных источников власти и направленный на побуждение людей к достижению общих целей.

Основные проблемы, с которыми может столкнуться лидер в процессе работы - это утверждение и развитие определенного типа организационной структуры, формирование рабочих групп и управление ими.

Согласно исследованиям Harvard Business Review, современный портрет лидера выглядит следующим образом:

1. Быть открытым новому и интересоваться мнениями других людей.
2. Всегда готов помочь советом.
3. Люди рассчитывают на лидера, доверяют и верят его обещаниям.
4. Лидер хороший слушатель, и люди легко раскрываются перед ним.
5. Люди следуют примеру лидера.
6. Лидер перфекционист.
7. Лидер уважает людей.
8. Лидер искренне заботится о других.
9. У лидера есть страсть, и он уверен в себе.

Менеджмент обеспечивает эффективное функционирование организации без учета отношений лидерства. Однако в случае нестабильной ситуации, которая требует от компании постоянной готовности к изменениям в соответствии с новыми условиями, эффективность организационной деятельности напрямую зависит от потенциала лидера.

¹ Шалагинова Л. В. Психология лидерства. СПб. : Речь, 2007. С. 5.

² Печерская Э.П., Маснева М.Ф., Кочеткова Н.В. Методология организации профессиональной подготовки менеджеров в условиях виртуальной учебно-тренировочной среды. Самара, 2008.

³ Кравченко А.И., Тюрина И.О. Социология управления: фундаментальный курс : учеб. пособие. М. : Акад. Проект, 2005. С. 530.

⁴ Ковалева Т. Лидерство как стиль управления современной компанией. 2004. С. 23.

⁵ Лысенко Ю.Н. К вопросу оценки профессиональной и психологической подготовленности менеджера // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2011. № 10 (84).

THE THEORY OF LEADERSHIP IN MANAGEMENT

© 2017 **Nekrashevich Anna Andreevna**
Student

© 2017 **Kochetkova Natalia Victorovna**
Ph.D., Associate Professor
Samara State University of Economics
E-mail: NVKochetkova@bk.ru

Keywords: leadership, leader, Manager, management.

The article presents theoretical results on the study of leadership by different scholars, the definition of the concept, the basic theory of leadership, presents a portrait of a modern leader.

УДК 338

ОСОБЕННОСТИ ДЕЛОВЫХ ПЕРЕГОВОРОВ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

© 2017 **Нуриева Сона Джаваншировна***
студент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: ssona.nurieva@gmail.com

Ключевые слова: деловые переговоры, невербальное общение, визитная карточка, общение.

Рассмотрены особенности деловых переговоров в России, Японии и Франции, проанализированы характерные черты ведения переговоров.

На сегодняшний день в мире каждый из нас постоянно сталкивается с проведением различных переговоров. Деловые переговоры ведутся в рамках сферы ведения бизнеса и имеют более узкую задачу - это достичь договоренности о взаимовыгодном обмене ресурсами, распределении прибыли, которые будут получены от совместной деятельности. Деловые переговоры¹ - это состязание личностей, их точек зрения. Опытные бизнесмены деловые переговоры ведут малозначащими фразами. Деловые переговоры

* Научный руководитель - **Кочеткова Наталья Викторовна**, кандидат педагогических наук, доцент.

несут в себе более официальный характер, т.е. как правило, предусматривают подписание документов. Чтобы переговоры прошли успешно, к ним нужно подготавливаться наилучшим образом и это является одним из важных критериев достижения успеха.

Изучением этики и психологии переговорных процессов занимаются не только отдельные исследователи, но и специальные центры. Почти все переговоры осуществляются в вербальной форме. Современными психологами доказано, что словесное общение в беседе занимает менее 35%, а остальные 65% информации передается с помощью невербальных средств общения². Невербальное общение³ - это коммуникационное взаимодействие между индивидами без использования слов то есть передача информации или влияние друг на друга через образы, интонации, жесты, мимику и т.д. Еще важное место занимает то, какие жесты, мимику мы используем в конкретных беседах. Знание невербальных аспектов общения становится важным при ведении переговорных процессов, например, с иностранными партнерами, которые представляют иную культуру и религию.

В своей статье мне бы хотелось рассмотреть особенности ведения деловых переговоров в нашей стране и за рубежом.

Российский стиль ведения переговоров очень схож с советским стилем. Многие их характеристики совпадают. По мнению запада, основная отличительная черта российского стиля состоит в том, что у нас большое внимание уделяют общим целям и относительно мало уделяют внимание тому, как их можно достичь. Российская делегация при решении проблем на переговорах предпочитает действовать осторожно, без рисков. Если перед делегацией возникнет выбор между более или менее рискованными вариантами, то наверняка будет преобладать второй вариант.

Рассмотрим сравнительную таблицу ведения деловых переговоров в различных странах.

Сравнительная таблица деловых переговоров в различных странах

Название критерия	Россия	Япония	Франция
Подготовка к переговорам	Установление личного контакта с партнерами	Отправление обширного досье на свою организацию, подробное изложение проекта или сделки	Переписка - важно место в переговорах и налаживаний отношений перед непосредственной встречей
Начало переговоров	Для заключения сделки одной встречи обычно недостаточно	Вежливо пренебрегают к обсуждениям детали сделки	Сразу пренебрегают к обсуждениям деталей сделки
Внешний вид	Деловой стиль одежды	При контакте с японскими бизнесменами костюм и галстук - обязательны	Консервативный стиль в одежде. Обязателен пиджак
Тактика	В России принято общаться на очень близком расстоянии, что не позволительно во многих странах	Японские бизнесмены, когда им идут на уступки, отвечают тем же, внимательно слушают собеседника, не перебивая	Могут перебивать собеседника, чтобы высказать критические замечания или контраргументы, но они не склонны к торгу

Название критерия	Россия	Япония	Франция
Жесты приветствия	При встрече русские мужчины могут поприветствовать друг друга, как рукопожатием, так и поцелуем в обе щеки	Не старайтесь поздороваться с собеседником рукопожатием первым. Принято кланяться, и угол наклона зависит от статуса собеседника	Приветствие рукопожатием
Необходимость визитной карточки	В начале деловой встречи визитные карточки сначала вручают хозяева, а затем гости	Знакомство начинается с обмена визитными карточками	Визитную карточку следует вручать при первой встрече
Способ обращения	Традиционно в русском речевом этикете преобладает обращение "вы", выражающее вежливое и уважительное отношение	Слово "господин" в Японии звучит как "сан", произносится в конце после фамилии и имени	Женщина - "мадам", с мужчиной - "месье"

Анализируя таблицу, можно сделать вывод о том, что черты ведения переговоров в разных странах имеют свои некие особенности и различия. Предоставление визитной карточки считается вежливым тоном и обязательным предоставлением во всех рассмотренных странах. Ведение переговоров носит скрупулезный, обдуманый характер и в России, и в Японии, и во Франции. А вот в способах обращения имеют существенные различия.

Французам⁴ свойственны такие черты как: галантность, находчивость, остроумие и великодушие. Во Франции к обсуждению деталей сделки преступают сразу без каких-либо лишних разговоров. В делах они нацелены на долгосрочные перспективы, и именно поэтому с партнерами они стараются установить тесное личное сотрудничество. В этой стране достаточно сильная иерархия и поэтому в принятии решений последнее слово всегда за тем, кто занимает наивысшую позицию.

Японская культура⁵ переговоров отличается своей изолированностью, уникальными традициями и обычаями. Также японцам свойственна черта перехода на стиль ведения переговоров партнера. В Японии не принято сразу приступать к обсуждению деталей договора, они предпочитают начинать разговор с житейских проблем.

Российский стиль⁶ ведения деловых переговоров сейчас представляет собой весьма большой интерес для многих зарубежных предпринимателей, поскольку за последние годы контакты между ними и нашими бизнесменами резко расширились во всех областях, и скорее всего, будут расширяться и в будущем. В нашей стране тактика ведения переговоров отличается от других тем, что в России часто в начале переговоров стараются занять прочную позицию, характеризующуюся значительным завышением требований. Затем после длительных дискуссий и уступок, происходит сближение точек зрения сторон. Некоторые американские авторы обращают свое внимание на то, что наши уча-

стники переговоров воспринимают компромисс как вынужденное и временное явление, уступки при этом рассматриваются российской стороной как проявление слабости, поэтому они делаются весьма неохотно.

По итогам проведенного исследования можно сделать вывод, что переговоры становятся составляющей частью жизни современного человека. Мир переговоров чрезвычайно обширен. Умение общаться с деловым партнером, понимать психологию другого человека, интересы другой организации можно считать одним из определяющих факторов в процессе ведения переговоров.

Завершая рассмотрение переговоров, следует подчеркнуть, что одно лишь знание о переговорах еще не является достаточным основанием для успеха. При деловых переговорах следует учитывать основные культурные ценности различных стран.

¹ URL: https://www.syl.ru/article/166659/new_delovyye-peregovoryi-vedenie-deloviyh-peregovorov-podgotovka-deloviyh-peregovorov.

² Кочеткова Н.В., Красова К.А. Исследование корпоративной культуры высшего учебного заведения с целью формирования корпоративных стандартов (на примере СГЭУ) // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2012. № 7 (93). С. 94-97.

³ Печерская Э.П., Юдина О.В. Методология формирования профессиональных компетенций специалистов экономического профиля с использованием проектного подхода в условиях высшей школы // Экономические науки. 2007. № 35. С. 359-361.

³ Семкина А.А., Кочеткова Н.В. Применение молодыми специалистами навыков невербальной коммуникации в профессиональной деятельности // Социальное поведение молодежи в Интернете: новые тренды в эпоху глобализации : материалы Междунар. науч.-практ. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых. 2015. С. 405-407.

⁴ Павлюк А. К., Белявцева Д. А., Шипшина С. О., Дроздов И. Н. Сравнение этикета деловых переговоров западноевропейских и азиатских стран // Молодой ученый. 2016. № 30. С. 437-442.

⁵ Кочеткова Н.В., Корякин И.Д. Сравнительная характеристика бизнес-этикета в Японии и Южной Кореи // Вестник современных исследований. 2016. № 3-2 (3). С. 47-53.

⁶ Кукушин В.С. Деловой этикет. М. : Март, 2003. 224 с.;

Печерская Э.П., Юдина О.В. Методология формирования профессиональных компетенций ...

FEATURES OF BUSINESS NEGOTIATIONS IN RUSSIA AND ABROAD

© 2017 Nurieva Sona Javanshirovna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: ssona.nurieva@gmail.com

Keywords: business meeting, non-verbal communication, business card, negotiation processes, communion.

In the article the peculiarities of business negotiations in Russia, Japan and France, analyzed the characteristic features of negotiation.

МЕТОДЫ ВЫБОРА ПОСТАВЩИКОВ В ЛОГИСТИКЕ

© 2017 Перескокова Ольга Павловна

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: olgapereskokova_98@mail.ru

Ключевые слова: выбор поставщика, методы выбора, этапы, балльный метод, метод рейтинговых оценок, метод оценки затрат, метод категорий предпочтений, критерии.

Описаны этапы выбора поставщиков, рассмотрены критерии и методы выбора поставщиков и сделаны выводы о наиболее эффективном методе отбора поставщиков для фирмы.

Один из основных вопросов в управлении закупкой материальных ресурсов это выбор поставщика. От того, какого поставщика выберет менеджер, будет зависеть ритмичность поставок, репутация фирмы перед клиентами и ее рентабельность. Но нередко менеджеры недооценивают значимость выбора правильного поставщика для эффективного функционирования компании и цепи поставок в целом. Разнообразие возможных поставщиков увеличивает шансы отыскать среди них тех, которые будут обеспечивать надежность логистических процессов и хозяйственных связей с максимальным эффектом. Процесс закупки представляет собой цепочку действий, взаимосвязанных друг с другом. На начальном этапе составляются заявки на продукцию, а на конечном - необходимые товары поступают на фирму в определенном количестве в заданные сроки и с соблюдением качественных характеристик.

Основные этапы выбора поставщика можно представить следующим образом:

Этапы выбора поставщика*

Этапы	Название	Содержание
1	Определение и оценка требований покупателей	Требования покупателей в отношении количества, качества, сроков поставки и сервиса, прилагаемому к товару
2	Определение типа закупок	Постоянные закупки, модифицированные закупки, новые закупки
3	Анализ поведения рынка	Знание и анализ рынка поставщиков помогают определить факторы, позволяющие правильно организовать закупки (количество возможных поставщиков, позиция на рынке, профессионализм и другие)
4	Идентификация поставщиков и их первоначальная оценка	Составленный перечень потенциальных поставщиков анализируется на основании особых критериев, которые позволяют произвести отбор реальных поставщиков

* Королева В.Л. Методы выбора поставщиков // Экономика, управление, финансы : материалы V Междунар. науч. конф. (г. Краснодар, август 2015 г.). Краснодар : Новация, 2015. С. 83-84.

После того, как сформирован список потенциальных поставщиков, этот перечень может также обновляться и дополняться. Далее отбираются те поставщики, которые больше всего подходят фирме и происходит конечный выбор поставщика.

Критерии отбора поставщиков можно разделить на основные и дополнительные. К основным относятся: ассортимент товаров; их качество и цена; надежность поставщика. Дополнительными критериями являются такие критерии, как территориальная удаленность поставщика; имидж компании; сроки поставки партии; финансовые условия сотрудничества; психологический климат у поставщика¹; условия производства и хранения товара; возможность возврата нереализованных товаров; стабильность договорных отношений; сервисные услуги, оказываемые поставщиком; количество поставок, которые были сорваны в прошлом и количество претензий в адрес поставщика и др.²

Существуют и другие методы выбора поставщиков. Метод рейтинговых оценок - этот метод наиболее распространен.

Он состоит из ряда этапов³:

1. Отбор критериев при оценке поставщиков. Критерии оценки и отбора поставщиков напрямую зависят от требований логистической системы и могут различаться. Но независимо от особенностей производства, масштабов предприятия, специфичности отрасли выделяются самые важные.

2. Выбор потенциальных поставщиков. Отбор осуществляется с помощью маркетингового анализа, анализа предложения поставщика.

3. Распределение показателей претендентов на группы: а) количественные показатели. Оцениваются с помощью чисел. (Стоимость, время доставки и другие); б) качественные показатели. Оцениваются квалифицированными специалистами. Например, по 5 бальной шкале. в) бинарные или релейные показатели. Определяется только с помощью 2 значений - "да", "нет"

4. Ранжировка критериев экспертами. С помощью нее рассчитываются коэффициенты, определяющие важность каждого критерия.

5. Рассмотрение количественных показателей. Сначала для каждого критерия выбирается необходимое наилучшее значение из анализируемых предложений поставщиков. Если в качестве эталонного выбрано наибольшее (например, качество товара), то все значения критерия других поставщиков делятся на него, а если в качестве эталонного выбрано наименьшее (например, цена), то выполняется обратная процедура.

6. Рассмотрение и обработка качественных показателей по шкале Харрингтона. Смысл шкалы в следующем: каждой экспертной оценке качества (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно и т.д.) соответствует количественная оценка, равная значению от 0 до 1. Например, оценке отлично соответствует значение по шкале Харрингтона близкое к единице, к оценке "плохо" - значение близкое к нулю.

7. Обработка бинарных показателей. Оценка "да" - 1 балл, оценка "нет" - 0 баллов.

8. На основе всех оценок (количественных, качественных, бинарных) с учетом весовых коэффициентов рассчитывается интегральная оценка поставщика. Рейтинг "1" присваивается поставщику, получившему большую интегральную оценку. Следующему поставщику рейтинг "2" и т.д.

Упрощенным вариантом этого метода является балльный метод.

Метод оценки затрат также может быть использован при выборе поставщика. Он заключается в том, что весь исследуемый процесс снабжения делится на несколько возможных вариантов (миссий). Для каждого из них с точностью рассчитываются все расходы и доходы. В результате получают данные для последующего сравнения и выбора вариантов решений. Для каждого поставщика рассчитываются все издержки и доходы,

которые возможны (с учетом логистических рисков). После этого из набора вариантов выбирается тот, который будет считаться более выгодным.

Данный метод интересен тем, что он позволяет определять "стоимость" выбора поставщика. Недостаток метода состоит в том, что он требует большого объема информации и анализа этого объема по каждому поставщику⁴.

При использовании метода категорий предпочтений оценка поставщика, зависит от информации, которая поступает из подразделений фирмы. Такой метод подразумевает наличие объемной и разнообразной информации из множества источников, позволяющей рассматривать каждый фактор наравне с остальными, в то время как для фирмы, возможно, какой-то фактор является ключевым, например, простота использования продукции в производственном процессе. Плюс данного метода в том, что анализируется не только полная, но и компетентная информация, основанная на опыте сотрудничества с тем, или иным поставщиком⁵.

Этот метод не является эффективным только в том случае, когда предприятие еще не работало с поставщиком⁶.

Подводя итог, нужно отметить, что существует множество различных методов отбора поставщиков. Одним из самых распространенных и, возможно, эффективных является метод рейтинговых оценок. Он характеризуется гибкостью, т.е. возможностью приспособления к условиям конкретного предприятия. Но другие методы также не стоит недооценивать, так как использование конкретного метода зависит от ситуации и каждая организация использует тот метод, который она считает подходящим конкретно для себя.

¹ Гаджинский А.М. Логистика : учеб. для высш. и средних спец. учеб. заведений. 2-е изд. М. : Маркетинг, 2016.

² Кондратович И.И. Методы оценки и выбора поставщиков // Экономическая наука сегодня: теория и практика : сб. материалов V Междунар. науч.-практ. конф. 2016. С. 23-26.

³ URL: <https://author24.ru>.

⁴ URL: <http://mirznanii.com>.

⁵ Нуждина О.А. Выбор поставщика // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2003. № 2 (14).

⁶ Малюкова С.М., Белякова Е.В. Методы выбора поставщиков для торгового предприятия // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. 2015. № 11. С. 865-867.

METHODS OF SUPPLIERS' SELECTION IN LOGISTICS

© 2017 Pereskokova Olga Pavlovna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: olgapereskokova_98@mail.ru

Keywords: suppliers' selection, methods of selection, stages, grade method, method of ranking scores, cost estimation method, preferences category method, criteria.

This article describes the stages of suppliers' selection, considers the criteria and methods of suppliers' selection and conclusions about the most effective method of selecting suppliers for the firm are drawn.

ПРОЦЕСС СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ КАК ФАКТОР РАЦИОНАЛЬНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МАТЕРИАЛЬНЫХ РЕСУРСОВ

© 2017 Плотникова Анастасия Валерьевна

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: nastyp98v@bk.ru

Ключевые слова: материальные ресурсы, цели, стратегическое планирование, издержки, прибыль.

Статья посвящена изучению процесса стратегического планирования и его влияния на рациональное использование материальных ресурсов. Также в статье раскрываются основные цели и задачи стратегического планирования и рассматриваются предпосылки его формирования в деятельности предприятий.

В условиях современной экономической обстановки каждое предприятие стремиться наиболее эффективно использовать имеющиеся у него материальные ресурсы. Под эффективным использованием следует понимать минимизацию затрат на производство и извлечение максимальной прибыли от продажи конечного продукта или услуги. Для достижения данной цели, руководитель предприятия, как правило, разрабатывает определенную стратегию по использованию ресурсов, в соответствии с которой оно и осуществляется¹. Именно о процессе стратегического планирования как о факторе рационального использования материальных ресурсов пойдет речь в данной статье.

Понятие "стратегическое планирование" появилось на рубеже 1960-1970 гг. и означает процесс разработки стратегий и основных методов их осуществления. Стратегия, в свою очередь, это определенный ориентир или направление развития из текущего положения в будущее².

Материальное использование ресурсов не может быть рациональным, если заранее не провести грамотный процесс планирования. Он должен основываться на трех главных аспектах:

- объект планирования;
- нужные ресурсы;
- наличие ресурсов³.

Процесс планирования должен быть основан на стремлении достижения баланса рыночного спроса с производственными ресурсами, которые имеются в организации, а также с запасами и производительностью предприятия⁴. Это необходимо, чтобы добиться ее максимизации прибыли.

Основной целью планирования потребности в материалах является обеспечение гарантии наличия необходимого количества требуемых материалов надлежащего каче-

ства в любое время в рамках срока планирования. С помощью планирования потребностей обеспечивается своевременная закупка или производство объемов материалов, необходимых как для внутренних целей организации, так и для их реализации.

Процесс планирования состоит из систематической проверки запасов, а также из автоматического создания проектов заказов на их закупку и производство.

Для планирования необходимы все исчерпывающие данные по запасам материалов, в том числе зарезервированным, для расчета нужного объема закупок или производства. Процесс планирования приводит к использованию материалов непосредственно в производстве, данный процесс является очень важным для организации, так как его рационализация позволяет избежать лишних затрат. Чем разумнее используются сырье, топливо, вспомогательные материалы, тем меньше их расходуется для выработки определенного количества продукции, тем самым формируется возможность увеличить объем производства конечной продукции.

В процессе планирования материальных ресурсов организации решаются задачи, связанные с поиском резервов снижения расходов, предметов труда и расширением на этой основе объемов производства и конечных итогов. К таким задачам можно отнести⁶:

- исследование качества расчетов, которые осуществляют определенные функциональные структурные единицы организации для выявления необходимости в материальных ресурсах, включая анализ качества норм потребления сырья, материалов, энергоносителей на изготовление продукции;

- оценка работы служб материально-технического снабжения, мониторинг их деятельности по бесперебойности обеспечения производства всеми необходимыми видами материальных ресурсов и сбережении денежных ресурсов на образование складских запасов;

- факторный анализ материалоемкости продукции;

- обнаружение потенциала снижения материальных затрат за счет введения различных прогрессивных норм, ресурсосберегающих технологий, уменьшения малоэффективных затрат, отходов;

- учет влияния внедрения режима экономии материальных ресурсов на количественные и качественные индикаторы деятельности организации.

При проведении вышеперечисленных действий можно создать качественный план, в соответствии с которым будут работать функционалы организации, связанные с материальными ресурсами и их использованием.

Таким образом, можно сделать вывод, что процесс стратегического планирования является чрезвычайно важным фактором в организации управления материальными ресурсами, ведь именно благодаря грамотному планированию можно избежать лишних издержек и повысить общий уровень прибыльности, к чему и стремятся все предприятия.

¹ Сосунова Л.А., Макарова Н.В. Формирование стратегий управления материальными ресурсами // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2010. № 8 (70)

² URL: <http://www.economicportal.ru/term-words/word-s4.html#s45> (дата обращения: 26.09.2017).

³ Хлынин Э.В., Сорвина О.В. Организация эффективного обеспечения предприятия материальными ресурсами : монография. М. : Финансы и кредит, 2013.

⁴ Марквa Г.А. Анализ использования материальных ресурсов в промышленности. М. : Экономика, 2008. 457с.

⁵ Хлынин Э.В., Сорвина О.В. Разработка модели стратегического управления производственными затратами предприятия // Финансовая аналитика: проблемы и решения. 2014. № 30. С. 2-13.

PROCESS OF STRATEGIC PLANNING AS A FACTOR OF RATIONAL USE OF MATERIAL RESOURCES

© 2017 Plotnikova Anastasia Valeryevna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: nastyap98v@bk.ru

Keywords: material resources, goals, strategic planning, costs, profit.

The article is devoted to the study of the strategic planning process and its impact on the rational use of material resources. The article also reveals the main goals and objectives of strategic planning and consideration of its participation in the activities of enterprises.

УДК 334.7

АУТСОРСИНГ В ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

© 2017 Попкова Дарья Евгеньевна

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: popkova.darya.98@mail.ru

Ключевые слова: аутсорсинг, логистический аутсорсинг, аутсорсинг в логистике, логистика, конкуренция, логистические функции, фирма-аутсорсер, логистический провайдер.

Освещается тема аутсорсинга логистических функций. Раскрывается смысл этого понятия, рассматриваются преимущества и недостатки данной концепции.

В настоящее время все большее количество предприятий приходит к тому что, одним из основных стратегических направлений своей деятельности определяют концентрацию на приоритетных видах бизнеса и операциях. Это способствует рациональному распределению ресурсов предприятия на те виды бизнеса, которые являются конкурентоспособными и в которых у фирмы есть определенные преимущества. В связи с этим все большее распространение в мировой практике приобретает аутсорсинг¹.

Еще в 60 -70-е годы прошлого столетия концепция аутсорсинга предполагала делегирование отдельных функций, которые выполняла компания. В современных условиях аутсорсинг приобретает уже совершенно иную роль - стратегическое значение в области менеджмента управления компанией, ее реструктуризации².

Тенденции экономической глобализации способствуют эффективному развитию концепции логистического аутсорсинга. Отдельные организации становятся частями глобальной производственной сети, и в результате этого процессы снабжения и сбыта также усложняются, а уровень логистических знаний для всех партнеров превращается в ключевой фактор успеха.

Логистические функции не являются основным видом деятельности компаний-производителей, поэтому для достижения наиболее эффективного управления рекомендуется выносить их за пределы организации, то есть на аутсорсинг.

Выведение ряда функций на аутсорсинг позволяет предприятию сконцентрироваться на основной профильной деятельности, сократить затраты и применять передовые технологии. Концепция логистического аутсорсинга состоит в том, что предприятию нет необходимости использовать собственные ресурсы для осуществления логистических функций и операций. Фирма может доверить их обеспечение внешнему партнеру-аутсорсеру.

Аутсорсинг логистических функций предполагает передачу по контракту частично или полностью, отдельных либо комплексных логистических бизнес-процессов на осуществление внешней организации, а именно специализированному логистическому оператору, то есть фирме, имеющей необходимый опыт и ресурсы, обладающей требуемыми компетенциями, а также всей инфраструктурой для выполнения соответствующих операций.

Логистические операторы или провайдеры (Logistic Service Providers, LSPs, 3PLs, TPL) - это коммерческие организации, оказывающие услуги в сфере логистики, выполняющие отдельные операции или комплексные логистические функции (складирование, транспортировка, управление заказами, физическое распределение и др.), а также осуществляющие интегрированное управление логистическими цепочками предприятия-клиента³. На данном этапе развития аутсорсинга логистических функций можно сказать, что отечественные логистические операторы вполне соответствуют мировому уровню оснащенности и развитости в своей отрасли.

В настоящее время емкость рынка логистических услуг оценивается российскими экспертами на уровне 80-90 млрд. долларов в год. Основная доля логистических услуг приходится на транспортировку груза (89% от общего объема операций), незначительная доля - на хранение и складские операции (до 8%), экспедирование (до 2%), управление цепями поставок (до 1%)⁴.

Внедрение логистического аутсорсинга на предприятие чаще всего обусловлено такими причинами как: необходимость повышения гибкости и достижения эффекта синергии, недостаток знаний и опыта у компании-производителя в области логистики, а также по стратегическим соображениям.

У предприятия есть возможность отдать под контроль компании-аутсорсеру сразу все логистические операции, консультации, выполнение экспертиз и внедрение информационных систем.

На сегодняшний день сторонним организациям могут передаваться такие логистические функции как:

- услуги по перевозке грузов;
- услуги по экспедированию грузов;
- услуги по таможенному оформлению и хранению товаров;
- управление закупками, упаковка, складирование, информационная поддержка;
- комплексный аутсорсинг.

Аутсорсинг в области логистики имеет ряд преимуществ⁵. Использование данной концепции позволяет сосредоточиться на эффективно выполняемых организацией операциях, а также обеспечить гибкость компании при внезапных изменениях на рынке. Кроме того, аутсорсинг логистических функций позволяет улучшить качество продукции и услуг, предоставляемых организацией и позволяет снизить риски за счет надежности предоставляемых услуг.

Однако при принятии решения перехода на аутсорсинг логистических операций стоит учитывать и недостатки данной концепции. Распространенной проблемой использования аутсорсинга является рост зависимости компании от аутсорсера⁶. Одним из недостатков может быть потеря организацией успешности на потребительском рынке из-за утраты некоторых видов деятельности. Также при недостаточно грамотном отборе логистического провайдера организация может столкнуться с рисками, связанными с качеством продукта или услуги. Передача части логистических функций на аутсорсинг может привести к потере конфиденциальности информации.

На сегодняшний день российский рынок логистических услуг перешагнул этап своего формирования и является высоко конкурентным, но недостаточно устойчивым. В данном сегменте работают более 5000 компаний. Из них, не более 300 оказывают комплекс услуг по экспедированию и временному хранению и лишь 5% из них являются 3PL-провайдерами.

Процессы глобализации, интеграции, кооперации, возрастающие запросы потребителей побуждают предприятия, которые стремятся поддерживать свою конкурентоспособность на рынке, применять логистический подход в построении бизнеса, а также обращаться к использованию в своей деятельности такого инструмента как логистический аутсорсинг- мощного потенциала развития предприятия. Исходя из всего вышесказанного, можно сделать вывод о том, что рынок аутсорсинга логистических функций в России имеет большие перспективы развития. Новые перспективы повышения эффективности логистического аутсорсинга связаны с развитием рынка услуг 4PL-провайдеров и использованием современных информационных технологий в управлении всеми звеньями цепи поставок.

¹ Слюсарева Е.В. Аутсорсинг логистических функций предприятия // Вестник Омского университета. Серия "Экономика". 2009. № 2. С. 117-118.

² Демихов В.Ю. Международная практика аутсорсинга логистических функций // Транспортное дело России. 2010.

³ Широкова А.В. Особенности современного аутсорсинга в логистике // Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки. 2014.

⁴ Николаева Т.И. Логистический аутсорсинг в перевозках сборных грузов и перспективы его развития // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2014.

⁵ Морозевич Е.С. "Основные вопросы выведения логистических функций";

Организации на аутсорсинг // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. 2015.

Логистика и управление цепями поставок. Теория и практика. Основы логистики / под ред. Б.А. Аникина, Т.А. Родкиной. М. : Проспект, 2013.

⁶ Федоренко Р.В. Проблемы современного аутсорсинга и пути их решения // Перспективы науки. 2014. № 8 (59). С. 150-153.

OUTSOURCING IN LOGISTICS PRACTICE

© 2017 Popkova Daria Evgenievna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: popkova.darya.98@mail.ru

Keywords: outsourcing, logistics outsourcing, outsourcing in logistics, logistics, competition, functions of logistics, outsourcing firm, logistics provider.

In this article, the topic of outsourcing of logistics functions is regard. The article reveals the meaning of this concept, examines the advantages and disadvantages of this concept.

УДК 338

ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ТРАНСПОРТНОЙ ЛОГИСТИКИ В РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

© 2017 Попов Влас Витальевич

студент

© 2017 Рахматуллина Альбина Рустамовна

кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: popov_vlas@mail.ru

Ключевые слова: логистика, логистическая система, транспортная логистика, транспортный комплекс России, транспорт, логистика предприятий.

Рассмотрены ключевые проблемы развития транспортной логистики в деятельности российских предприятий. Даны аспекты теоретической характеристики транспортной логистики и ее задач. Перечислены ключевые проблемы транспортной логистики в России на сегодняшний день. Приведены основные инструменты и методы решения проблем развития отечественной системы транспортной логистики.

После перехода России к новой модели рыночной экономики произошел стремительный рост числа предприятий и новых отраслей, деятельность которых невозможна без логистической системы. Логистика - это интегрированная деятельность, которая берет начало от производства продукции до ее реализации на потребительском рынке. Оглядываясь на опыт зарубежных стран, можно сказать о том, что логистика занимает одно из ключевых мест в развитии современного бизнеса. Более того, развитие данного направления является ключевым вопросом и для правительства РФ, поскольку способствует наращиванию позиций страны на международном рынке товаров и услуг. Сточки зрения бизнеса, логистика - это процесс эффективного управления материальными потоками в достижении поставленной цели с оптимальными затратами всех ресурсов¹.

Транспортная логистика - это перемещение требуемого количества товара в нужную точку, оптимальным маршрутом за требуемое время и с наименьшими издержками. К основным задачам, которые выполняет транспортная логистика относятся:

- создание системы транспортной логистики;
- обеспечение технологического функционирования транспортно-складского процесса;
- определение рационального маршрута отправки груза;
- выбор типа и вида транспортного средства для доставки груза.

При анализе отечественных работ исследователей, а также представителей логистического бизнеса были выявлены следующие проблемы транспортной логистики в российских предприятиях²:

- изношенность подвижного состава транспортного комплекса;
- низкий уровень информационной поддержки процесса транспортировки;
- сложности при построении маршрутов перевозки груза;
- недогруз подвижного состава, что приводит к высокой себестоимости;
- страхование груза и транспортных средств³;
- сложности в организации взаимодействия различного вида транспорта;
- недостаток программных продуктов автоматизации процесса транспортной логистики;
- потери от простоя в ожидании загрузки/выгрузки;
- динамика роста цен на горюче-топливные материалы и запчасти/комплектующие;
- наличие уязвимой законодательной системы.

В результате, логистические системы в российской экономике становятся неэффективным инструментом развития бизнеса, что связано и с высокими издержками данного процесса. Так, для российских предприятий затраты на транспортную логистику составляют около 20% от общей выручки продукции. При этом, если взять страны Западной Европы и США, то средние издержки на логистику составляют от 7 до 11 процентов, что в разы меньше, чем у отечественных предприятий⁴.

В соответствии с Программой социально-экономического развития нашей страны предусмотрено уделять особое внимание опережающему развитию транспортного комплекса как фактора, играющего ключевую роль в снижении транспортных издержек в

экономике, а также в обеспечении социальной стабильности и международной экономической интеграции.

Выполнение основной цели данной программы направленно на реализацию таких действий касаясь развития транспортной логистики в России⁵:

- содействие обеспечению территориальной транспортной доступности на приемлемом для страны уровне;
- содействие обеспечению оптимальных условий транспортной логистики для внешнеэкономической деятельности;
- усиление координации в развитии транспортной инфраструктуры;
- снижение отрицательных воздействий на экологию со стороны транспортной логистики предприятий.

Помимо этого, необходимо осуществить следующие действия по развитию уровня транспортной логистики в российских предприятиях:

- увеличить финансирование для обновления парка подвижного состава;
- обновить программное обеспечение для автоматизации системы управления транспортной логистики и информационной коммуникации;
- внедрение системы GPS, EscapeCat и ГЛОНАСС для оптимизации маршрутных путей доставки груза до конечного потребителя.

Таким образом, текущий уровень развития транспортной логистики стоит считать неудовлетворительным, чему доказательства в виде высокого уровня издержек по отношению к конечной цене продукта. Более того, при анализе основных проблем транспортной логистики России стоит заметить, что ключевой характер их возникновения - это дефицит инвестиционных ресурсов, которые не направляются на обновление парка, системы управления и программного обеспечения логистики. Лишь с использованием ресурсов для внедрения инноваций и обновления системы транспортной логистики, отечественный рынок получит стимул для своего развития.

¹ Федотенков Д.Г. Основные проблемы и пути развития транспортной логистики // Проблемы современной экономики. Челябинск, 2013. С. 168-171.

² Основные проблемы транспортной логистики. URL: <http://www.asteko.ru/osnovnyie-problemyi-transportnoy-logistiki.html> (дата обращения: 02.10.2017).

³ Голубев П.В. Анализ недостатков транспортной логистики в России // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2016. № 12-2. С. 35-39.

⁴ Карамин В.М. Проблемы транспортной логистики в России // Экономические науки. 2016. № 57-3.

⁵ Проблемы развития логистики в России. URL: <http://www.xcomp.biz/problemy-razvitiya-logistiki-v-rossii.html> (дата обращения: 02.10.2017).

Гревцова Т.В. Актуальные направления построения и оптимизации транспортной логистики в российских компаниях // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2014. № 6 (116). С. 89.

Кириллова Л.К. Особенности и тенденции развития логистики в условиях интернационализации бизнеса // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 5 (103). С. 44.

MAIN PROBLEMS OF TRANSPORT LOGISTICS IN RUSSIAN ENTERPRISES

© 2017 Popov Vlas Vitalvich

Student

© 2017 Rakhmatullina Albina Rustamovna

Candidate of Economics, Associate Professor

Samara State University of Economics

E-mail: popov_vlas@mail.ru

Keywords: logistics; logistic system; transport logistics; the transport complex of Russia; transport; logistics of enterprises.

In the article the key problems of development of transport logistics in the activity of Russian enterprises are considered. The aspects of the theoretical characteristics of transport logistics and its tasks are given. The key problems of transport logistics in Russia are listed today. The main tools and methods for solving the problems of the development of the domestic transport logistics system are given.

УДК 658.7

УПРАВЛЕНИЕ ЛОГИСТИЧЕСКИМИ ИЗДЕРЖКАМИ

© 2017 Потякина Ирина Александровна

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: potyakina1998@mail.ru

Ключевые слова: логистика, издержки, эффективное управление.

Данная статья посвящена проблеме управления логистическими издержками. Отмечается необходимость снижения логистических издержек из общих и формирования особого контроля за всей логистикой компании.

Устойчивое развитие предприятия - обобщая стратегия всех компаний в современных условиях динамичного неблагоприятного развивающегося рынка¹. Эффективное управление, выбор наилучшего пути развития организации - эти задачи возлагаются на руководителей. Как известно, чтобы увеличить прибыль - необходимо сократить издержки. Оптимизация логистики - является одним из самых влиятельных и эффективных методов сокращения затрат фирмы, сохраняя качество товаров или предоставляемых услуг².

Компании, которые постоянно совершенствуют, развивают отдел логистики на предприятии намного успешнее, чем те, кто не имеет данного управления. Одно из преимуществ использования логистики - это повышения качества сервиса, благодаря чему

увеличивается удовлетворенность клиентов, формируется программа лояльности. Следующим позитивным влиянием логистики является то, что делая основные процессы предприятия более эффективным путем фокусирования на основных нуждах клиентов, логистика сводит к минимуму издержки на товары и услуги, не востребованные клиентами³. Таким образом, оптимизация логистических издержек приводят к снижению общего уровня затрат.

Формирование логистического центра в организации не всегда является оправданным. На современном рынке многие компании готовы предложить свои услуги для решения подобных проблем. Не редки случаи, когда контрактная логистика оказывается эффективнее⁴.

Создание действенных механизмов снижения логистических издержек предполагает рассмотрение классификации. В теории данная задача необходима, так как достаточное точная группировка дает полное всеохватывающее понимание применение издержек, но в практике часто, затраты на формирование классификации могут быть более затруднительными и не оправданными. Важно отметить, что издержки логистики применяются как в сфере производства, так и в сфере обращения.

Особое внимание стоит сосредоточить на классификации издержек по функциональному признаку, носящие прикладное отношение. Благодаря группировки по функциям возможно выявить наиболее затратную часть и решить ее в первую очередь.

Развитие логистики объясняется тем, что параллельно происходит развитие методологических основ управления издержками. В настоящий момент проблема заключается в выявлении структуры себестоимости товаров и услуг и отделении логистических издержек от общих. Учет и анализ издержек, связанных с логистикой позволяет находить пути их снижения. Это является важным преимуществом для организации для сравнения с конкурентами⁵.

Логистика позволяет отойти от традиционных приемов эффективного управления предприятия, т.к. использует детальный анализ различных по происхождению затрат.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что для эффективного стратегического управления необходимо минимизировать издержки. Особое внимание занимают логистические издержки, так как участвуют во всех сферах деятельности предприятия. Кроме того, в результате анализа особо отмечается, что основное внимание должно уделяться сокращению издержек, занимающих наибольшие доли в сумме всех логистических издержек.

¹ Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент. СПб. : Питер, 2014. С. 480.

² Молчанова А.В. Управление логистическими издержками // Вестник Ростовского государственного университета путей и сообщения. 2007. № 3 (27). С. 77-86.

³ Тойменцева И.А., Михайлов А.М. Влияние маркетинговых и управленческих решений на процесс оптимизации бюджета предприятия // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2015. № 12 (134). С. 16-19.

⁴ Бабаченко М.В. Контрактная логистика как инструмент управления издержками // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2011. № 11 (85). С. 21-24.

⁵ Кириллов В.С. Классификация логистических издержек - первый шаг к их управлению. // Сборник тезисов докладов Межрегиональной научно-практической конференции студентов и аспирантов, посвященной памяти заслуженного деятеля науки РФ профессора В.С. Соминского. СПб. : СПбГТУРП, 2008. С. 122-126.

THE MANAGEMENT OF LOGISTICS COSTS

© 2017 Potyakina Irina Alexandrovna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: potyakina1998@mail.ru

Keywords: logistics, costs, effective management.

This article is devoted to the problem of the problem of logistics costs. There is a need to use reduce logistics costs from the General and the formation of special control for the entire logistics of the company.

УДК 338.001.36

СИСТЕМА ИНТЕГРИРОВАННЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ПАРТИИ

© 2017 Ралык Динара Владимировна

кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: dinarar@inbox.ru

Ключевые слова: интегрированные маркетинговые коммуникации, политический продукт, институциональный маркетинг в политическом пространстве.

Рассмотрены особенности реализации комплекса маркетинговых коммуникаций на политическом рынке. Представлена дифференциация коммуникационных элементов в политическом маркетинге. Подтверждается преемственность теории классического маркетинга в политике. Учитывая важность обеспечения принципа комплексности их воздействия, несмотря на имеющиеся различия, подчеркивается родственность понятий различных коммуникационных технологий.

Интеграция различных видов маркетинговых коммуникаций в единой системе предполагает достижения желаемого результат только при соблюдении комплексности их реализации.

Обладая признаками системы, интегрированные маркетинговые коммуникации взаимосвязаны и взаимно дополнены, что обеспечивает так называемый синергетический эффект, с трудом достигаемый при использовании каждого коммуникационного средства в отдельности.

Система маркетинговых коммуникаций в политической сфере основывается на тех же инструментах и технологиях, что и при продвижении на рынке товаров и услуг, обладая при этом своей однозначной спецификой.

Прежде всего, содержание обращения, передаваемого отправителем получателю в процессе маркетинговых коммуникаций, в случае продвижения политической партии, олицетворяет собой попытку донести ее идеалы, цели и задачи до целевой аудитории, электората.

Цель коммуникационного процесса - с одной стороны, получить ответную реакцию аудитории, обеспечить ее понимание и согласие с ценностями, решениями и поступками политической группы, сформировать позитивный имидж партии, поддерживать благоприятные связи с общественностью. С другой стороны, посредством информационного обмена, политические субъекты сообщают аудитории не только о своем существовании, но и его предназначении, смысловой наполненности, миссии. Устанавливая благополучно связи с общественностью, партии могут играть свою определенную политическую роль, выполнять специфические функции по управлению государством и обществом.

Элементы системы маркетинговых коммуникаций адаптируются на рынке политических субъектов, исключая из своего состава стимулирование сбыта и личные продажи, сохраняя статус рекламы и пропаганды¹.

Политическая реклама - явление междисциплинарного характера, аккумулирующее знания теории политических наук (политологии, политической философии, социологии, психологии и др.) и экономических дисциплин, таких как рекламный менеджмент и маркетинг².

Использование рекламы обусловлено необходимостью укрепления конкурентных позиций того или иного политического субъекта на его специфическом рынке как поле деятельности³.

Проблемы непонимания потребителями политического продукта различия в его свойствах, то есть принципиальных различий в концепциях, ценностях и преследуемых целях отдельных политических партий требуют более тщательного сегментирования политического рынка. Выявление специфических потребностей каждого выделенного сегмента служит основой для качественного позиционирования политических продуктов.

Как и в предпринимательской среде, сегментация в политическом маркетинге представляет собой деление политического рынка на отдельные группы общественности, отличающиеся друг от друга различными политическими потребностями, удовлетворение которых потребует формирования специального набора инструментов маркетинга.

Политический продукт теоретически может охватывать весь рынок сразу, удовлетворяя нужды и потребности сразу всех избирателей. Практически же это невозможно. Массовый политический маркетинг был скорее характерен для времен СССР, когда существовала одна партия для всей страны, с одним политическим продуктом - идеологией коммунизма для всего политического рынка, сегментирование которого было просто неуместным.

Современная политическая система предполагает наличие различных убеждений, ценностей и видения правильного развития общества. Электоральный рынок в настоящее время может быть подвергнут сегментированию исходя из различных признаков отличия групп избирателей.

Леонова О.Г. выделяет два подхода к разделению политического рынка:

1) социально-демографические признаки в комбинации с психографическими и поведенческими критериями сегментации;

2) выделение параметров политических идей, программ, концепций конкурирующих партий, лидеров, движений и т.д.⁴

С точки зрения достижения цели данного диссертационного исследования, наибольший интерес представляет сегментация политического рынка по коммуникационному основанию, согласно которой дифференцируются сегменты с различными позициями электората относительно предлагаемого политического продукта, согласием и разделением той или иной системы взглядов, идеологии, проводимых мероприятий. Например, существуют твердые сторонники или противники реформ, общественность с нейтральной позицией. Или в рамках модели маркетинговых коммуникаций AIDA (внимание, интерес, желание и действие), можно выделить активно поддерживающих политический субъект и его продукт, пассивную аудиторию, не определившихся с действиями и выступающих против, в том числе категорически против.

Несколько иначе к определению критериев сегментации политического рынка подходит Ильясов Ф.Н., называя два аспекта разделения электорального рынка:

1) объективные качества политического лидера: уверенность в себе, жесткость суждений и действий, внешний вид, манеры, психологические нюансы, ораторское искусство, агитационные навыки, убедительность, способность вызывать доверие и желание действовать сообща;

2) соответствие позиции лидера различным социальным ролям, сложившимся в представлении потребителя политического продукта. Амплуа кандидата должно удовлетворять потребности электората в наличии настоящего, по их мнению, лидера, предводителя, партнера⁵.

В политическом маркетинге выделяют два типа коммуникации (см. рисунок).

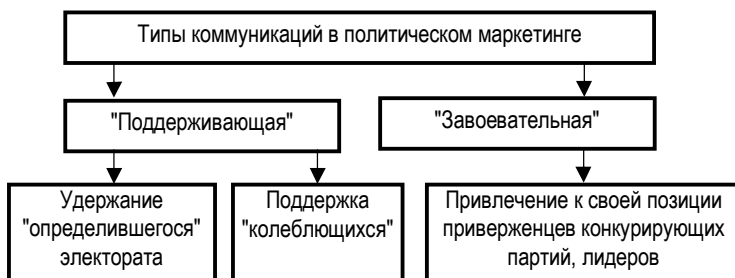


Рис. Типы коммуникационных стратегий в политическом маркетинге

Представленные на рисунке стратегические направления маркетинговых коммуникаций могут доминировать в зависимости от конъюнктуры политического рынка, преследуемых целей и важности решения тех или иных тактических задач.

Позиционирование политической партии, реализуемое посредством рекламных заявлений, направлено на выделение четких, отличающихся от конкурентов, гражданской позиции, системы взглядов на социальные проблемы и оптимальные способы их решения.

Как было отмечено ранее, позиционирование партии и ее лидеров является одним из факторов стабильного конкурентоспособного положения и возможности достижения в итоге поставленных целей.

Другими словами, можно утверждать, что позиционирование партии на политическом рынке представляет собой четкое очерчивание и твердое освоение определенной политической ниши, отличающейся от конкурентов, то есть выделение некой эксклюзивности политического продукта.

Методы позиционирования политического продукта могут быть заимствованы из опыта коммерческого маркетинга.

Принято считать, что пик наибольшей активности политической рекламы приходится на предвыборный период. Однако, коммуникация должна осуществляться и в промежутках между избирательными кампаниями, поскольку неизменной остается ориентация на пополнение рядов членов партии, получение поддержки со стороны известных общественных деятелей. В конце концов, как и в случае с коммерческим маркетингом, реклама может относиться к категории напоминающей, призванной поддерживать внимание общественности и контролировать понимание аудиторией идеологии конкретной партии, а также быть постоянно в курсе участия политического субъекта в жизни социума.

Политическая реклама, объектом которой является тот или иной социальный или политический институт, партия, относится к разряду институциональной рекламы.

В теории классического маркетинга Ф. Котлер четко разделяет элементы системы маркетинговых коммуникаций, исходя из характера обращения (личный или массовый), доносимой коммуникаторами информации, вопроса оплаты сообщения⁶. В соответствии с этим, эти элементы представлены рекламой, стимулированием сбыта, пропагандой и личной продажей. Систематизация перечисленных коммуникационных средств представлена в табл. 1.

Таблица 1

Виды коммуникационных элементов в классическом маркетинге

	Цели коммуникаций			
	Коммерческие		Имиджевые	
Воздействие	Личные	Неличные	Личные	Неличные
Краткосрочное	Персональные продажи	Стимулирование сбыта	-	-
Долгосрочное	Прямой маркетинг	Реклама	PR при непосредственной связи с представителями общественности	PR через СМИ (пропаганда)

Лисовский С.Ф. выделяет следующие области сравнения различных типов коммуникаций (табл. 2). Согласно его мнению, в политическом маркетинге все средства можно сгруппировать в две группы по признаку общности целей и предмета коммуникаций:

1) комплекс политической рекламы, включающий стимулирование сбыта и личные продажи;

2) средства воздействия на общественное сознание в целом, включающие PR и пропаганду.

Дифференциация коммуникационных элементов в политическом маркетинге

Коммуникационные технологии	Политический строй государства	
	Демократический	Авторитарный
Реклама	Привлечение внимание к лидеру, партии, их выделение среди конкурентов	-
PR	Достижение понимания между общественностью и политическим актором	-
Пропаганда	-	Убеждение в правильности политической позиции и идеологии партии, лидера
Агитация	Побуждение электората к нужным, с точки зрения политического актора, действиям	

Задачи первой группы коммуникаций имеют строго заданное направление и временные рамки, то есть необходимо в сжатые сроки максимально результативно оказать воздействие на целевую аудиторию, отправив ей конкретный смысловой призыв. Краткосрочность воздействия обеспечивают и высокую скорость получения результатов, что легко и быстро подвергается оценке эффективности коммуникационного влияния, например, дополнительное число голосов избирателей.

Синергия комплекса политических коммуникаций определена их комплексным влиянием на поведение электората. Невозможно получить требуемые результаты от рекламы и стимулирования сбыта политического продукта, если предварительно не было оказано воздействие второй группы средств, относимых к так называемым стратегическим коммуникациям (PR и пропаганда).

О разделении понятий политической рекламы, пропаганды, PR и агитации очень логично рассуждает Чуев С.В, подчеркивающий частое смешивание родственных категорий в современном политическом маркетинге.

Родственность данных понятий обусловлена их общей ориентацией, как уже было отмечено ранее, они нацелены на управление процессами массовой коммуникации в интересах отправителя сообщений. В основе же разделения названных средств лежит используемый инструментарий.

На практике, несмотря на дифференциацию форм и методов политических коммуникаций, их реализация закреплена, как правило за одним функциональным подразделением субъекта политического маркетинга.

В своей работе "Коммуникативные технологии политического маркетинга" Чуев С.В достаточно четко разграничивает применение различных средств в зависимости от политического строя страны. Так, по его мнению, полноценно политическая реклама и PR реализуемы исключительно в обществе с демократическим укладом, когда электорат имеет действительный выбор своих действий, объекта предпочтений. Авторитарный режим государства ограничивает возможности политического PR и рекламы, поскольку не предусматривает конкуренции на политическом рынке и борьбу за лучшее удовлетво-

рение потребностей общественности. В таком случае, имеет место агитационное воздействие и пропаганда⁷.

Исходя из вышесказанного можно утверждать, что политическая реклама и PR представляют собой коммуникационные технологии более развитого плюралистического общества, в котором не наблюдается единоличное воздействие одного представителя политического рынка.

Добиться целей коммуникационного воздействия, несмотря на возможные разногласия в политических взглядах проводника идеологии и общественности, принудительно помогает распространение политической пропаганды. Данная технология не просто предполагает формирование системы ценностей у электората, а нужной политическому лидеру и партии. В условиях очевидной непопулярности преподносимого мировоззрения, когда вероятность поражения политического игрока довольно высока, пропаганда служит наиболее эффективным средством политических коммуникаций.

Отличие агитации от пропаганды в политическом маркетинге заключается в ее универсальности, предполагающей актуальность как в авторитарном, так и плюралистическом обществе.

Зачастую понятия агитации и пропаганды в науке и практике неразделимы, и в этом вновь подчеркиваются интеграционные связи системы маркетинговых коммуникаций в политике. Если пропаганда несет смысловую нагрузку, доносит концептуальность политического актора, то агитация приводит электорат к требуемому для партии, лидера состоянию, действиям.

По мнению Чуева С.В., миссия пропаганды и агитации гораздо шире, в сравнении с PR и рекламой, поскольку поставлена сложная глобальная цель, изменить сознание и поведение. Последние же предоставляют выбор различных способов для достижения поставленной цели.

PR представляющие собой организованные связи с общественностью, ориентированы на достижение взаимопонимания между отправителем коммуникационного сообщения и его получателем.

Политическая реклама обеспечивает привлечение внимание к объекту рекламирования, поддержание интереса к его деятельности, с итоговой целью пропаганды и агитации в соответствии с интересами политического актора.

Подводя итоги изложенному выше, отметим, что преимуществом теории классического маркетинга в политике.

Политический маркетинг базируется на тех принципах, что и традиционный, когда какие либо решения предваряются глубоким и всесторонним знанием удовлетворяемых нужд и потребностей, а достижение результатов должно в обязательном порядке сообщаться общественности с помощью интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Законы товарного рынка действительны в политическом пространстве, в котором также выделяются продавец политического продукта и его покупатель. При этом рыночное предложение в политическом маркетинге также имеет три уровня восприятия: по замыслу, в реальном исполнении и с подкреплением.

Единственное существенное различие товарного и политического рынка создает логика развития последнего, подверженная субъективизму, доминирующим настроениям, массовой эйфории или истерии.

Как и в классическом маркетинге, необходимо развитие системы интегрированных маркетинговых коммуникаций, взаимосвязь и взаимодействие которых создает уникальный синергетический эффект, способствующий максимально близкому достижению целей политического маркетинга.

В зависимости от времени воздействия на целевую аудиторию, целевой ориентации и рыночных условий применения выделяют политическую рекламу и PR, а также пропаганду и агитацию.

Важность обеспечения принципа комплексности их воздействия, несмотря на имеющиеся различия, подчеркивает родственность понятий различных коммуникационных технологий. Наиболее тесная связь прослеживается между элементами PR и реклама, а также между пропагандой и агитацией, что формирует большую эффективность коммуникационных тандемов.

¹ Недяк И.Л. Политический маркетинг. Основы теории. М. : Весь мир, 2008.

² Лисовский С.Ф. Политическая реклама. URL: <http://evartist.narod.ru/text7/03.htm> (дата обращения: 04.09.2017).

³ Карпов И.А., Крячков А.Ф. Рекламная компания как элемент реализации маркетинговой стратегии в малом бизнесе // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2015. № 11 (133). С. 53-55.

⁴ Леонова О.Г. Политический маркетинг в России: цели, задачи, сущность и содержание // Проблемы управления. 2016. № 7, т. 2, июль. С. 85-91.

⁵ Ильясов Ф. Политический маркетинг. Искусство и наука побеждать на выборах. М., 2010. 200 с.

⁶ Котлер Ф. Основы маркетинга / пер. с англ. общ. ред. и вступ. ст. Е.М. Пеньковой. М. : Прогресс, 2013. 736 с.

⁷ Чувев С.В. Коммуникативные технологии политического менеджмента. URL: https://ridero.ru/books/kommunikativnye_tekhnologii_politicheskogo_menedzhmenta/read (дата обращения: 04.09.2017).

SYSTEM OF INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS OF THE POLITICAL PARTY

© 2017 Ralyk Dinara Vladimirovna
Ph.D. of Economic Sciences, Associate Professor
Samara State University of Economics
E-mail: dinarar@inbox.ru

Keywords: integrated marketing communications, political product, institutional marketing in the political space.

The peculiarities of marketing communications in the political market are considered. The differentiation of communication elements in political marketing is presented. The continuity of the theory of classical marketing in politics is confirmed. Given the importance of ensuring the principle of the complexity of their impact, despite the differences, the relative nature of the concepts of various communication technologies is emphasized.

КУЛЬТУРНЫЕ ИНДУСТРИИ В РАКУРСЕ СОВРЕМЕННОГО ПОДХОДА К УПРАВЛЕНИЮ

© 2017 Соколова Иоанна Александровна

студент

© 2017 Терещенков Максим Сергеевич

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: sokolova.ioanna@mail.ru

Ключевые слова: креативная экономика, культурная индустрия, организационная культура, культурный капитал, организационная эффективность.

Рассматриваются основные характеристики культурных индустрий и их противоречивые эффекты. Анализируется влияние культурных аспектов на организационную эффективность и взаимосвязь управленческой системы и организационной культуры. Показывается усиление востребованности культуры и инноваций во всех сферах.

Понятие "культурные индустрии" было введено в книге М. Хоркхаймера и Т. Адорно "Диалектика Просвещения", где одна из глав названа: "Культуриндустрия. Просвещение как обман масс". И уже здесь был показан, по сути, противоречивый характер этого явления. Первоначально под "культурными индустриями" понимались каналы коммуникаций, включающие кино, телевидение, радио, рекламу¹. В то же время, формирование креативной экономики, основанной на знаниях, способствует усилению культурных коммуникаций, развитию культурных индустрий, синтезирующих секторы искусства, медиа, культурного наследия и услуг.

Культурные индустрии (или культуры как индустрии), как правило, характеризуются производством преимущественно культурных или в большей степени культурно отрегулированных феноменов. Такое производство является массовым и содержит высокие стандарты по множеству основных свойств. Основные признаки массовости и стандартизации являются главным отличием культурных индустрий от культурного производства. Продукция, реализуемая в рамках творческого процесса, зачастую является "уникальной".

В настоящее время предмет культурных индустрий, - это, прежде всего, профессиональная деятельность по созданию и распространению текстов, информации во всех ее видах². Эта индустрия включает кабельное, спутниковое TV, производство фильмов, производство систем Интернет-коммуникаций, музыкальную звукозапись, образовательный, игровой бизнес, издательский бизнес, рекламу. Постиндустриальное общество главным трендом развития делает производство интеллектуальных услуг, основными из которых становятся культурные услуги, закладывающие основу формирования культурных индустрий. Культурные услуги, связанные с обработкой текстов, становятся двигателем политических и экономических интересов, создавая новый язык управления.

Роль культурных индустрий в управлении имеет два аспекта. Первый аспект связан с их воздействием на управленческие механизмы в организациях, второй аспект касается применения современных форм менеджмента в организациях - представителях культурных индустрий.

Первый аспект, по сути, связан с превращением культурных индустрий в эффективный инструмент управленческих технологий (а управленческая система зависит от организационной культуры). Все подходы к управлению базируются на определенных стандартах, принятых в организации. Могут применяться определенные попытки изменять культуру таким образом, чтобы она соответствовала реализуемой управленческой стратегии. Но при этом важно, чтобы работники любой сферы и уровня были бы "на своем месте" - с соответствующими компетенциями и компетентностью в деле, которым они занимаются, которому они служат³. Примером культурных аспектов, влияющих на деятельность организации, является ПАО "Сбербанк", в котором формируются целостные представления, нормы и стандарты поведения людей, независимо от их должностных положений и функциональных обязанностей. Основными культурными инструментами, которые влияют на работоспособность данной организации являются: формирование особой среды, позволяющей развивать свои лучшие качества; создание учебных центров для подготовки и переподготовки кадров; внедрение дистанционного обучения, которое позволяет сотрудникам получать необходимые навыки и компетенции в реальном времени.

Второй аспект касается применения современных организационных форм менеджмента, а вместе с этим - корпоративных инноваций. В частности, происходит переход от вертикально интегрированных корпораций к моделям горизонтальной и вертикальной диверсификации, и, как следствие, наличие автономных подразделений, работающих в сетевой структуре. Примером этому могут стать крупнейшие компании Голливуда⁴. Кроме того, между крупными игроками культурной индустрии все чаще осуществляется взаимодействие на основе проектов, в отличие от классических форм взаимодействия.

Важной тенденцией в развитии культурных индустрий является то, что с ростом рынка рекламы растут долгосрочные вложения в сферу медиаиндустрий, т.е. в одну из сфер культурных индустрий⁵, что отражает тенденцию расширения инвестиций в культурные индустрии. На рынке общественного потребления постоянно растет рекламный рынок. Реклама как "культурная индустрия" играет важную роль в структуре современного российского бизнеса. Эффекты в сфере рекламных индустрий зачастую являются долгосрочными, поскольку увеличивается финансовый поток и быстро меняется стилистика их присутствия в общественном поле.

Развитие культурных индустрий отражает ряд общих трендов глобального характера в системе "человек - производство", в частности, - информатизацию производственного процесса, интеллектуализацию и виртуализацию отношений "человек - производство" (и другие)⁶.

Развитие культурных индустрий стало важной составной частью жизни современного общества. В том числе, от возможностей и степени удовлетворения потребностей в развлечениях, отдыхе, проведении досуга (например, в посещении музеев, театров, выставок) и т.п. зависит удовлетворенность жителей окружающей (например, городской) средой⁷.

Но развитие культуры индустрии противоречиво. С одной стороны, имеются попытки использовать ее в качестве инструмента манипуляции сознанием социума. При этом

оказывается, что "обманутые массы в гораздо большей степени чем те, кто преуспел, становятся жертвой мифа об успехе"⁸. И это не отвечает основным принципам демократического общества. С другой стороны, инвестиции в культурные индустрии объективно способствуют росту "культурного капитала" в обществе⁹.

В целом же, культурные индустрии отражают тенденции интеграции экономической, социальной и культурной сфер жизни общества и усиление востребованности культуры и инноваций во всех сферах.

¹ Хоркхаймер М., Адорно Т.В. Диалектика Просвещения: Философские фрагменты / пер. с нем. М. Кузнецова. М. : Медиум ; СПб. : Ювента, 1997. С. 149.

² Зеленцова Е.В., Гладких Н.В. Творческие индустрии: теории и практики. М. : Классика-XXI, 2010. 240 с.

³ Дудин Г.А., Лебедева Л.Г. Ключевые компетенции в реализации принципов профессионализма и компетентности государственных и муниципальных служащих // Вестник Самарского муниципального института управления. 2014. № 3 (30). С. 44.

⁴ Зеленцова Е.В. От творческих индустрий - к творческой экономике // Управленческое консультирование. 2009. № 3. С. 190-199.

⁵ Тросби Д. Экономика и культура / пер. с англ. И. Кушнаревой; Нац. исслед. ун-т "Высшая школа экономики". М. : Изд. дом Выш. шк. экономики, 2013. 256 с.

⁶ Санкова Л.В., Отставнова Л.А. Развитие системы отношений "человек - производство": глобальные тренды и локальные ограничения // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2016. № 7 (141). С. 98-99.

⁷ Лебедева Л.Г., Ростова А.В., Ургалкин Ю.А. Удовлетворенность городской средой как фактор инновационного развития моногорода // Вестник Самарского муниципального института управления. 2014. № 3 (30). С. 53-54.

⁸ Хоркхаймер М., Адорно Т.В. Диалектика Просвещения ... С. 167.

⁹ Тросби Д. Экономика и культура ... С. 47-48.

THE CULTURAL INDUSTRIES FROM THE PERSPECTIVE OF CONTEMPORARY MANAGEMENT APPROACH

© 2017 Sokolova Ioanna Alexandrovna
Student

© 2017 Tereshchenkov Maxim Sergeevich
Student

Samara State University of Economics
E-mail: sokolova.ioanna@mail.ru

Keywords: creative economy, cultural industry, organizational culture, cultural capital, organizational effectiveness.

Is analyzed the characteristics of cultural industries and their contradictory effects. Examines the influence of cultural aspects on organizational effectiveness and the relationship between the management system and organizational culture. Shows the increasing relevance of culture and innovation in all spheres.

УПРАВЛЕНИЕ ЛОГИСТИЧЕСКИМИ ЗАТРАТАМИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

© 2017 Хашова Валентина Владимировна*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: hashova.valentina@yandex.ru

Ключевые слова: затраты, логистические затраты, общие затраты, методы управления, классификация, конкуренция.

Статья посвящена изучению логистических затрат. Раскрывается сущность данного понятия, рассматриваются классификация и виды логистических затрат в деятельности предприятий, описывается эффективность управления затратами.

В современных условиях учет затрат - это важнейший инструмент управления предприятием, так как он оказывает существенное влияние на величину чистой прибыли. В условиях жесткой конкуренции на рынке, когда предприятию все сложнее получать прибыль за счет увеличения объемов продаж или совершенствования методов продвижения товара, одним из главных конкурентных преимуществ, становится управление логистическими затратами на физическое товародвижение. Именно о логистических затратах и пойдет речь в этой статье.

Логистические затраты представляют собой затраты трудовых, материальных, финансовых и информационных ресурсов, которые обусловлены выполнением предприятиями логистических функций и операций¹.

Управление логистическими затратами может достигаться путем совершенствования действующих форм и методов товародвижения, а также внедрения новых инструментов управления потоками и потоковыми процессами на предприятии, которые основаны на логистических принципах. Следовательно, система управления затратами представляет собой комплекс мероприятий, методов и средств, обеспечивающих координацию действий по прогнозированию, снижению и оптимизации себестоимости продукции, услуг².

Необходимость совершенствования результативного механизма управления логистическими затратами понятна. Данный механизм управления логистическими затратами должен обеспечить оптимальный уровень текущих затрат в условиях определенного предприятия.

При стремлении руководства к повышению эффективности логистических систем значительное внимание отводится планированию, учету и снижению логистических за-

* Научный руководитель - **Федоренко Роман Владимирович**, кандидат экономических наук, доцент.

трат. Доля данных затрат в общих затратах на производство продукции очень значительна и колеблется от 10-15% в машиностроении до 30-45% в легкой и пищевой промышленности³.

Ежегодно задачи контроля и снижения затрат приобретают все более значимый характер. Такая тенденция наблюдается в связи с тем, что, доля логистических затрат в сумме общих затрат предприятия постоянно растет, а цепи поставок усложняются.

Концепция управления логистическими затратами содержит в себе решение представленных задач:

- совершенствование длины логистической цепи;
- анализ влияния величины затрат на рентабельность системы;
- увеличение прибыли предприятия;
- внедрение методологии интегрированного управления цепями поставок;
- увеличение эффективности функционирования данной системы.

Классификация логистических затрат - это сложный механизм, который не может состоять из одной классификации. Наиболее полное представление о затратах дают различные виды их классификаций.

Как уже говорилось выше, оценка фактических логистических затрат может быть реализована по разным направлениям. Например по таким, как: логистические функции, логистические операции, поставщики или потребители и многие другие. Направление оценки затрат должно быть выбрано основываясь на стратегии предприятия⁴. В логистических системах затраты могут быть постоянными и переменными, управляемыми и неуправляемыми, прямыми и косвенными, фактическими и плановыми. К затратам также следует отнести транзакционные издержки, возникающие в процессе заключения сделок с логистическими компаниями, занимающимися вопросами транспортировки и предоставления логистических услуг⁵.

Итак, полученная информация о логистических затратах может использоваться для принятия управленческих решений, а также выбора наиболее действенных вариантов.

Методы управления логистическими затратами построены на следующих принципах:

- системности, функции управления логистическими затратами должны быть объединены в общую систему управления;
- целенаправленности, интеграция целей управления логистическими затратами с общими целями предприятия;
- оперативности, наличие в системе управления логистическими затратами информационного и методического обеспечения управленческих решений;
- экономичности, соответствие системы управления логистическими затратами определенным целям логистической деятельности;
- превентивности, применение стратегического прогнозирования в управлении логистическими издержками⁶.

Система управления логистическими затратами формирует условия эффективной деятельности предприятия на основе обеспечения конкурентоустойчивого уровня логи-

стических затрат. Тезисы по эффективному контролю содержат следующие данные рекомендации:

- следует концентрировать усилия на контроле затрат в точках их возникновения;
- оптимизация видов деятельности - плодотворный путь к снижению логистических затрат;
- для оценки эффективности деятельности нужно представление о результатах деятельности по всем функциональным областям.

Таким образом, постоянно растущие темпы роста общих затрат по сравнению с ростом общих доходов, рост конкуренции, увеличение себестоимости продукции и многие другие факторы определяют практическую значимость и актуальность управления логистическими затратами. Цель управления предвостанавливает собой повышение эффективности функционирования логистических систем. Однако наличие разнообразных видов логистических затрат и сложность в их разделении, затрудняют определение, учет и планирование логистических затрат.

¹ Логистика : учеб. пособие / С.М. Мочалин, Г.Г. Левкин, А.В. Терентьев, Д.И. Заруднев. М.-Берлин : Директ-Медиа, 2016. 168 с.

² Михайлов Н.С., Михайлов А.А. Система управления затратами как инновационный фактор повышения конкурентоспособности предприятия // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 1 (99). С. 69-70.

³ Фролова В.В., Шумакова О.В. Учет и управление логистическими затратами // Актуальные вопросы бухгалтерского учета и аудита : IV Междунар. студенч. электрон. науч. конф. 2012.

⁴ Косова К.А., Левкин Г.Г. Основные пути снижения логистических затрат на базе концепций логистики // Экономическое развитие России: тенденции, перспективы : сб. ст. по материалам I Междунар. науч.-практ. студенч. конф. Т. 4. Н. Новгород : Минин. ун-т, 2015. С. 153-157.

⁵ Федоренко Р.В. Проблемы оценки и анализа дополнительных затрат по соблюдению нормативных требований во внешнеэкономической деятельности // Экономика и менеджмент систем управления. 2014. Т. 13. № 3. С. 79-85.

⁶ Сярдова О.М., Гуленков И.С. Логистические затраты в цепи поставок промышленных предприятий // Наука и образование в жизни современного общества : сб. науч. тр. по материалам Междунар. науч.-практ. конф. 2013. С. 68-70.

MANAGEMENT OF LOGISTIC COSTS OF ENTERPRISE

© 2017 Hashova Valentina Vladimirovna

student

Samara State University of Economics

E-mail: hashova.valentina@yandex.ru

Keywords: costs, logistics costs, total cost, methods, management, classification, competition.

The article is devoted to logistic costs. This article reveals the essence of the concept, discusses the classification and types of logistics costs in the enterprises, and also describes the effectiveness of cost management.

АУТСОРСИНГ В РАБОТЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

© 2017 Щурова Юлия Олеговна

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: yliashchurova@mail.ru

Ключевые слова: аутсорсинг, производственный аутсорсинг, аутсорсер, предприятие, производственные ресурсы, аутсорсинговая компания, конкуренция.

Статья посвящена изучению производственного аутсорсинга. Раскрывается сущность данного понятия, рассматриваются предпосылки его использования в деятельности предприятий, описываются преимущества и недостатки данной бизнес-концепции.

В рамках современной экономической ситуации каждое предприятие сталкивается с проблемой эффективного распределения производственных мощностей. Руководители предприятий стремятся минимизировать затраты на производство и напротив максимизировать прибыль от своей деятельности. В настоящее время предприятию возможно "оставаться на плаву", направив все свои производственные ресурсы на конкретную профильную специализацию, передав второстепенные функции по производству сторонним компаниям. Данная возможность носит название аутсорсинг. Именно об аутсорсинге и пойдет речь в этой статье.

Понятие "аутсорсинг" вошло в практику и получило широкое распространение в конце 80-х годов XX столетия. Термин "outsourcing" с английского языка можно перевести как использование внешних ресурсов¹.

Сегодня под производственным аутсорсингом понимается бизнес-концепция, которая предусматривает передачу сторонним специализированным компаниям целиком или частично функции производства продукции вместе с ответственностью за результат выполнения этих процессов.

Несмотря на то, что договор аутсорсинга не предусмотрен законом или иными правовыми актами Российской Федерации (п. 2 ст. 421 ГК РФ), его следует заключать в форме договора возмездного оказания услуг (гл. 39 ГК РФ), где предметом договора выступают обязанности сторон. Суть договора возмездного оказания услуг состоит в том, что исполнитель обязуется оказать услуги, а заказчик - оплатить их (п. 1 ст. 779 ГК РФ)².

В основе применения аутсорсинга производственных функций заложено не только стремление организаций к сокращению затрат на производство, но и желание сконцентрироваться на основных видах деятельности.

Целесообразность использования производственного аутсорсинга определяется для предприятия в общем случае следующими основными причинами³:

- нехватка опыта для производства нужных изделий;

- острая потребность в снижении затрат;
- необходимость повышения качества обслуживания;
- желание сосредоточиться на основных видах деятельности;
- необходимость поддержания долгосрочной технологической и экономической жизнеспособности неосновной деятельности.

Многие факторы побуждают компании выбирать аутсорсинг⁴. Передача части производственных функций сторонней организации создает предприятию необходимые для функционирования в условиях современного рынка конкурентные преимущества, повышая эффективность деятельности предприятия и расширяя его возможности. Кроме того, использование аутсорсинга позволяет сократить штат организации, получить доступ к производственным технологиям более высокого уровня и передать ответственность за выполнение конкретных функций фирме-аутсорсеру.

Производственный аутсорсинг условно можно разделить на два вида - аутсорсинг заготовок и комплектующих и аутсорсинг функций и операций по обеспечению производства продукции.

Использование услуг аутсорсинговых компаний, располагающих необходимыми ресурсами и обладающих необходимыми компетенциями, приводит не только к снижению уровня общих затрат, но и к качественному повышению уровня обслуживания конечного потребителя.

В качестве примера применения концепции производственного аутсорсинга рассмотрим всемирно известную компанию IKEA. На сегодняшний день ее оборот составляет порядка 15 млрд. долларов в год, удваиваясь каждые 3-5 лет. Несмотря на это, в своей структуре компания не имеет собственного производства, за исключением некоторых относительно небольших производственных подразделений. Вместо этого IKEA уже много лет сотрудничает с 2500 внешних поставщиков. Логистические функции также вынесены компанией на аутсорсинг. То есть, сама IKEA занимается только розничным бизнесом, а такие услуги как производство деталей, доставка грузов от поставщиков, сборка и доставка покупок клиентам и иная инфраструктура бизнеса вынесены на аутсорсинг.

Несмотря на множество преимуществ применения аутсорсинга, нельзя не отметить существенные недостатки. Во-первых, передача некоторых функций в аутсорсинг нецелесообразна для крупных предприятий, поскольку она может привести к потере конфиденциальности информации. Во-вторых, чрезмерное увлечение аутсорсингом может полностью привести фирму - заказчика в полную зависимость от внешних исполнителей. Также не стоит забывать о том, что аутсорсинг в России еще недостаточно развит, поэтому велик риск убытков из-за не всегда высокого качества предоставляемых услуг. Поэтому, при обращении к услугам посредников, предприятию следует учесть все риски аутсорсинга, постоянно отслеживать все изменения в организации деятельности третьей стороны и знать ее финансовое состояние⁵.

Но все-таки, рост конкуренции продукции на мировом рынке, повышающееся требование к качеству продукции, требование производственной гибкости влекут за собой внедрение инновационных форм интеграционных связей промышленных предприятий, таких как производственный аутсорсинг.

Производственный аутсорсинг позволяет изготовителю снизить затраты на производство, повысить качество производимой продукции, получить доступ к новым технологиям и в конечном итоге увеличить свои конкурентные преимущества. Дальнейшее развитие производственного аутсорсинга приведет к увеличению малых и средних предприятий аутсорсеров, что повлечет за собой создание новых рабочих мест и качественный рост деятельности малых и средних предприятий.

Кроме того, стоит отметить, что главная цель производственного аутсорсинга заключается не в экономии средств, а в возможности освободить соответствующие ресурсы. Это не только повлечет за собой развитие новых направлений, но и позволит сконцентрировать усилия на существующих, требующих повышенного внимания. Исходя из этого можно сделать вывод о том, что в дальнейшем аутсорсинг будет более интенсивно развиваться в рамках российского предпринимательства.

¹ Шешукова Т.Г., Петров А.А. К вопросу о сущности аутсорсинга бухгалтерского учета: понятие, регламент взаимодействия заказчика и исполнителя // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2017. № 5 (151).

² URL: <https://www.buhonline.ru/forum/index?g=posts&t=280105> (дата обращения: 24.09.2017).

³ Кицис В.М., Калабкина И.М. Аутсорсинг: понятие, сущность, предпосылки и преимущества использования // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. 2010.

⁴ Федоренко Р.В. Проблемы современного аутсорсинга и пути их решения // Перспективы науки. 2014. № 8 (59). С. 150-153.

⁵ Федоренко Р.В. Риски логистического аутсорсинга // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. 2014. № 4 (36). С. 127-131.

Широкова А.В. Особенности современного аутсорсинга в логистике // Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки. 2014.

Аникин Б.А., Рудая И.Л. Аутсорсинг и аутстаффинг. Высокие технологии менеджмента. М. : Инфра-М, 2007.

Ефимова С., Пешкова Т., Коник Н., Рытик С. Аутсорсинг. М., 2006.

Аутсорсинг: создание высокоэффективных и конкурентоспособных организаций / под ред. Б.А. Аникина. М., 2003.

OUTSOURCING IN THE WORK OF PRODUCTION ENTERPRISE

© 2017 Shchurova Yuliya Olegovna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: yliashchurova@mail.ru

Keywords: outsourcing, production outsourcing, outsourcer, enterprise, production resources, outsourcing company, competition.

This article is devoted to the study of outsourcing. The article reveals the meaning of the concept, discusses the backgrounds of its using in activity of the enterprises, and also describes the advantages and disadvantages of this business concept.

ВЗАИМОСВЯЗЬ ТРЕЙД-МАРКЕТИНГА И МАРКЕТИНГА ТОРГОВЫХ КАНАЛОВ

© 2017 Юдакова Ольга Васильевна

кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: kafedra-kl@ya.ru

Ключевые слова: трейд-маркетинг, торговый маркетинг, маркетинг торговых каналов, функция продаж, цель и задачи маркетинга торговых каналов.

Рассматривается взаимосвязь инструментов и технологий торгового маркетинга с инструментами и технологиями маркетинга торговых каналов для производителей товаров потребительского назначения и особенности перехода в современных условиях.

Современный трейд-маркетинг становится важной функцией продаж многих компаний производителей.

Сначала трейд-маркетинг рассматривали как часть маркетинговой деятельности компании, которая решает задачу присутствия продукции в торговых предприятиях на самых лучших местах и по конкурентоспособной цене с помощью комплекса специальных мероприятий. Позже торговый маркетинг стали рассматривать как часть функции продаж, представляя собой инструмент для стимулирования сбыта.

Что же такое трейд-маркетинг с теоретической точки зрения?

Определение термина "торговый маркетинг", данное Ж.-Ж. Ламбенном, ограничивает его сферу применения контактом "производитель - торговая сеть (магазин)", что является недостаточно полной трактовкой, поскольку многие инструменты торгового маркетинга, ориентированы главным образом на конечного потребителя товара.

В трактовках, предложенными другими авторами (Т.П. Данько, В.В. Никишкин), напротив, торговый маркетинг большей частью направлен на конечного потребителя, минуя непосредственных клиентов компании-производителя (розничные сети, дистрибьюторы и т.д.).

Наиболее полно и современно рассматривать **торговый маркетинг** (трейд-маркетинг), как комплекс мероприятий, позволяющих на постоянной основе повышать эффективность взаимодействия с каждым участником товаропроводящей сети (дистрибьютор, торговая точка, конечный покупатель, команда продаж).

Цель трейд-маркетинга компании в отношении торговых посредников - активное продвижение товара до и среди покупателей.

Основные инструменты (sell-in): специальные прайсы с минимальной наценкой, скидка на закупку определенного объема продукции, бонусы за расширение ассортимента, установку оборудования компании в торговых точках, акция "тайный покупатель", мотивация торгового персонала за выполнение различных целей по объему продаж и представленности продукции, организация обучающих семинаров, тренинги для персонала дистрибьютора, деловые конференции и встречи, корпоративные презенты и т.д.

Цель трейд-маркетинга компании в отношении потребителя - стимулировать к покупке конкретной товарной марки, бренда.

Основные инструменты (sell-out): ценовое промо, мерчендайзинг, POSm, правильное/эффективное оборудование, удобная навигация по торговой точке (горячие зоны, золотой треугольник), призы за покупку, аудио- и видеопрезентации, сэмплинги, лотереи, конкурсы, игры, купоны, благотворительные акции, ивент-маркетинг и т.д.

В целом можно отметить, что торговый маркетинг эффективно реализуя маркетинговое продвижение, ориентированное на посредников, должен осуществляться в рамках комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Прикладной стороной торгового маркетинга служит одноименный раздел в общем плане маркетинга компании, основной задачей которого являются продажи. В разделе "торговый маркетинг" общего маркетингового плана компании излагаются следующие данные:

- основные данные о продукте: место на рынке, его конкурентная позиция, его целевая аудитория, позиционирование и т.д.;
- текущее расположение товара в торговле, т.е. все проводимые мероприятия торгового маркетинга за предыдущий период;
- цели и программа инструментов торгового маркетинга на предстоящий период;
- бюджет и затраты торгового маркетинга (как часть совокупного бюджета маркетинга);
- план-график мероприятий торгового маркетинга;
- контроль за плановыми мероприятиями (оценка рентабельности запланированных мероприятий путем проведения тестов до и после мероприятий трейд-маркетинга).

Успех бренда на рынке товаров повседневного спроса (FMCG) главным образом зависит от его представленности в розничных точках продаж. Это связано с тем, что решения о покупке товара принимаются потребителем непосредственно в магазине. В связи с этим перед производителем стоит задача налаживания отношений с товаропроводящими путями, которую призван решать **маркетинг торговых каналов (МТК)**.

На рисунке представлены характерные различия, обусловившие переход от концепции торгового маркетинга к маркетингу торговых каналов:

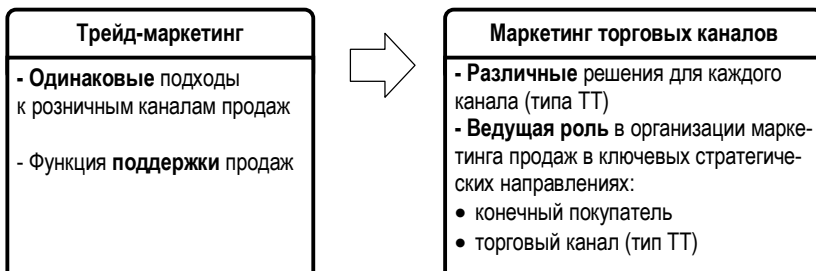


Рис. Переход от торгового маркетинга к маркетингу торговых каналов

Взаимодействие производителей и торговцев в розницу предполагает применение концепции "продажа через магазины" взамен концепции "продажа магазинам", именно в

этом случае и компания-производитель, и розничный продавец получают высокие прибыли. Процесс кооперации производителя с торговлей начинается с определения различных групп розничных клиентов с целью роста эффективности маркетинговых стратегий продвижения бренда, а также повышения уровня сервиса для каждого торгового канала.

Основная **цель маркетинга торговых каналов** - повлиять на поведение покупателя в точке продаж с помощью:

- а) понимания каждого канала продаж;
- б) понимания мотивов покупателей и алгоритма их поведения в ТТ;
- в) разработки отдельных инструментов продаж для каждого из каналов (визуализация, промо, ассортимент, цена).

Процесс реализации маркетинга торговых каналов на предприятии включает в себя пять шагов:

- 1) идентификация потребности (исследование поведения покупателей и клиентов для дальнейшего создания стратегии);
- 2) разработка стратегии по каждому каналу, на основании целей компании;
- 3) планирование (организация и утверждение всех действий в соответствии со стратегией по каналам);
- 4) реализация (исполнение стратегии непосредственно в точке продаж с помощью корректно подобранных инструментов);
- 5) оценка (обратная связь и оценка результатов на основании плановых показателей).

Маркетинг торговых каналов характеризуется наличием прочной взаимосвязи между производителем, клиентом и потребителем, которого нельзя путать с покупателем.

И первостепенной задачей производителя является воздействие на всех участников цепочки продаж. Необходимо выделить следующие функции компании производителя в рамках применения маркетинга торговых каналов:

- мотивирует клиента продавать свой товар и обеспечивает развитие клиента;
- мотивирует целевого покупателя купить продукт;
- мотивировать потребителя хотеть употреблять произведенный товар.

Кроме того, при разработке комплекса маркетинга торгового предприятия и планировании акций в рамках стратегии маркетинга торговых каналов, компании также следует опираться на концепцию маркетинга взаимоотношений как на платформу, обеспечивающую системный эффект от реализации маркетинговых инструментов в розничной торговле.

Таким образом, маркетинг торговых каналов имеет особое значение в текущей экономической ситуации, так как дает возможность приносить результат в кратчайшие сроки с меньшими затратами, что делает его одним из наиболее эффективных инструментов в системе маркетинга FMCG компаний.

1. Войткевич Н.И. Логистика трейд-маркетинга // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2012. № 2 (88).

2. Данько Т.П. Управление маркетингом : учеб. и практикум. М. : Юрайт, 2015.

3. Ламбен Ж.Ж., Чумпитас Р., Шулинг И. Менеджмент, ориентированный на рынок. М. : Питер, 2011.

4. Никишкин В.В., Твердохлебова М.Д. Торговый маркетинг. М. : Изд-во РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2016.

THE RELATIONSHIP OF TRADE MARKETING AND MARKETING SHOPPING CHANNELS

© 2017 Yudakova Olga Vasilevna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Samara state University of Economics

E-mail: kafedra-kl@ya.ru

Keywords: trade marketing, trade marketing, channel marketing, the sales function, the purpose and objectives of the marketing trade channels.

Examines the relationship of the tools and technologies of retail marketing tools and marketing technologies trade channels for producers of consumer goods and the features of transition in modern conditions.

УДК 338

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В МАРКЕТИНГЕ ПРЕДПРИЯТИЙ

© 2017 Юдакова Ольга Васильевна

кандидат экономических наук, доцент

© 2017 Юлтыева Залия Газизовна

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: kafedra-kl@ya.ru

Ключевые слова: искусственный интеллект, когнитивные вычисления, маркетинг предприятий, digital-маркетинг.

Рассматриваются вопросы использования искусственного интеллекта в маркетинговой деятельности предприятий, способствующие эффективному и клиентоориентированному развитию бизнеса.

Искусственный интеллект (ИИ) уже давно является частью повседневной жизни людей, причем, мы настолько привыкли к "умным" программам и устройствам, что в будущем, например, наличие в каждом доме "умной колонки", которая с помощью голосовой связи может выполнять определенные функции, будет считаться вполне нормальным явлением. Многие digital-компании, конкурируя друг с другом, выпускают всеболее усовершенствованные устройства и программные обеспечения.

Развитие ИИ вызывает множество дискуссий, например, Марк Цукерберг, основатель Facebook, и В. В. Путин считают, что за искусственным интеллектом большое будущее, и он не представляет угроз для человечества. Однако известный предпринима-

тель Илон Маск, основатель компаний Tesla, SpaceX, в одном из интервью заявил, что ИИ является самым большим риском, с которым столкнется цивилизация. Камнем преткновения является система контроля над искусственным интеллектом, а также вмешательство в жизнь людей и риск распространение личных данных пользователей, что приводит к повышению уровня киберпреступности.

Поскольку ИИ затронул уже почти все сферы жизни людей, то каким образом он уже повлиял и, будет воздействовать в будущем, на специалистов digital-сферы, в нашем случае, на деятельность маркетологов?

Искусственный интеллект - это сфера когнитивной науки, которая изучает возможности стимуляции человеческого мышления машинами. Таким образом, маркетологи называют ИИ - когнитивными вычислениями.

Поскольку ИИ находится на стадии развития, многие маркетологи не знают как работать с его (ИИ) инструментами, а так же есть те, кто боится в что в будущем искусственный интеллект сможет заменить даже самого высококвалифицированного специалиста в сфере маркетинга. Таким образом, в своей статье "5 Disruptions Reshaping Marketing We Know It" информационный портал Martech, одним из 5 "сбоев" назвали искусственный интеллект. Был проведен опрос среди digital-маркетологов, был задан один вопрос о первой реакции при когнитивных вычислениях. Результаты опроса показали, что 28% заинтригованы предлагаемыми возможностями, а 24% не видят ценности этой технологии для своей организации.

Согласно результатам опроса менее 20% респондентов, оказались действительно рады внедрению когнитивных вычислений в их компании, и непосредственному их применению на практике, и видят в этом исключительно полезный эффект. Также, мы можем обратить внимание, что практически 30% опрошенных маркетологов "заинтригованы" во внедрение в их маркетинговую систему инструментов искусственного интеллекта, однако, практически 50% опрошенных скептически относятся к каким-либо нововведениям в компании, связанных с машинным обучением. Это доказывает предложенную гипотезу, указанную выше, что ИИ на данном этапе своего развития в маркетинговой сфере вызывает недоумение, негативную реакцию и даже за страх возможную потерю рабочего места у маркетологов.

Что касается последнего предположения, действительно, в некоторых компаниях ИИ может заниматься не только масштабными вычислениями и анализом данных (Big data), но и работать в творческой сфере. Так, например, в Японии креативное агентство McCann с помощью искусственного интеллекта, разработали рекламный ролик для компании по продаже ментоловых конфет. Рекламу разработал робот - креативный директор. Также, как сообщает интернет-платформа Sostav.ru, что компания Coca-Cola, в целях экономии средств, хочет внедрить инструменты искусственного интеллекта для создания интернет-контента, куда входит разработка рекламных источников. Что касается создания специального контента, то, например, в штате южнокорейского информагентства Yonhap появился реактивный сотрудник - робот-репортер Soccerbot, который пишет спортивные хроники за несколько секунд. На основе приведенных примеров, можно сделать вывод, что ИИ используется не только digital-компаниями, такими как Google, Samsung, Apple и т.д., таким образом, чем раньше компания будет внедрять технологии искусственного интеллекта, тем она будет более конкурентоспособна. Что касается непосредственно маркетингового отдела компаний, то для разработки какой-либо программы

маркетинга, важно понять, какие инструменты ИИ использовать для сокращения времени на сбор и обработку данных и для увеличения времени работы над тем, что способен делать робот. Приведем пример: американский ресторан Marle, который основывается только на доставке пищи, применяет ИИ-технологии, которые разрабатывают специальные маршруты доставки, и составляет прогноз популярных блюд в определенный период в режиме реального времени и "рассказывает" шеф-поварам необходимые ингредиенты блюда. Данная система позволяет не заикливаться на рутинной работе, а уделять большее внимание основной специализации работника.

Каким образом ИИ применяется в маркетинге:

1) Высокая персонализация данных на основе внедрения системы сбора данных (big-data) - Rankbrain (алгоритм для поисковой оптимизации) от Google;

2) Использование чатботов, существует даже чатбот Growthbot, который отвечает на часто задаваемые вопросы в маркетинге;

3) Использование технологий распознавания эмоций - Disney внедряет подобную систему в кинотеатрах для определения положительных эмоции при показе мультфильма;

4) Айттрекинг - система слежения за движением глаз при просмотре сайта посетителем;

5) Система голосового поиска - Siri от Apple и т.д.

На основе вышесказанного можно сделать выводы, что искусственный интеллект является одним из самых главных направлений в развитии маркетинга в компаниях, причем затрагивая сразу несколько сфер комплекса маркетинга, только применяя разные программные обеспечения. Поэтому маркетологам следует положительно относиться к нововведениям и научиться грамотно, пользоваться технологиями ИИ.

1. Гольяпина М. Лояльность бренду мертва. URL: <https://rusability.ru/infographics/loyalnost-brendu-mertva-infografika>.

2. Оводенко Д.В. Стратегическое управление интеллектуальными ресурсами корпоративных образований // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2011. № 12 (86).

THE USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN MARKETING COMPANIES

© 2017 Yudakova Olga Vasilevna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

© 2017 Yultyeva Zaliia Gazizovna

Student

Samara state University of Economics

E-mail: kafedra-kl@ya.ru

Keywords: artificial intelligence, cognitive computing, marketing companies, digital marketing.

Discusses the use of artificial intelligence in marketing activities of enterprises, promoting the effective and client-oriented business development.

ПЕДАГОГИКА И ПСИХОЛОГИЯ

УДК 331.08

ПОДБОР И ОБУЧЕНИЕ КАДРОВ

© 2017 Барченкова Елена Юрьевна

студент

© 2017 Кочеткова Наталья Викторовна

кандидат педагогических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: NVKochetkova@bk.ru

Ключевые слова: кадры, руководитель, методы, инструменты, наставник.

Рассмотрены подбор персонала в организацию, этапы отбора персонала, инструменты поиска и наставничества, а также их основные достоинства и недостатки.

"Самый ценный капитал - это люди. Кадры решают все". Это известное высказывание, которое остается до сих пор актуальным, принадлежит И.В. Сталину. Однако лозунг "Кадры решают все" в настоящее время приобрел совершенно иное звучание. Если раньше речь шла о правильной расстановке партийных кадров, то в современной экономике все решает подбор квалифицированных и профессиональных кадров¹.

Для успеха в подборе персонала важно не количество шагов, а их содержание и последовательность. Можно выделить следующие этапы отбора персонала:

- 1) определение потребности в персонале,
- 2) получение информации о том, какие требования к работнику предъявляет вакантная должность,
- 3) определение личных и деловых качеств кандидата,
- 4) разработка критериев для отбора кандидатов,
- 5) поиск возможных источников кадрового пополнения и выбор подходящих кандидатур,
- 6) адаптация новых сотрудников.

После того, как руководителем выявлена потребность в персонале, он подготавливает перечень требований, которыми должен обладать будущий кандидат на должность, при этом в первую очередь он руководствуется тем спектром функций, которые предсто-

ит выполнять его сотруднику. Кроме того, он также определяет совокупность навыков, знаний, компетенций и личных качеств будущего сотрудника. Эти требования направляются в службу подбора персонала, которая в свою очередь разрабатывает критерии отбора и определяет возможные источники кадрового пополнения. Рассмотрим перечень источников для поиска нужных кадров, а также их плюсы и минусы²:

Инструмент поиска	Преимущества	Недостатки
Специализированные сайты в интернете	<ul style="list-style-type: none"> - Многочисленная аудитория - Разнообразие сайтов - Наличие кандидатов, замотивированных на поиск работы 	<ul style="list-style-type: none"> - Возможность размещения недостоверной информации - Риск разглашения конфиденциальной информации - Неравномерный охват всех сфер деятельности - Требуется финансовых вложений
Собственная база данных организации	<ul style="list-style-type: none"> - Не требует финансовых вложений - Оперативное получение информации - Общее информационное пространство для всех участников, задействованных в поиске и отборе кандидатов 	<ul style="list-style-type: none"> - Неактуальность данных - Не равномерность заполнения вакансий по различным позициям
Рекомендации коллег/ знакомых	<ul style="list-style-type: none"> - Возможность подбора кандидата с соответствующими компетенциями - Не требует финансовых вложений 	<ul style="list-style-type: none"> - Риск получить просто "хорошего человека" без соответствующих компетенций
Выпускники Вузов	<ul style="list-style-type: none"> - Не требует финансовых вложений - Позитивное влияние на имидж организации 	<ul style="list-style-type: none"> - Отсутствует соответствующая квалификация
Объявления в СМИ	<ul style="list-style-type: none"> - Позитивное влияние на имидж организации 	<ul style="list-style-type: none"> - Требуется финансовых вложений - Игнорирование СМИ потенциальными кандидатами
Кадровые агентства	<ul style="list-style-type: none"> - Многочисленная аудитория - Обширные базы для поиска кандидатов 	<ul style="list-style-type: none"> - Требуется финансовых вложений
Ярмарка вакансий	<ul style="list-style-type: none"> - Возможность контактировать с целевой аудиторией - Не всегда дает возможность полноценно оценить кандидата 	<ul style="list-style-type: none"> - Требуется финансовых вложений - Невозможность оперативного заполнения вакансии

После определения пула потенциальных кандидатов, предстоит выбор наиболее подходящего кандидата на основе анализа следующей информации: из резюме кандидата; от коллег (если это сотрудник данной организации), итоги проведенного собеседования, для чего часто используется заранее подготовленная форма интервью-гайда³. Также может проводиться тестирование или ассесмент⁴. Совокупность этих методов позволяет наиболее полно узнать человека и определить, владеет ли он всеми желаемыми знаниями и компетенциями.

После того, как сотрудник выбран и осуществлено его оформление на работу, наступает процесс адаптации. Руководитель проводит мероприятия по подготовке рабоче-

го места новому сотруднику, осуществляет знакомство с коллегами, с правилами, принятыми на работе и назначает ему наставника⁵. Работа наставника с подопечным нужна для выстраивания процесса быстрой подготовки сотрудника и обеспечения его необходимыми знаниями. Рассмотрим существующие инструменты наставничества, а также их достоинства и недостатки⁶:

1) *Личный пример.*

Суть инструмента: Наставник сам выполняет задачу или демонстрирует модель поведения, а подопечный наблюдает за ним.

Достоинства: Эффективный инструмент для показа подопечному "как надо делать"

Недостатки: Наставник может не владеть навыком/моделью поведения настолько, чтобы продемонстрировать подопечному идеальный пример.

2) *Обучение действием (Action learning).*

Суть инструмента: Подопечный включается в реальный проект, обучается и одновременно добивается реальных результатов в ходе его выполнения. Наставник при этом наблюдает за процессом и контролирует подопечного

Достоинства: Быстрое приобретение реального опыта, видение результата.

Недостатки: Так как проект должен быть реальным, то нуждается в детальной проработке со стороны наставника.

3) *Рассказ историей (Storytelling).*

Суть инструмента: Подробный рассказ о прошлых действиях руководства, взаимодействиях сотрудников или о каких-то событиях, рабочие кейсы и ситуации, которая является носителем корпоративных знаний

Достоинства: Истории хорошо запоминаются и быстро позволяют сотрудникам понять, что ожидает от них руководство и какое поведение принято считать эталоном.

Недостатки: не выявлены.

4) *Совместная деятельность.*

Суть инструмента: Обучение происходит в рамках совместного выполнения какой-то задачи, над которой наставник и подопечный работают вместе.

Достоинства: Быстрый и лучший инструмент, чтобы создать у подопечного чувство уверенности в поддержке наставника.

Недостатки: Риск снижения мотивации у остальных сотрудников.

5) *Теневое обучение (Shadowing).*

Суть инструмента: Подопечный становится "тенью" наставника в реальной рабочей обстановке и постоянно находится рядом с ним в течение нескольких дней.

Достоинства: Доступность метода при работе с "новичками".

Недостатки: Неэффективность инструмента при формальном отношении со стороны наставника.

6) *Партнерское общение (Buddying).*

Суть инструмента: Наблюдение друг за другом в ходе различных рабочих ситуаций, предоставление друг другу объективной обратной связи.

Достоинства: Доступность для всех категорий сотрудников.

Недостатки: Метод может не работать при нежелании к сотрудничеству у одной из сторон.

7) *Обратная связь.*

Суть инструмента: Это информация о поведении сотрудника в прошлом, которую сообщают ему в настоящем, рассчитывая, что она повлияет на его поведение в будущем.

Достоинства: Возможность увидеть себя, планировать собственное развитие и отслеживать достигнутый прогресс.

Недостатки: Требуется специальной подготовки и навыков от наставника.

8) *Коучинг.*

Суть инструмента: Развивающий диалог, направленный на достижение результата, через задавание наставником открытых вопросов подопечному.

Достоинства: Большой спектр решаемых задач.

Недостатки: Инструмент возможно применять после специальной подготовки наставника.

Таким образом, в арсенале современного руководителя множество инструментов для развития своих сотрудников и повышения их эффективности. Сотрудники же, в свою очередь, видя желание руководителя их развивать, становятся более заинтересованными в лучшем выполнении своей работы.

¹ Баскина Т. Техники успешного рекрутмента. М., 2014. 23 с.

² Иванова С. Как найти своих людей. Искусство подбора и оценки персонала для руководителя. М. : Альпина Паблишер, 2013. 174 с.

³ Дуракова И.Б. Управление персоналом. М. : Центр, 1998. 160 с.

⁴ Геберт Д., Розенштиль Л. фон. Организационная психология. Человек и организация. М. : Гуманит. центр, 2006. 622 с.

⁵ Кочеткова Н.В., Красова К.А. Исследование корпоративной культуры высшего учебного заведения с целью формирования корпоративных стандартов (на примере СГЭУ) // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2012. № 7 (93). С. 94-97.

⁶ Хилмар Й. Фолльмут. Инструменты контроллинга. М. : Омега-Л, 2007. 128 с.

SELECTION AND TRAINING

© 2017 Barchenkova Elena Yuryevna
Student

© 2017 Kochetkova Natalia Viktorovna
Ph.D., Associate Professor
Samara State University of Economics
E-mail: NVKochetkova@bk.ru

Keywords: personnel, leader, methods, tools, mentor.

The article considers the selection of personnel to the organization, the stages of personnel selection, search and mentoring tools, and their main advantages and disadvantages.

ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ КОМПЕТЕНТНОСТНОГО ПОДХОДА В ПРОЦЕССЕ ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

© 2017 Бунтова Елена Вячеславовна

кандидат педагогических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

Самарская государственная сельскохозяйственная академия

E-mail: lena-buntova1@yandex.ru

Ключевые слова: форма организации, умения, навыки, исследовательская деятельность, профессионально ориентированные задачи, мотивация, критерий.

Рассматривается компетентностный подход в процессе организации самостоятельной работы студентов.

Современные социально-экономические условия развития государства требуют от системы высшего образования подготовки конкурентоспособного специалиста, обладающего профессиональными компетенциями современного уровня, стремящегося к самообразованию и способного адаптироваться к новациям. Современные требования учтены в Федеральных государственных образовательных стандартах высшего образования через методологию компетентностного подхода [5]. В связи с чем результаты подготовки выпускников высших школ определены через компетенции.

Эффективной профессиональной подготовки способствует реализация компетентностного подхода к организации самостоятельной работы студентов вузов. Это связано с тем, что на современном этапе приоритетная тенденция изменения образовательной парадигмы "от образования на всю жизнь к образованию в течение всей жизни". В рамках современной парадигмы целью высшего образования является подготовка компетентного специалиста, владеющего методами самостоятельного пополнения профессиональных знаний.

Таким образом, в рамках компетентностного подхода подготовки специалистов в вузах, самостоятельную работу студентов следует рассматривать как внутренне мотивированную деятельность, способствующую постепенному переходу от учения к профессиональной деятельности [3]. Осуществление компетентностного подхода в процессе организации самостоятельной работы студентов предполагает личностное включение студента в освоение профессиональной деятельности.

При соблюдении комплекса педагогических условий организация самостоятельной работы студентов на основе компетентностного подхода обеспечивает подготовку студентов к профессиональной деятельности. Исследователями обоснованы следующие условия [1, 2, 3, 4]:

- обеспечение развития внутренней и внешней процессуальной мотивации;

- проектирование учебных курсов, как системы профессионально ориентированных задач;

- методическое оснащение учебной деятельности студентов с использованием возможностей телекоммуникационных технологий;

- обеспечение контроля над самостоятельной работой студентов;

- предоставление возможности студентам к самоопределению в выборе тем, форм и направлений самостоятельной работы;

- творческий характер содержания заданий для самостоятельной работы студентов;

- научно-методическое сопровождение и информационное обеспечение самостоятельной деятельности студентов.

Процесс организации самостоятельной работы студентов зависит от особенностей учебной дисциплины, ее структуры, объема часов отведенных в учебном плане на дисциплину, форм учебной деятельности и индивидуальных качеств студента.

Содержание самостоятельной работы студентов по дисциплине формируется на основе Государственных образовательных стандартов и включает в себя:

- минимум разделов, тем, вопросов, заданий, выносимых на аудиторную и внеаудиторную самостоятельную работу студентов;

- определение содержания и объема тем учебной дисциплины, выносимых на самостоятельное изучение студентами;

- методы и формы самостоятельной работы студентов, и контроль за ее выполнением;

- разработку критериев оценки результатов самостоятельной работы студентов.

Анализ используемых в последние годы, в педагогической практике инновационных педагогических технологий показал, что развитие компетенций находится в прямой зависимости от педагогических приемов и применяемых технологий в процессе обучения и организации самостоятельной работы студентов [1, 4, 7]. Высокий уровень организации самостоятельной работы студентов в рамках компетентного подхода обеспечивается применением следующих технологий: модульное обучение, проектное обучение, проблемное обучение, обучение с использованием информационных технологий [1, 2, 7].

Организация самостоятельной работы в рамках компетентного подхода требует условную дифференциацию студентов по уровням профессиональной обучаемости. В педагогической практике высшей школы выделяются следующие уровни профессиональной обучаемости.

Высокий уровень профессиональной обучаемости студентов с высокой мотивацией к обучению, сформированными навыками самоорганизации и наличием творческих способностей.

Уровень профессиональной обучаемости выше среднего, с необходимостью в повышении мотивации обучения посредством выполнения творческих заданий.

Средний уровень профессиональной обучаемости с проблемами самоорганизации и развития интеллектуальных способностей, коммуникативной активности.

Пониженный уровень профессиональной обучаемости с отсутствием познавательной мотивации и коммуникативной активности.

Таким образом, процесс организации самостоятельной работы студентов в рамках компетентностного подхода предусматривает организационную, методическую и педагогическую составляющие.

Организационная составляющая предполагает создание рабочих программ, учебных пособий, рейтинг планов и других учебных материалов, позволяющих студентам понять логику построения изучаемой дисциплины.

Методическая составляющая включает разработку заданий для самостоятельной работы студентов, используемых в различных формах организации учебного процесса.

Педагогическая составляющая определяется организацией форм взаимодействия со студентами, стимулирующих мотивацию профессионального обучения и творческую активность студентов.

1. Алдохина А.А. Сущность инновационных технологий в современном высшем образовании // Современные проблемы высшего образования : материалы VII Междунар. науч.-метод. конф. / отв. ред. С.Г. Емельянов. 2015. С. 11-13.

2. Бунтова Е.В. Активизация самостоятельной работы студентов и пути ее дальнейшего совершенствования // Известия Самарской государственной сельскохозяйственной академии. Кн. нель, 2012. № 2. С. 160-164.

3. Бунтова Е.А. Организация самостоятельной работы студентов сельскохозяйственных вузов при изучении теории вероятностей : дис. ... канд. пед. наук. Орел, 2006. С. 11-15.

4. Троянская С.Л. Компетентностный подход к реализации самостоятельной работы студентов : учебное пособие. Ижевск : Изд-во УдГУ, 2013. 110 с.

5. Федеральный закон "Об образовании в Российской Федерации" от 29.12.2012 № 273-ФЗ // Российская газета. 2012. 31 дек.

6. Фишман Л.И., Цыбина О.Ю. Восприятие студентами качества образовательных услуг в вузе: результаты эмпирического исследования // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2015. № 12. С. 47-52.

7. Цой Р.А. Использование современных технологий в высшем образовании // Финансовое образование в течение всей жизни - основа инновационного развития России : материалы II междунар. интернет-конф. в рамках X Междунар. экон. форума "Предпринимательство Юга России: инновации и развитие" / отв. ред. Е. . Алифанова. Ростов : РИНХ, 2011. С. 8-10.

THE IMPLEMENTATION OF THE COMPETENCE APPROACH IN THE PROCESS OF ORGANIZATION OF INDEPENDENT WORK OF STUDENTS

© 2017 Buntova Elena Vyacheslavovna
Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor
Samara State University of Economics
Samara State Agricultural Academy
E-mail: lena-buntova1@yandex.ru

Keywords: form of organization, skills, research, profession-oriented tasks, motivation, criterion.

The article considers the competence approach in the process of organization of independent work of students.

ФЕНОМЕН ЛИДЕРСТВА

© 2017 Бурова Наталья Алексеевна

студент

© 2017 Кочеткова Наталья Викторовна

кандидат педагогических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: NVKochetkova@bk.ru

Ключевые слова: власть, лидерство, стиль лидерства, личностные качества, поведенческий подход, ситуационный подход.

Рассмотрены вопросы лидерства, подходы, способствующие достижению эффективного руководства, стили лидерства.

"Чтобы вести людей за собой, иди за ними", - гласит китайская мудрость. Действительно ли для того, чтобы быть лидером, необходимо идти в одном направлении с командой, разделять их цели и мнения?

Об успехах менеджеров судят не по тому, что они делают, а по тому, как они побуждают к работе других. Способность оказывать влияние на поведение людей и организовывать их деятельность называется *властью*¹. Право на власть приобретается в процессе формирования группы последователей, заключается в принятии решений и распоряжений ресурсами для достижения поставленных целей.

*Лидерство*² - это отношения доминирования и подчинения, влияния и следования в системе межличностных отношений в группе, направленные на побуждение людей к достижению общих целей. Власть лидера может строиться как и на личных качествах, харизме, авторитете, так и на занимаемой позиции в организации.

Существует несколько типов отношений управления³:

1. Неэффективное лидерство - лидерство, основанное на отношениях "мастер - раб", лидер обладает абсолютной властью, которая распространяется даже на решение таких вопросов, как вопрос о жизни и смерти членов ведомого сообщества.

2. Авторитарное управление - лидерство типа "начальник-подчиненный", при котором власть лидера поддерживается нормативными документами административной системы, эффективно для достижения поставленных целей, но работники практически не задействованы в управлении производством.

3. Эффективное лидерство - лидерство, основанное на типе отношений "лидер-последователь", при котором лидер получает власть от последователей. Данный тип позволяет быстро достигать поставленных целей и предусматривает участие последователей в управлении этим процессом.

4. Демократическое управление - лидерство типа "выборный руководитель - подчиненный", коллектив обладает высоким уровнем самоуправления и группа сама избирает лидера. Лидер зависим от коллектива, так как существует возможность быть неизбранным на следующий срок при неоправданных ожиданиях коллектива; является неэффективным типом.

Как достичь эффективного руководства? Учеными-бихевиористами было выявлено три подхода к определению значимых факторов эффективного лидерства⁴:

- подход с позиции личных качеств;
- поведенческий подход;
- ситуационный подход.

Подход с позиции личных качеств. Первые исследователи пытались выявить качества, которыми отличаются "великие люди". У. Беннис, выявил четыре группы лидерских качеств: физиологические, психологические, умственные, личностные деловые. Данный подход не принес практической пользы, но послужил толчком к развитию других концепций.

Согласно поведенческому подходу эффективность определяется манерой поведения лидера по отношению к подчиненным. *Стиль лидерства* - это совокупность приемов и методов, которые использует лидер с целью оказания воздействия на находящихся в его подчинении людей. К. Левин (1938 г.) выделил 3 стиля лидерства⁵:

- Авторитарный стиль лидерства - это стиль, при котором лидер обладает всей полнотой власти и ответственности, характеризуется жесткостью, требовательностью, единоначалием, строгим контролем и дисциплиной, сдерживанием инициативы;
- Демократический стиль лидерства - это стиль, при котором происходит делегирование полномочий с удержанием ключевых позиций в руках лидера, опора на коллегиальность, доверие, инициативу, творчество, самодисциплину, ориентацию не только на результаты, но и на способы их достижения;
- Либеральный (попустительский, пассивный) стиль лидерства - это стиль, при котором лидер отличается низкой требовательностью, попустительством, отсутствием дисциплины и требовательности, потерей контроля над подчиненными, предоставлением им полной свободы действий.

Однако демократический стиль не всегда наиболее продуктивный, в некоторых отраслях рабочие удовлетворены авторитарным стилем руководства. Поэтому прямой связи стиля руководства с эффективным управлением не было установлено.

Ситуационный подход заключается в том, что лидерское поведение должно отличаться в различных ситуациях. В модели Танненбаума- Шмидта лидером выбирается один из семи возможных образцов поведения, который зависит от воздействия на лидера трех факторов: самого лидера, его последователей и ситуации.

Модель ситуационного лидерства рассматривает существующую ситуацию, восприятие лидером данной ситуации, не рассматривая влияние восприятия сотрудником.

Какие требования предъявляются к современному лидеру для эффективного управления организацией? Какими качествами он должен обладать?

В давние времена лидером считался человек, обладающий хорошими физическими данными, например, высокий, сильный. С дальнейшим развитием общества критерии

лидерства изменялись. С появлением конвейерного производства, описанием различных бизнес - процессов был необходим руководитель, обладающий высоким уровнем IQ, хорошо справляющийся с аналитической работой, способный принимать взвешенные решения. Мир усложняется, и для достижения успеха лидер должен обладать не только высоким IQ, но и высоким эмоциональным интеллектом (EQ), который позволяет ему влиять на вовлеченных в процесс лиц.

Интересны культурные отличия в подходах к лидерству. По мнению российских руководителей, лидер - это энергичный, харизматичный, смелый, способный принести себя в жертву руководитель. Мнение английского руководства отлично, они считают, что лидер - это человек, способный создать атмосферу, позволяющую его подчиненным работать эффективно.

Сегодня на руководителя высшего звена оказывает влияние непростая ситуация на рынке, которая предполагает внимание лидера к операционной эффективности - эффективное использования внутренних ресурсов компании.

В быстроменяющемся мире современный лидер должен меняться вместе с ним. Change management - способность воспринимать новый мир, менять себя и других⁶.

На сегодняшний день для достижения эффективной деятельности организации следует опираться на адаптивное лидерство, основой которого является постоянный пересмотр стратегии.

Таким образом, характеристиками современного лидера являются:

- любопытство к новому и способность интерпретировать новую информацию (curiosity);

- готовность меняться и постоянно развиваться (evolvement);

- собственная вовлеченность и умение вовлечь других (engagement);

- целеустремленность и способность преодолевать препятствия (determination).

Лидерство в некотором смысле является искусством. Грамотные руководители принимают решения о необходимости сменить тот или иной стиль в зависимости от ситуации, в соответствии с изменением характера задачи, с возникающими перед подчиненными проблемами, давлением со стороны высшего руководства и многими другими факторами, характерными для организации.

¹ Добренков В.И., Кравченко А.И. Власть, авторитет и лидерство // Фундаментальная социология. Т. XIII. М., 2007. С. 440.

² Виханский О.С. Власть и лидерство // Менеджмент : учеб. пособие. М., 2006. С. 458.

³ Добренков В.И., Кравченко А.И. Лидер и лидерство // Фундаментальная социология. Т. VII. М., 2005. С. 160.

⁴ Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Лидерство: стиль, ситуация и эффективность // Основы менеджмента. М., 2004. С. 349.

⁵ Власть и лидерство в менеджменте // Практический менеджмент : учеб. пособие / под ред. Э.М. Короткова. М., 2013. С. 203.

⁶ Кочеткова Н.В., Красова К.А. Исследование корпоративной культуры высшего учебного заведения с целью формирования корпоративных стандартов (на примере СГЭУ) // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2012. № 7 (93). С. 94-97.

THE PHENOMENON OF LEADERSHIP

© 2017 Burova Natalia Alekseevna
Student

© 2017 Kochetkova Natalia Viktorovna
Ph.D., Associate Professor
Samara State University of Economics
E-mail: NVKochetkova@bk.ru

Keywords: power, leadership, leadership style, personal qualities, behavioral approach, situational approach.

The article discusses leadership issues, approaches that contribute to the achievement of effective leadership, leadership styles.

УДК 316.6

РОЛЬ НЕВЕРБАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ В ДЕЛОВОМ ОБЩЕНИИ

© 2017 Гнедова Елена Сергеевна*
студент

© 2017 Козлюк Алина Сергеевна*
студент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: NVKochetkova@bk.ru

Ключевые слова: коммуникации, невербальное общение, жесты, мимика.

Статья посвящена невербальному общению, которое играет большую роль в деловой коммуникации. Такие средства, как мимика, жесты, интонация, способны произвести на собеседника гораздо большее впечатление, чем слова. Научившись читать язык жестов, можно легко определить, что на самом деле чувствует ваш собеседник.

По данным статистики, 70% времени человека занимают процессы общения. Общение осуществляется не только вербальными, но и невербальными способами. В межличностном общении невербальная коммуникация передает 65% всей информации, тогда как голос - 38%, а слова - всего 7%.

* Научный руководитель - **Кочеткова Наталья Викторовна**, кандидат педагогических наук, доцент.

Невербальные способы играют большую роль в любом из видов общения, в том числе в деловом. Роль такой коммуникации состоит в том, что она помогает увеличить эффективность ведения переговоров. У человека появляется набор инструментов, которые могут оказать влияние на партнера, точнее, на его подсознание, чтобы он принял нужную точку зрения в переговорах. Главное, чтобы влияние оказывалось не явно, а как бы невзначай. Учеными разработана классификация невербальных средств общения.

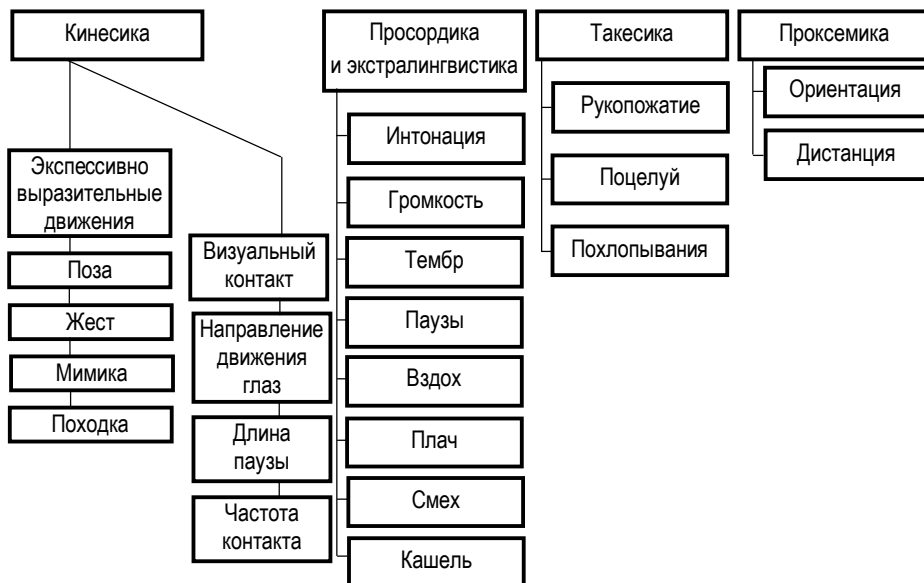


Рис. Классификация невербальных средств общения

В деловом общении преобладают кинетические средства, которые воспринимаются зрительно и играют регулятивную роль в общении. К кинесике относятся выразительные движения, проявляющиеся в мимике, позах, жестах и взглядах.

Во время делового общения необходимо уметь распознавать истинные мысли собеседника, которые он не выражает словами, но неосознанно выдает, например, своими жестами.

Выделяют группы жестов, которые предоставляют деловым партнерам самую разнообразную информацию. По некоторым жестам можно судить об уверенности собеседника, например, когда он: соединяет кисти рук кончиками пальцев, высоко поднимает подбородок, во время передачи информации не прижимает локти к туловищу. Будучи неуверенным в себе деловой партнер: прижимает вплотную к бокам локти, ерзает в кресле, одной рукой человек поправляет пуговицу или запонку на рукаве другой, браслет часов или манжет, потирает ухо. Когда собеседник агрессивно настроен это можно понять по его тесно сплетенным пальцам рук или по тому, что он держит руки в карманах¹.

Жестами защиты являются скрещенные на груди руки. Этим жестом вы можете повлиять на всех. Сохраняйте эту позицию и когда говорите, и когда слушаете. Если вы хотите узнать является ли эта поза защитной или просто ваш собеседник комфортно расположился, обратите внимание на его кисти. Пальцы сжаты в кулаки, значит, собеседник усиливает свою позицию².

Важно не только распознать сигнал, но и правильно отреагировать на него. Не стоит отвечать словами на невербальные проявления, например, говорить: "Вы скрестили руки. Я что-то не так сделал/сказал?" У человека возникнет неприятное ощущение, что вы его сканируете, занимаетесь психотерапией без спроса. Тогда он окончательно закроется или ответит грубостью.

Лучше ответить теми же невербальными проявлениями. Покажите что-нибудь собеседнику, подайте книгу, информационный листок, угостите чаем. Он будет вынужден разомкнуть руки, следовательно, примет более открытое положение. Как вариант, можно попросить собеседника наклониться вперед, чтобы лучше рассмотреть вашу схему, пункт отчета и т.п.

Так же в деловой коммуникации важна правильно выбранная дистанция. У каждого человека есть свое пространство, которое может изменяться в зависимости от той или иной ситуации. Обычно, их выделяют 4, а именно:

- интимную (15-46 см). В эту зону человек допускает только самых близких - детей, родителей, супругов, близких друзей и родственников, а также коллег, с которыми очень давно работает и всецело им доверяет;
- личную (46 см-1,2 м). Такое расстояние обычно разделяет знакомых, равных по статусу коллег, с которыми человек работает долгое время. Оно же соблюдается на официальных приемах и дружеских вечеринках;
- социальную (1,2-3,6 м). На данном расстоянии человек держится от незнакомых людей, новых служащих, коллег, которые старше по рангу;
- общественную (больше 3,6 м). Эта зона удобна для обращения к большой группе людей, используется на совещаниях, лекциях, семинарах и т.п.³

Если не нарушать заданные границы, то деловое общение будет более конструктивным, иное поведение может быть воспринято, как агрессия и давление.

Еще одним важным невербальным средством общения, с помощью которого можно добиться успеха являются ритмико-интонационные стороны речи такие, как высота, громкость голосового тона, темп голоса, сила удара.

Высоким голосом передаются энтузиазм, радость и недоверие, а гнев и страх - тоже довольно высоким, но с большей силой и высотой звуков. Усталость можно определить по мягкой и приглушенной интонации. Быстрая речь означает взволнованность или обеспокоенность чем-либо. Медленная речь свидетельствует об угнетенном состоянии, усталости или высокомерии⁴.

Людям, предчувствующим опасность, свойственно закрываться, такая реакция считается нормальной. Здесь, главное, постараться расслабить собеседника, настроить на хороший лад разговор, постараться отвлечь, для того чтобы собеседование или важные переговоры прошли достаточно легко⁵.

Однако защитный барьер можно обойти, то есть, заранее подготовить себя к положительному исходу событий и верить только в лучшее. Даже если у вас не получилось этого сделать, то не стоит расстраиваться. Попробуйте еще раз, скажите себе, что все только в ваших руках и все обязательно получится. Нужно постараться не подавать виду, что вы напряжены и не уверены в себе, а наоборот быть более открытым и разговорчивым собеседником. Иначе что-то может пойти не так.

Следует отметить, что в большинстве случаев невербальным символам свойственно подавлять вербальные. К примеру, подчиненный заходит в кабинет к руководителю, чтобы уточнить информацию по определенной задаче.

Рассмотрим 2 исхода. Если начальник не будет поднимать глаз на работника, а посмотрит на часы и поинтересуется, с какой целью его потревожили, то сотрудник, сделав выводы по жестам, станет чувствовать себя некомфортно, он будет думать, что зашел в неподходящий момент и ему совсем не рады.

Теперь представим другое поведение. Руководитель, первым делом, как зайдет подчиненный, посмотрит на него, улыбнется и спросит, что его интересует и какие у него проблемы. Именно с такой подачей, беседа пройдет намного лучше, так как в самом начале, работник уже будет расположен к своему боссу. В этих ситуациях, главным будет являться не слова начальника, а его движения, мимика, только они смогут повлиять на дальнейшее действие.

Главное помнить, что за время беседы и в жестах, и в голосе происходят изменения, следить за которыми нужно постоянно и реагировать на них соответственно. Нужно использовать слабые стороны своего собеседника в своих интересах, но не забывать, что он тоже следит за вашими невербальными знаками. Поэтому нужно работать над собой, обращать внимание на свои жесты, интонацию и мимику. В деловом общении, как и в личном, может сыграть существенную роль все, от рукопожатия до прощальной улыбки.

Таким образом, мы пришли к выводу, что невербальное общение играет важную роль, поэтому нужно научиться правильно истолковывать те или иные сигналы, жесты, движения. Ведь, благодаря им, можно многое понять о личности человека, о его заинтересованности в работе, именно это позволит будущему специалисту контактировать с деловыми партнерами, создавая благоприятную атмосферу делового сотрудничества, доверия, взаимопонимания и уважения.

¹ Семкина А.А., Кочеткова Н.В. Применение молодыми специалистами навыков невербальной коммуникации в профессиональной деятельности // Социальное поведение молодежи в Интернете: новые тренды в эпоху глобализации : материалы Междунар. науч.-практ. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых. 2015. С. 405-407.

² Моисеева Ю.А. Чеджемов Г.А. Невербальные способы общения и их эффективное использование в повседневной жизни // Вестник ИСУ. 2017.

³ URL: https://www.profiz.ru/sr/5_2012/neverb_i_verb_sign.

⁴ Джерард Ниренберг, Генри Калеро "Как читать человека, словно книгу".

⁵ Кочеткова Н.В., Красова К.А. Исследование корпоративной культуры высшего учебного заведения с целью формирования корпоративных стандартов (на примере СГЭУ) // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2012. № 7 (93). С. 94-97.

NON-VERBAL COMMUNICATION IN BUSINESS COMMUNICATION

© 2017 Gnedova Elena Sergeevna
Student

© 2017 Kozlyuk Alina Sergeevna
Student

Samara State University of Economics
E-mail: NVKochetkova@bk.ru

Keywords: communication, non-verbal communication, gestures, facial expressions.

The article is devoted to non-verbal communication, which plays an important role in business communication. Such means as mimicry, gestures, intonation are capable of producing a much greater impression on the interlocutor than words. Having learned to read sign language, you can easily determine how successfully your relationship with a business partner develops.

УДК 37.018.4

МОДЕЛИ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ И ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К УРОВНЮ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ КУРСА "ПРЕПОДАВАТЕЛЬ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ"

© 2017 Громова Татьяна Владимировна
доктор педагогических наук, профессор
Самарский государственный экономический университет
E-mail: gromova73@yandex.ru

Ключевые слова: дистанционное обучение, система дистанционного обучения, модели дистанционного обучения, преподаватель дистанционного обучения.

Анализируются основные модели дистанционного обучения, а также требования к уровню освоения содержания курса "Преподаватель дистанционного обучения".

Подготовку преподавателя дистанционного обучения (ДО) следует вести поэтапно¹ и на основе учебных модулей, выделенных О.В. Казанской².

Работа по данным модулям может способствовать технической подготовке и совершенствованию практических навыков работы преподавателя ДО.

Анализируя разные варианты организации деятельности зарубежных образовательных учреждений с ДО, можно выделить следующие модели и условия их реализации.

1. Консультационная модель (студенты должны регулярно посещать консультационный центр, где проводятся лекции, консультации преподавателей). Условиями реализации этой модели являются: наличие преподавателей в консультационном центре; сформированная группа студентов; мотивированность студентов, от которой зависит успех обучения.

2. Корреспондентская модель (основана на постоянном обмене между студентом и преподавателем учебными материалами, домашними заданиями без личного контакта). Эта модель успешно функционирует, если: существует надежная система связи; есть преподаватели, способные дать быструю и компетентную оценку работы студента; учебные материалы хорошо структурированы.

3. Модель регулируемого самообучения (основной акцент делается на самостоятельную работу студента, изучающего материал в удобном для себя месте и темпе и самостоятельно оценивающего качество усвоенных знаний с помощью вопросов с ключами). Обязательными компонентами этой модели являются: высокая самодисциплина студентов, способности к самообучению; в разработке учебно-методического комплекса должны принимать участие высококвалифицированные разработчики - авторы курса.

Основанием для этой классификации, очевидно, может служить форма работы студента (в центре, посредством переписки, дома), хотя все три модели предполагают большую долю самостоятельной работы. Еще один момент, являющийся общим для всех моделей, это присутствие опытных преподавателей, обладающих навыками организации учебно-познавательной деятельности студентов и создания учебно-методических комплексов. Наряду со студентом преподаватель является важным звеном, обеспечивающим действенность процесса обучения.

Иной подход к классификации моделей у А.В. Густыря³. Он считает, что существует две различные базовые модели дистанционного образования, сформировавшиеся на основе двух источников современного ДО корреспондентского (заочного) обучения и очного с использованием информационных и компьютерных технологий.

Этой же классификации, только с использованием других терминов, придерживаются Е.Л. Гаврилова и Т.А. Сергеева⁴. Они говорят о N-модели (американской, в терминологии А.В. Густыря), построенной на основе компьютерной сетевой технологии, и S-модели (соответственно, британской), использующей кейс-технологии в качестве основной. N-модель, по мнению авторов, по своему концептуальному устройству не может способствовать достижению целей развития способностей к различным видам деятельности, прежде всего, общения (мышление, творчество, профессиональное развитие, рефлексия), основы к саморазвитию. Результатом реализации в учебном процессе N-модели является главным образом лишь формирование у обучающихся представлений об изучаемых предметах, отдельных конкретных умений репродуктивного типа. N-модель лишена интеллектуально-эмоционального личностного взаимодействия преподавателя с обучающимися.

С целью повышения квалификации преподавателей вуза для работы в системе ДО предлагается прохождение профессорско-преподавательским составом курса повышения квалификации по направлению "Преподаватель дистанционного обучения"⁵.

Задачами курса выступают:

- обучение дидактическим, организационным и психологическим основам ДО;

- обучение методам и средствам разработки и использования электронного курса учебной дисциплины в учебном процессе через интернет.

Требования к уровню освоения содержания курса "Преподаватель дистанционного обучения".

Предполагается, что в результате изучения курса слушатель будет знать:

- основы правового обеспечения, стандарты, тенденции развития и дидактические свойства электронного обучения;

- основы авторского права в образовании;

- организационно-педагогические и психологические особенности дистанционного обучения в сети Интернет;

- принципы и методики построения учебно-методических материалов для ДО;

- образовательные технологии, применяемые в дистанционном обучении, их взаимосвязь с моделями ДО (кейс-технология, трансляционная технология, сетевая технология);

- специфику организации контроля знаний и подходы к оценке качества ДО;

уметь:

- применять дистанционные образовательные технологии в профессиональной деятельности преподавателя;

- разрабатывать учебно-методические материалы для ДО и использовать их в учебном процессе;

- совершенствовать ЭК и повышать эффективность их использования в ДО;

- самостоятельно повышать свою профессионально-педагогическую подготовку с помощью сети интернет⁶.

Преподаватель на протяжении всего процесса обучения осуществляет учебно-методическое и психолого-педагогическое сопровождение слушателей, т. е., предоставляет информацию, оказывает помощь в ее поиске, выбирая целесообразные, адекватные каждому этапу методы обучения⁷.

¹ Глухов Г. В., Громова Т. В. Последовательность подготовки преподавателей вуза к дистанционному обучению // News of Science and Education. Прага, 2017. Т. 4, № 4. С. 78-80.

² Казанская О.В. Подготовка преподавателей в области технологий дистанционного обучения // Подготовка кадров для системы открытого и дистанционного образования : тез. докл. междунар. науч.-практ. семинара. Томск : Изд-во ТГУ, 2001.

³ Густырь А.В. К определению терминологического стандарта открытого и дистанционного образования // Проблемы нормативно-правового обеспечения открытого образования : материалы конф. М. : МЭСИ, 2001. С. 45.

⁴ Гаврилова Е.Л. Непосредственное взаимодействие преподавателя с обучающимися в открытом дистанционном образовании // Система обеспечения качества в дистанционном образовании. Вып. 3. Жуковский : МИМ ЛИНК, 2001. С. 86-97.

⁵ Белоусов А.И., Громова Т.В. Готовность преподавателя к использованию дистанционных технологий как условие модернизации образования // Вестник Самарского университета. Аэрокосмическая техника, технологии и машиностроение. 2009. № 3-1 (19). С. 106-114.

⁶ Громова Т.В. Личностно-профессиональная компетентность преподавателя дистанционного обучения // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2014. № 5 (115). С. 122-130.

⁷ Подробнее см.: Громова Т.В. Формирование готовности преподавателя вуза к деятельности в системе дистанционного обучения. М., 2006.

MODELS OF DISTANCE LEARNING AND MAIN REQUIREMENTS TO MASTERING OF "THE DISTANCE LEARNING TEACHER" COURSE

© 2017 Gromova Tatyana Vladimirovna
Doctor of Pedagogical Sciences, Professor
Samara State University of Economics
E-mail: gromova73@yandex.ru

Keywords: distance learning, distance learning system, distance learning models, distance learning teacher.

The article analyzes the main models of distance learning, as well as the requirements to increase the level of mastering the content of "The distance learning teacher" course.

УДК 37.018.4

ПРОБЛЕМЫ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕПОДАВАТЕЛЯ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ

© 2017 Громова Татьяна Владимировна
доктор педагогических наук, профессор
© 2017 Глухов Геннадий Васильевич
доктор педагогических наук, профессор
Самарский государственный экономический университет
E-mail: gromova73@yandex.ru, glukhov.g@mail.ru

Ключевые слова: дистанционное обучение, система дистанционного обучения, преподаватель дистанционного обучения, педагогические проблемы.

Анализируются проблемы, с которыми может столкнуться как начинающий, так и опытный преподаватель дистанционного обучения.

Преподаватель дистанционного обучения (ДО) может столкнуться с различного рода проблемами и затруднениями¹.

Согласно А.Г. Теслинову выделим три основных группы проблем, с которыми сталкивается как начинающий, так и опытный преподаватель ДО:

- 1) педагогические;
- 2) социально-психологические;
- 3) организационные².

Педагогические проблемы, связанные непосредственно с процессом обучения, следующие:

1. Работа со взрослыми. Часть студентов - это взрослые, работающие люди, которые хотят повысить квалификацию или получить второе высшее образование. Дистанционное обучение является очень удобным способом достижения таких целей. В этом случае преподаватель ДО в большей мере играет роль менеджера в образовательной среде, лишь направляя студентов по курсу. В подобной ситуации зачастую не учитываются психолого-педагогические принципы обучения, логика педагогического процесса. Кроме того, работающему со взрослой аудиторией преподавателю следует учитывать и принципы обучения взрослых.

2. Преподаватель ДО и учебный материал. В учебниках для ДО в идеале должен быть заложен диалог преподавателя и обучающегося. Задача преподавателя заключается в том, чтобы помочь студенту освоить то, что заложено в учебнике. Однако каждый преподаватель ДО вносит свое понимание предмета, свой взгляд, который может отличаться от взгляда авторов. В случае если один и тот же курс реализуется разными преподавателями в разных региональных центрах или представительствах одного высшего учебного заведения, может отсутствовать единообразие при изучении и понимании содержания.

3. Теория и практика. Рыночные условия требуют быстрой подготовки специалиста, владеющего практическими навыками в той или иной области (особенно это касается экономических и юридических дисциплин), что не может не отразиться на ожиданиях студента от обучения. Однако необходимо дать студенту и теоретические навыки в изучаемой области знаний. В идеальном случае преподавателю ДО следует найти равновесие между научной информацией, знаниями о деятельности и непосредственными, практическими умениями.

4. Компьютер и личное общение. В задачу преподавателя ДО входит "оживить" компьютерную информацию, вовлекая студентов в продуктивное общение. Ему необходимо также отслеживать наиболее эффективную в обучении компьютерную технологию, принимать активное участие в чатах и конференциях.

5. "Бег за новшествами". Увлечение новыми, преимущественно западными идеями в обучении, желание как можно скорее их внедрить в процесс обучения может ограничить глубину проникновения в суть того или иного метода, равно как, возможно, и в содержание предмета. Однако с другой стороны, в процессе применения передовых идей и методов растет мастерство преподавателя ДО, накапливается определенный багаж методов и приемов работы со студентами³. Найти "золотую середину" бывает подчас не просто.

6. Остановка в развитии. Как отмечалось выше, преподаватель ДО призван способствовать развитию студентов. Однако этот процесс не является односторонним - студенты должны создавать своего рода "стресс", толчок для преподавателя, способст-

вывать его развитию и профессиональному росту, поиску, в котором находятся сами студенты, а это означает, что преподаватель должен быть готов к определенным энергетическим, эмоциональным, временным затратам⁴.

7. "Заигрывание". Игры, в частности ролевые игры, - очень эффективный прием в обучении студентов, активизирующий умственную деятельность, развивающий творческие способности. Однако нельзя увлекаться и играть ради удовольствия. В игре в процессе обучения должно быть 20% игры и 80% - рефлексии, анализа ситуации, предложенной в игре. В планировании и проведении занятий со студентами преподавателю следует исходить именно из этих позиций.

8. Развитие студента. Оно происходит по определенной "лестнице": знать - уметь этим пользоваться - владеть знаниями и навыками - быть - изменить отношение к окружающему миру. Задача преподавателя - не только дать определенные знания и умения, но и провести студента по этой "лестнице", не давая ему остаться на одном уровне, развивая личностные, творческие качества и способности. Этим целям должен быть подчинен весь арсенал используемых преподавателем ДО методик и приемов работы. Развитие студентов должно происходить и по окончании обучения⁵.

¹ Глухов Г. В., Громова Т. В. Последовательность подготовки преподавателей вуза к дистанционному обучению // News of Science and Education. Прага, 2017. Т. 4, № 4. С. 78-80.

² Теслинов А.Г. Проблемы тьюторской деятельности // Качество дистанционного образования: концепции, проблемы : тез. докл. Жуковский : МИМ ЛИНК, 2001. С. 65-66.

³ Белоусов А.И., Громова Т.В. Готовность преподавателя к использованию дистанционных технологий как условие модернизации образования // Вестник Самарского университета. Аэрокосмическая техника, технологии и машиностроение. 2009. № 3-1 (19). С. 106-114.

⁴ Громова Т.В. Личностно-профессиональная компетентность преподавателя дистанционного обучения // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2014. № 5 (115). С. 122-130.

⁵ Подробнее см.: Громова Т.В. Формирование готовности преподавателя вуза к деятельности в системе дистанционного обучения. М., 2006. 32 с.

PROBLEMS IN THE ACTIVITY OF THE DISTANCE LEARNINGTEACHER

© 2017 **Gromova Tatyana Vladimirovna**
Doctor of Pedagogical Sciences, Professor

© 2017 **Glukhov Gennady Vasilyevich**
Doctor of Pedagogical Sciences, Professor
Samara State University of Economics

E-mail: gromova73@yandex.ru, glukhov.g@mail.ru

Keywords: distance learning, distance learning system, distance learning teacher, pedagogical problems.

The article analyzes the problems that both a beginner and an experienced distance learning teacher can face.

ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ДАВЛЕНИЕ НА МОЛОДЕЖЬ ЧЕРЕЗ "ГРУППЫ СМЕРТИ"

© 2017 Мальцева Алина Павловна*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: maltceva1996@mail.ru

Ключевые слова: Интернет, молодежь, постиндустриальное общество, группы смерти.

Рассматривается влияние Интернета на подрастающее поколение, плюсы и минусы Интернета, появление новых смертельных групп в социальных сетях.

В двадцать первом веке интернет занимает внушительное место в жизни каждого человека, но в большей степени интернет - это часть жизни подростков. Сейчас жизнь подрастающего поколения полностью зависит от средств сотовой связи и интернета. Использование интернета имеет как плюсы, так и минусы. Но, к сожалению, минусы интернета сейчас могут не только пагубно действовать на психику человека, а уже и убивать. И в большей мере это относится к подрастающему поколению. Одним из таких минусов сейчас являются так называемые "группы смерти".

Группы смерти чаще всего создаются в социальной сети "Вконтакте", где идет бурное обсуждение темы самоубийства. Депрессивные картинки, грустные песни, страшные ролики и высказывания о том, что самоубийство это лучшее решение для того чтобы избавиться от жизни. Вся эта агитация приводит к тому, что ребенок начинает задумываться о смерти и не видит в этом ничего страшного. Влияние таких групп приходится на подростков от 10 до 17 лет, а этот период считается самым сложным для человека, так как в этом возрасте у детей нестабильная психика, они легко возбудимые, внушаемые и агрессивные. В первую очередь, на психику подростков такого возраста оказывает влияние семья. Втягиванию в зависимость (в частности, - от компьютера, от "сети") чаще всего способствуют семейные неурядицы, безразличие, неспособность понять нужды другого¹. При этом "игры" в компьютерных сетях могут оказываться по-настоящему опасными. В настоящее время у подрастающего поколения меняются взгляды на мир, они уже видят мир не так, как мы раньше. В эпоху перемен зачастую у многих людей, не готовых к восприятию новых стандартов и ценностей, происходит социальная дезориентация. Они переживают особое психологическое состояние, воспринимаемое ими как вынужденное изменение интересов, "переоценка ценностей". Больше всего это сказывается на формирующихся личностях: подростках, молодых девушках и юношах, которые оказываются в состоянии неопределенности и мучительного выбора в период изменяющихся жизненных обстоятельств². Собственный социально-культурный уровень не позволяет самостоятельно организовать досуг с пользой для духовного и умственного развития. Чем заняться? Опять возвращаемся

* Научный руководитель - Лебедева Людмила Геннадьевна, старший преподаватель.

к асоциальному образу жизни: употребление спиртных напитков и наркотических средств, увеличение фактов криминальных происшествий, банальное просиживание у телевизора и бесконтрольное поглощение пищи и лечебных средств. И все это для заполнения душевной пустоты и ухода от осознания собственной нереализованности³.

Городская среда и ее проблемы оказывает на горожан мощное депрессивное и стрессовое психологическое воздействие. Напряженный темп городской жизни, нестабильная экономическая ситуация как атрибут рыночной экономики, повышенная плотность населения и производная от нее интенсификация вынужденных контактов между людьми порождает, с одной стороны, проблему недостатка в глубоких межличностных отношениях (проблему одиночества) и, с другой стороны, проблему избытка массовых контактов (потребность в уединении)⁴.

Ценностные ориентиры подростков сейчас уже отличаются тем, что они воспитываются в информационном обществе. Различные социологические исследования свидетельствуют о противоречивости характера создания ценностных ориентаций в молодежной среде. С одной стороны, для основной массы подростков и молодежи базовыми ценностями являются традиционные общечеловеческие ценности (ценности жизни) - дружба, любовь, семья, дети, образование. С другой стороны, для какой-то части молодежи и, особенно, подростков на первом месте оказываются другие ценности (по сути - псевдоценности), в том числе - различные извращения (наркотики, игромания и т.д.). Особую опасность при этом представляет появление зависимости от злоумышленников в компьютерных сетях. "Современное информационное общество характеризуется новой, информатизированной культурой, которая выражается через виртуальное поле коммуникации и развлечения"⁵. Но на этом "поле коммуникации и развлечения" могут встретиться риски и опасности. Особенно это касается неопытных в жизненных вопросах подростков. Определение понятия и степени риска зависит от наблюдателя: что для одного является риском, для другого - опасностью. Риск, по Н. Луману, относится к сфере субъекта, который активно относится к миру и принимает решения. Опасность же является продуктом среды и относится к объекту⁶. С учетом этого, можно сказать, что нахождение чего-либо в компьютерных сетях представляет собой определенный риск ("попасться в сети" злоумышленников, попасть в зависимость от них), а общение со злоумышленниками в "сети" - это уже конкретная опасность.

Сейчас одной из опасных сетей является появившаяся совсем недавно группа смерти под названием "Тихий дом", она также имеет такие названия как "Синий кит", "F57", "Море китов", "Разбуди меня в 4:20" и так далее. Подростки в сети проходят смертельные задания с помощью куратора. Задания такие, как вырезать лезвием на руке кита, часто плакать, смотреть странные видео, которые влияют на психику, это похоже на эффект 25 кадра, так же рано вставать и слушать грустную музыку. Почему "разбуди меня в 4:20"? Потому что в это время организм человека находится в состоянии сна и психологическое давление оказывают серьезную травму на психику. Также название "разбуди меня в 4:20" отсылает читателя к американской субкультуре людей, употребляющих марихуану. 4:20 в их среде означает призыв к легализации марихуаны, но к содержанию группы все это не имеет никакого отношения. Это вроде бы обыкновенней-

шая группа для девочек с цитатами про кофе, собственную значимость и любовь, а также ссылками на романтические фильмы. Однако из-за таких групп уже покончили жизнь самоубийством 130 подростков в России, и это число продолжает расти. Также эта игра уже становится не просто проблемой нашей страны, но и других. То есть эта "игра" уже имеет огромные масштабы и захватывает весь мир.

На существующие опасности и преступления, совершаемые с помощью компьютерных сетей, важно посмотреть глубже: "преступление не только является опасным деянием для общества, но оно есть признак девиации и аномии в социуме"⁷. Новое поколение уже не такое, как раньше, оно более агрессивное, апатичное и воздействовать на него сейчас гораздо проще, чем раньше. У обывателя возникают резонные вопросы: с какой целью создаются данные группы, кто их создает и зачем они создаются? Создаются ли они в террористических целях или это какие-то секты? Конечно, нормальным людям, скорее всего, и в голову бы не пришло придумать что-то подобное. Есть и вероятность, что такие игры создаются людьми, имеющими психические отклонения, если их еще можно назвать таковыми.

¹ Черняева К.Н., Оськина Ю.С., Лебедева Л.Г. Игромании подвластны все // Новая наука: Современное состояние и пути развития. 2016. № 11-3. С. 146.

² Милова Ю.А., Чеджемов Г.А. Человек эпохи перемен // Известия института систем управления Самарского государственного экономического университета. 2015. № 2 (12). С. 62.

³ Чеджемов Г.А., Борисов С.В. Некоторые аспекты качества жизни в регионах России // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2012. № 12 (98). С. 128.

⁴ Бондарев С.А., Чеджемов Г.А. Социальные проблемы города // Известия института систем управления Самарского государственного экономического университета. 2011. № 2. С. 12.

⁵ Гугуева Д.А., Фетисова О.В. Ценности современной российской молодежи в реальном и виртуальном обществах // Гуманитарий Юга России. 2016. № 5. С. 89.

⁶ Лебедева Л.Г., Ростова А.В., Ургалкин Ю.А. Концепции общества риска в социологическом дискурсе // Вестник Самарского муниципального института управления. 2014. № 2 (29). С. 135.

⁷ Трещева Е.Е., Лебедева Л.Г. Преступление как девиация // Известия института систем управления Самарского государственного экономического университета. 2016. № 2 (14). С. 34.

PSYCHOLOGICAL PRESSURE ON THE YOUTH THROUGH THE "GROUP OF DEATH"

© 2017 Maltceva Alina Pavlovna
Student
Samara State University of Economics
E-mail: maltceva1996@mail.ru

Keywords: Internet, youth, post-industrial society, the group of death.

The article discusses the impact of the Internet on the younger generation, the pros and cons of the Internet, the emergence of new deadly groups in social networks.

АДАПТАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ СУБЪЕКТА ЗАВИСТИ В СЛУЖЕБНЫХ ОТНОШЕНИЯХ

© 2017 Микелевич Елена Болеславовна

ассистент кафедры гуманитарных наук, философии и права
Полесский государственный университет, г. Пинск, Республика Беларусь
E-mail: mikelena06@mail.ru

Ключевые слова: зависть, служебные отношения, социально-психологическая адаптация.

Статья посвящена анализу социально-психологической адаптации сотрудников во взаимосвязи с показателями зависти в служебных отношениях. Приводятся данные корреляционного анализа. Отмечается, что субъект зависти характеризуется дезадаптивностью, его адаптационный потенциал снижен.

Исследования зависти в современной психологии становятся все более актуальными и востребованными для понимания психической реальности. Социально-экономические причины детерминируют актуальность изучения феномена зависти в контексте служебных отношений. О склонности личности к высокому уровню завистливости часто свидетельствует наличие таких личностных характеристик, как тщеславие, низкая самооценка, эгоистичность, мстительность, низкий уровень надежды на будущее. К. Муздыбаев отмечает, что наиболее завистливые респонденты оказались и наиболее неадаптированными, они в большей мере, чем независтливые люди, недовольны своим социальным и материальным положением. Цель данного исследования - выявить связь показателей социально-психологической адаптации и показателей зависти в служебных отношениях¹.

Для достижения поставленной цели исследования использован следующий диагностический инструментарий:

Методика "Совладание с завистью в служебных отношениях" (CopingwithOccupationalandProfessionalEnvy - COPE), разработанная А. L. Voone² и адаптированная И.А. Фурмановым и Е.Б. Микелевич³. Данная методика позволяет измерить значимость (релевантность) зависти в служебных отношениях, характерные стратегии совладания с завистью в служебных отношениях.

Опросник социально-психологической адаптации, разработанный К. Роджерсом и Р. Даймондом и адаптированный А.К. Осницким⁴. В исследовании приняли участие 271 человек в возрасте от 18 до 70 лет, которые являются представителями разных социально-демографических групп и являются субъектами трудовых отношений. Из них - 113 мужчин, 158 женщин. Для обработки данных использовалась программа SPSS.

В ходе анализа полученных данных установлено,

Оценка ситуации провокации зависти. Корреляционный анализ позволил установить статистически значимые связи между значимостью зависти и дезадаптивностью

($r=0,19$; $p\leq 0,01$), неприятием других ($r=0,13$; $p\leq 0,05$), эмоциональным дискомфортом ($r=0,18$; $p\leq 0,01$), внешним контролем ($r=0,21$; $p\leq 0,01$), ведомостью ($r=0,16$; $p\leq 0,01$), эскапизмом ($r=0,21$; $p\leq 0,01$), интегральными показателями: "Приятие других" ($r= -0,12$; $p\leq 0,05$), "Эмоциональная комфортность" ($r= -0,20$; $p\leq 0,01$), "Интернальность" ($r= -0,16$; $p\leq 0,01$).

Сила зависти. Выявлены интеркорреляции между силой зависти и показателями социально-психологической адаптации: дезадаптивность ($r=0,28$; $p\leq 0,01$), неприятие себя ($r=0,24$; $p\leq 0,01$), приятие других ($r= -0,13$; $p\leq 0,05$), неприятие других ($r=0,18$; $p\leq 0,01$), эмоциональный дискомфорт ($r=0,24$; $p\leq 0,01$), внешний контроль ($r=0,27$; $p\leq 0,01$), ведомость ($r=0,25$; $p\leq 0,01$), эскапизм ($r=0,24$; $p\leq 0,01$), интегральный показатель "Адаптация" ($r= -0,26$; $p\leq 0,01$), интегральные показатели "Самоприятие" ($r= -0,22$; $p\leq 0,01$), "Приятие других" ($r= -0,22$; $p\leq 0,01$), "Эмоциональная комфортность" ($r= -0,29$; $p\leq 0,01$), "Интернальность" ($r= -0,25$; $p\leq 0,01$), "Стремление к доминированию" ($r= -0,12$; $p\leq 0,05$).

Конструктивная причастность. Не коррелирует с показателями социально-психологической адаптации.

Конструктивная непричастность. Корреляционный анализ позволил установить статистически значимые положительные связи между конструктивной непричастностью и адаптивностью ($r=0,14$; $p\leq 0,05$), приятием себя ($r=0,14$; $p\leq 0,05$), эскапизмом ($r=0,16$; $p\leq 0,01$).

Деструктивная причастность. Установлены корреляционные связи между деструктивной причастностью и дезадаптивностью ($r=0,24$; $p\leq 0,01$), неприятием себя ($r=0,15$; $p\leq 0,01$), неприятием других ($r=0,18$; $p\leq 0,01$), эмоциональным дискомфортом ($r=0,21$; $p\leq 0,01$), внешним контролем ($r=0,21$; $p\leq 0,01$), доминированием ($r=0,23$; $p\leq 0,01$), ведомостью ($r=0,21$; $p\leq 0,01$), эскапизмом ($r=0,23$; $p\leq 0,01$), интегральными показателями: "Адаптация" ($r= -0,19$; $p\leq 0,01$), "Приятие других" ($r= -0,20$; $p\leq 0,01$), "Эмоциональная комфортность" ($r= -0,21$; $p\leq 0,01$), "Интернальность" ($r= -0,17$; $p\leq 0,01$).

Деструктивная непричастность. Выявлена статистически значимая корреляционная связь между деструктивной непричастностью и адаптивностью ($r= -0,13$; $p\leq 0,05$), дезадаптивностью ($r=0,22$; $p\leq 0,01$), приятием себя ($r= -0,13$; $p\leq 0,05$), неприятием себя ($r=0,17$; $p\leq 0,01$), неприятием других ($r=0,16$; $p\leq 0,01$), эмоциональным дискомфортом ($r=0,20$; $p\leq 0,01$), внешним контролем ($r=0,20$; $p\leq 0,01$), ведомостью ($r=0,17$; $p\leq 0,01$), эскапизмом ($r=0,16$; $p\leq 0,01$), интегральными показателями: "Адаптация" ($r= -0,26$; $p\leq 0,01$), "Самоприятие" ($r= -0,20$; $p\leq 0,01$), "Приятие других" ($r= -0,18$; $p\leq 0,01$), "Эмоциональная комфортность" ($r= -0,22$; $p\leq 0,01$), "Интернальность" ($r= -0,19$; $p\leq 0,01$).

Таким образом, оценка ситуации провокации зависти имеет отрицательные интеркорреляции с приятием себя, эмоциональной комфортностью, интернальностью. Иными словами, сотрудник с низким уровнем самоприятия, эмоциональным дискомфортом и экстернальностью склонен высоко оценивать ситуацию провокации зависти. Полученные нами данные относительно интернальности и зависти совпадают с выводами Занковско-го А.Н., который отмечает, что экстерналы в целом менее удовлетворены своим статусом в организации, чаще отсутствуют на рабочем месте по каким-либо объективным причинам, чувствуют себя менее вовлеченными в свою работу и организационную жизнь, чем интерналы. Неудовлетворенность экстерналов во многом обусловлена тем,

что они воспринимают себя лишенными контроля над организационными процессами. В то же время интерналы те же процессы рассматривают как результат своих собственных действий⁵.

Интенсивность зависти характеризуется отрицательными корреляционными связями с показателями адаптации, самопрятия, прятия других, интернальности и стремления к доминированию.

Деструктивная причастность отрицательно связана с адаптацией, прятием других, эмоциональной комфортностью, интернальностью.

Деструктивная непричастность отрицательно коррелирует с показателями адаптации, самопрятия, прятия других, эмоциональной комфортности, интернальности.

Обобщая данные анализа, можно констатировать, что субъект зависти в служебных отношениях характеризуется дезадаптивностью, неприятием других, эмоциональным дискомфортом, внешним контролем, ведомостью, эскапизмом. Адаптационный потенциал субъекта зависти в служебных отношениях является сниженным, что не позволяет ему полноценно реализовать себя и детерминирует возникновение зависти и деструктивные стратегии совладания с ней.

¹ Муздыбаев К. Завистливость личности // Психологический журнал. 2002. Т. 23, № 6. С. 38-50.

² Boone A.L. The Green-Eyed Monster at Work: An Investigation of How Envy Relates to Behavior In the Workplace : dissertation ... Doctor of Philosophy. Virginia : George Mason Univ., 2005. 111 p.

³ Фурманов И.А., Микелевич Е.Б. Адаптация методики "Совладание с завистью в служебных отношениях" // Философия и социальные науки. 2016. № 2. С. 82-87.

⁴ Практическая психодиагностика. Методики и тесты : учеб. пособие / ред.-сост. Д.Я. Райгородский. Самара : Бахрах, 1998. 672 с.

⁵ Занковский А.Н. Организационная психология : учеб. пособие для вузов. 2-е изд. М. : Флинта : МПСИ, 2002. 648 с.

ADAPTATION POTENTIAL OF THE SUBJECT IN WORKING RELATIONSHIPS

© 2017 Mikelevich Elena Boleslavovna

assistant of Department of Humanities, philosophy, and law

Polesky State University, Pinsk, Republic Of Belarus

E-mail: mikelena06@mail.ru

Keywords: envy, working relationships, social and psychological adaptation.

The article is devoted to the analysis of the social and psychological adaptation of employees in relation to the indicators of envy in working relationships. The data of the correlation analysis are given. It is noted that the subject of envy is characterized by disadaptivity.

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЕ И ЛИЧНОСТНЫЕ ПРЕДИКТОРЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ СПЕЦИАЛИСТОВ ИТ-СФЕРЫ

© 2017 Панащик Роман Сергеевич

магистр психологических наук

Белорусский государственный педагогический университет им. М. Танка,

г. Минск, Республика Беларусь

E-mail: roman00201p@gmail.com

Ключевые слова: профессиональная эффективность, ИТ-специалисты, процессуальный подход, результативный подход.

В ходе теоретического и практического изучения проблемы профессиональной эффективности специалистов ИТ-сферы удалось выявить основные интеллектуальные и личностные факторы (предикторы) профессиональной эффективности и построить соответствующий профиль личности успешного ИТ-специалиста.

Проблема эффективности профессиональной деятельности тех или иных специалистов рассматривались в трудах В.Д. Шадрикова, А.К. Марковой, Б.Ф. Ломова, Е.А. Климова и др. Большинство результатов исследований сводилось к тому, что понятие "эффективность профессиональной деятельности" носит комплексный характер и включает в себя множество элементов¹. Мы же охарактеризуем понятие "эффективность профессиональной деятельности" исходя из выделения 2 основных аспектов:

1) Процессуального аспекта, выраженного в психологической удовлетворенности трудом, субъективной оценке степени реализованности профессиональных целей и намерений субъектом труда, общей оценке собственной успешности. Про важность данного аспекта указывали следующие авторы: В.И. Шмыков², И.Н. Коноплева³;

2) Результативного аспекта, выраженного в количественном росте заработной платы и продвижении по карьерной лестнице.

Цель исследования: Выявить интеллектуальные и личностные предикторы профессиональной эффективности специалистов ИТ-сферы.

Гипотеза исследования: Комплекс факторов эффективности профессиональной деятельности значимо коррелирует с интеллектуальными и личностными характеристиками специалистов ИТ-сферы и отличается от данных характеристик специалистов из контрольной группы.

В исследовании приняло участие 60 человек. Возраст испытуемых находился в пределах 23 - 39 лет. В экспериментальную группу вошли: программисты, операторы ПК, разработчики ПО, операторы с ЧПУ, тестировщики ПО, системные администраторы. В контрольную же группу вошли специалисты из других профессиональных областей: врачи, юристы, продавцы, менеджеры по продажам, управленцы, топ-менеджеры, специалисты по работе с клиентами и персоналом. Испытуемые из экспериментальной

группы работают в сфере информационных технологий, имеют высшее образование в области программирования или в технической сфере, а также специальную подготовку от Парка высоких технологий г. Минска. Исследование проводилось на базе научно-образовательной лаборатории психологии познавательных процессов, Института психологии БГПУ, в 2016-2017 годах.

Основными методами исследования выступили:

1) Анкетирование. Авторская анкета, направленная на определение уровня профессиональной эффективности и успешности, как в комплексе выше обозначенных аспектов, так и в их раздельности.

2) Тестирование, которое проходило по следующим методикам:

- Тест Гилфорда, направленный на диагностику социального интеллекта;
- Тест Амтхауэра, направленный на диагностику психометрического (академического) интеллекта;
- Тест Холла, направленный на диагностику эмоционального интеллекта;
- Методика, 16-ти факторный личностный опросник Р.Б. Кеттелла;
- Методика, шкала депрессии А. Бека;
- Тест агрессивности Е.П. Ильина;
- Тест "Лидерские способности" Е. Жарикова и Е. Крушельницкого.

В качестве основных математических и статистических методов были использованы: корреляционный анализ, t-критерий различий Стьюдента.

Результаты исследования:

В ходе проведения корреляционного анализа, с одной стороны, между факторами эффективности профессиональной деятельности, и с другой стороны, личностными и интеллектуальными характеристиками испытуемых, нам удалось выявить следующие предикторы, которые определяют эффективность проф. деятельности специалистов IT-сферы:

1. В результативном аспекте:

- Среднеразвитый социальный интеллект по 2-му и 3-му субтесту, теста Гилфорда (то есть понимание состояния других людей по невербальным признакам и понимание собеседников по речевой экспрессии в конкретной ситуации). Корреляция 0,46 и 0,41 соответственно, при $p < 0,05$;

- Средний уровень развития эмпатии (понимание эмоций других людей, способность сопереживать им). Корреляция 0,42 при $p < 0,05$. На важность наличия эмпатии указывали также и другие исследователи⁴;

- Средняя склонность к прямой вербальной агрессии. Корреляция 0,40 при $p < 0,05$;

- Низкая склонность к косвенной вербальной агрессии. Корреляция 0,45 при $p < 0,05$;

- Наличие среднего уровня общительности. Корреляция 0,43 при $p < 0,05$.

- В процессуальном аспекте:

- Низкий уровень умения управлять эмоциями других людей. Корреляция 0,43 при $p < 0,05$;

- Средний уровень лидерского потенциала, общительности, дипломатичности и социальной смелости. Корреляция 0,41 при $p < 0,05$;

- Наличие среднеразвитого Супер-Эго. Корреляция 0,53 при $p < 0,05$;

- Отсутствие депрессивных симптомов. Корреляция 0,48 при $p < 0,05$.

Отметим также, что большинство испытуемых из экспериментальной группы, имеют высокий академический интеллект, а также в 38% случаев - одаренность, то есть испытуемые имеют IQ превышающий 150 пунктов. Однако уровень IQ не показал ни одной значимой корреляции с факторами успешности. Скорей всего, высокий уровень IQ выступает в качестве следствия самой профессиональной подготовки специалистов технического профиля. Поскольку 4 из 9 субтестов в тесте Амтхауэра, как раз посвящены выявлению математических и конструкторских способностей. Данный факт вполне логично объясняет, причину высокого интеллекта IT-специалистов.

Нами также были выявлены множественные различия между испытуемыми контрольной и экспериментальной группами.

Таким образом, гипотеза нашего исследования: "Комплекс факторов эффективности профессиональной деятельности значимо коррелирует с интеллектуальными и личностными характеристиками специалистов IT-сферы и отличается от данных характеристик специалистов из контрольной группы" - подтвердилась в полной мере.

Полученные результаты могут быть использованы при составлении психогаммы специалиста IT-сферы, а также при составлении соответствующего бизнес-тренинга, направленного на развитие тех или иных интеллектуальных и личностных характеристик, которые позволят специалисту осуществлять профессиональную деятельность достаточно эффективно.

¹ См.: Назаренко В.В. Психологические детерминанты эффективности профессиональной деятельности : дис. ... канд. психол. наук : 19.00.03. М., 2009. 374 с.;

The importance of professional competencies in the development of emotional intelligence / Ignacio Danvila del Valle, Miguel Ángel Sastre Castillo, Edmundo Marroquin Tovar // RIO. 2013. № 10. P. 157-179.

² Шмыков В.И. Профессиональная эффективность и удовлетворенность трудом юристов // Психопедагогика в правоохранительных органах. 2008. № 2 (33). С. 27-30.

³ Коноплева И.Н., Квашнина Н.Н. Взаимосвязь личностных качеств и эффективность профессиональной деятельности работников налоговых органов // Психология и право. 2015. Т. 5, № 3. С. 64.

⁴ Byundyugova T., Kornienko E. Personality-Related Factors of Self-Fulfillment in Professional Activities // Branch of Russian State Social University, Taganrog, Russian Federation, Review of European Studies. 2015. Vol. 7, No. 3.

INTELLECTUAL AND PERSONAL PREDICTORS OF PROFESSIONAL EFFICIENCY OF IT SPECIALISTS

© 2017 Panaschik Roman Sergeevich

Master of Psychological Sciences

Belarusian State Pedagogical University M. Tanka, Minsk, Republic Of Belarus

E-mail: roman00201p@gmail.com

Keywords: professionalefficiency, IT-specialists, proceduralapproach, effectiveapproach.

During the theoretical and practical study of the problem of the professional effectiveness of IT specialists, it was possible to identify the main intellectual and personal factors (predictors) of professional effectiveness and build the appropriate profile of the personality of a successful IT specialist.

РЕЧЕВОЕ МАНИПУЛИРОВАНИЕ КАК ЭЛЕМЕНТ ДИСКУРС-АНАЛИЗА

© 2017 Трещева Екатерина Евгеньевна
студент

© 2017 Лебедева Людмила Геннадьевна
доцент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: kateytreshcheva@mail.ru, ludleb@mail.ru

Ключевые слова: дискурс, политический дискурс, дискурс-анализ, манипуляция, речевая манипуляция.

Статья посвящена выявлению основных способов применения речевого манипулирования в речи политических деятелей. Для анализа речи был выбран метод дискурс-анализа. Определяются понятия "дискурс-анализ", "манипуляция" и "речевая манипуляция".

Политика сама по себе представляет собой специфическую сферу человеческой деятельности, которая в тот же момент является совокупностью речевых действий, то есть политической коммуникацией. Она предстает в виде речевой манипуляции, которая передается во время дискурса политика. Под самим же дискурсом понимается совокупность (письменных и устных) текстов, которые производят люди в разнообразных ежедневных практиках¹. Отсюда дискурс становится самостоятельным смысловым полем, то есть некоей реальностью, которая развивается по соответствующим законам, что делает идеальным материалом исследования с помощью дискурс-анализа.

Дискурс-анализ как самостоятельная отрасль научного знания, зародился в 1960-е годы во Франции в результате соединения лингвистики, критической социологии и психоанализа в рамках общих тенденций развития структуралистской идеологии². В социологическом словаре Джери Д. дискурс-анализ является формой текстового анализа, цель которого состоит в показе структуры дискурса и дискурсформирования³. Дискурс-анализ делится на множество видов, в том числе политический дискурс.

Политический дискурс же входит в категорию критического дискурс-анализа, так как основной его интерес - это анализ именно политических текстов. Если дать грубое определение, то политический дискурс - это дискурс политиков. Дискурсом могут быть парламентские дебаты, партийные программы, речь политика или же правительские обсуждения. В другом понимании политический дискурс трактуется как "институциональное общение, которое, в отличие от лично ориентированного, использует определенную систему профессионально ориентированных знаков, то есть обладает собственным подязыком (лексикой, фразеологией и паремией)"⁴. Именно целью политического дискурса является речевая манипуляция, направленная на неявное, скрытое побуждение адресата к совершению определенных действий. Это как скрытое внедрение в его сознание желаний, отношений, установок, служащих осуществлению интересов отправителя сообщения, кото-

рые необязательно совпадают с интересами адресата. Цель речевой манипуляции - склонить адресата к тому, чтобы принять определенные высказывания за истинные без учета всех аргументов⁵. Такие акты речевой манипуляции в политических текстах представляют собой большой интерес для исследователя. Для выявления таких речевых манипуляций был проведен политический дискурс-анализ речи одного политического деятеля, который выступал на антикоррупционном митинге в городе Москва.

Данная речь является броской и провокационной, в которой идет четкое представление народа России. К этому народу причисляются митингующие, как нечто огромное и мощное, а "коррупционная" власть, как что-то маленькое и ничтожное, которое прогнется под "мощью" народа: "Понятно, что на улицу вышло сюда огромное, мощное и кому-то страшное... Я часть этого огромного и страшного, я не боюсь. Это огромное - это народ, это мы все, которые вышли сегодня на улицу. Но кто-то боится. Вот там, через речку, сюда внимательно смотрят маленькие глаза-бусинки, маленькие подвижные носики вынохивают, что же может произойти"⁶. Так же идет явное противопоставление "мы-они", где идет представление власти, как угнетателя и олицетворение плохого, который не уважает митингующих. Можно заметить, что в качестве аргументации верности своих слов, выступающий в своей речи артикулирует правдивость: "Я все равно буду говорить то, что хочу, и буду говорить то, что думаю. Я думаю, что вы не хотите от меня слышать ничего другого, кроме правды!"

В этом отрезке видна явная провокация говорящего, чтобы побудить слушателей к активным радикальным действиям: "А что-то рано или поздно должно произойти. <...> Только вот не любят они народ, людей, которые собрались здесь. <...> Что же вы за люди-то такие? Когда это все прекратится? Я вас спрашиваю, прекратите вы когда-нибудь или нет? Когда успокоитесь? <...> Мы выгоним его, вышвырнем его из Кремля. Мы не хотим, чтоб он командовал нами. Мы не сдадимся, и мы не разойдемся".

В качестве манипуляции людьми, используется в своей речи такие фразы, которые приравнивают чувства и стремления оппозиционера с чувствами и желаниями митингующих: "Ну, значит, я оказался в правильное время в правильном месте и с правильными людьми. С вами. И я вместе с вами ничего не боюсь! Так же, как и вы! <...> Я борюсь за новое будущее для своей семьи, для своих детей. И вы боретесь за это же. Так же, как и вы, я никогда не сдамся и никогда не уйду. <...> И я уверен, что так же, как и я, вы никогда не разойдетесь". Такой прием применяется для того, чтобы убедить митингующих, что они, как и выступающий, никогда не отступят и будут бороться за общие стремление к достижению цели.

Можно сделать вывод, что данная речь является идеальным примером речевого манипулирования, которое проявляется в явном саботировании власти в глазах митингующих, позиционирование народа, как великую и могучую силу, которая победит коррупционную власть. Так же выступающий ассоциирует себя с митингующими и приравнивает свои чувства и стремления с чувствами и желаниями митингующих, что приводит к нас выводу о намеренной манипуляции мнением собравшихся и склонить их к активным действиям против действующей власти.

¹ Методы анализа текста и дискурса : пер. с англ. / С. Тичер, М. Мейер, Р. Водак, Е. Веттер. Харьков : Гуманит. Центр, 2009. С. 8.

² Дискурс-анализ. URL: <http://gtmarket.ru/concepts/7232> (дата обращения: 06.09.2017).

³ Джери Д., Джери Дж. Дискурс-анализ // Большой толковый социологический словарь. М. : АСТ, 1999. С.102.

⁴ Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. М. : Гнозис, 2004. С. 281.

⁵ Ковешникова М.Н. Речевая манипуляция и приемы речевого манипулирования // Царско-сельские чтения. 2014. № XVIII. С. 387-388

⁶ URL: https://republic.ru/russia/rech_navalnogo_na_mitinge_6_go_maya-939146.xhtml (дата обращения: 06.09.2017).

SPEECH MANIPULATION AS AN ELEMENT OF DISCOURSE ANALYSIS

© 2017 **Trescheva Ekaterina Evgenievna**

Student

© 2017 **Lebedeva Lyudmila Gennadievna**

Associate Professor

Samara State University of Economics

E-mail: kateytreshcheva@mail.ru, ludleb@mail.ru

Keywords: discourse, political discourse, discourse analysis, manipulation, speech manipulation.

The article is devoted to revealing the main ways of using speech manipulation in the negotiations of politicians. For the analysis of speech, the discourse-analysis method was chosen. The concepts of "discourse analysis", "manipulation" and "speech manipulation" are defined.

УДК 377.112.4

НЕПРЕРЫВНОЕ МАТЕМАТИЧЕСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ В СГЭУ

© 2017 **Уфимцева Людмила Ивановна**

кандидат физико-математических наук, доцент

© 2017 **Макаров Сергей Иванович**

доктор педагогических наук, профессор

© 2017 **Севастьянова Светлана Александровна**

кандидат педагогических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: ufimceva44@mail.ru

Ключевые слова: использование основных математических понятий.; непрерывное, математическое образование, производная, интеграл.

Рассматриваются вопросы непрерывного математического образования - с довузовской подготовки до изучения математических методов при написании диссертаций. Отмечается взаимосвязь между различными разделами математических дисциплин. Представлено использование математических методов в экономике.

Математика занимает значительное место в науке и общественной и производственной деятельности. В современных условиях, когда к образованию предъявлены высокие требования, изучений математических дисциплин играет значительную роль для развития познавательных способностей человека его логического мышления. Качественное математическое образование необходимо для развития личных качеств каждого обучающегося, а также успешного развития современных технологий, производства и экономики.

Одним из важнейших направлений повышения качества образования является непрерывное образование. Оно способствует формированию у современного человека высоких индивидуальных профессиональных и научных качеств. Качественное математическое образование дает возможность получить высокую профессиональную подготовку и способствует карьерному росту.

Непрерывное образование проходит несколько ступеней. Одной из его частей является среднее и высшее образование.

Рассмотрим некоторые проблемы математического образования в СГЭУ. В первую очередь частью непрерывного образования является довузовская математическая подготовка абитуриентов. Эта подготовка осуществляется при проведении подготовительных курсов. Работа подготовительных курсов направлена на повышении уровня математических знаний слушателей. Занятия проводятся в форме занятий в вузе (лекций, практических занятий, тестирования). В работе курсов заняты высоко-квалифицированные преподаватели университета, которые знакомят слушателей с особенностями преподавания математики в вузе и спецификой данного вуза.

Довузовская подготовка в СГЭУ состоит в проведении научных мероприятий: научных конференций, олимпиад. В течении нескольких лет проходит конференция "Первые шаги в науке" По руководством преподавателей вуза школьники готовят доклады и выступают с ними на конференции. Тематика докладов соответствуют профилю университета. В частности рассматриваются вопросы применения математических методов в экономике. Например, расчет оптимального выпуска продукции, минимальные транспортные расходы.

Составлены варианты математической интернет олимпиады. Победители конференций и олимпиад получают дополнительные баллы при поступлении в СГЭУ.

При чтении лекций по линейной алгебре, математическому анализу и методам оптимальных решения опираемся на школьный курс математики. Так при проведении занятий используются понятие процента, решение систем линейных уравнений, алгебраические преобразования выражений, свойства элементарных функций. В методе оптимальных решений симплекс- метод основан на нахождении опорных решений, который изучается в курсе линейной алгебры., метод Лагранжа - функции нескольких переменных (частные производные, экстремум функции нескольких переменных).

Непрерывное образование состоит в связи с другими предметами. В частности при изучении темы производная и определенный интеграл дается их экономический. Это используется в курсе макро и микро экономики Часть курса методы оптимальных решения- составление математических моделей экономических задач, лекторы рассматривают экономические задачи, соответствующие профилю данной специальности. Так на специальности коммерция и маркетинг - транспортная задача, экономика промышленности - задачи на оптимальное использование ресурсов и исследование оптимального решения при изменении запасов ресурсов и др.

Данная работа позволяет использовать экономико-математических методов в курсовых и дипломных работах.

В последние годы в самарском государственном экономическом университете обучается много студентов из стран ближнего и дальнего зарубежья. Занятия с этими студентами носят индивидуальный характер. На первом курсе повышается уровень подготовки математики по школьным разделам математики. В силу языкового барьера изучение математических дисциплин затруднено и требует особого внимания.

Более глубокое изучение математических методов осуществляется в научных работах студентов. Большинство тем докладов имеет экономическое направление соответствующее профилю избранной специальности. Среди них :моделирование производства продукции в условиях риска, использование теории графов в транспортных задачах, оценка текущей стоимости фирмы в безрисковой и рискованных ситуациях и др.

Проведение данных мероприятий повышает качество математической подготовки студентов, показывает студентам необходимость изучения экономико-математических методов, способствует развитию профессиональных качеств.

1. Макаров С.И., Севастьянова С.А. Формирование профессиональной математической компетенции экономистов с использованием электронных образовательных ресурсов // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2008. № 12. С. 70-78.

2. Formationa_cluster_integration system of educational institutions within the region / N.N. Davydova, E.M. Dorozhkin, N.V. Polyanskova, E.Y. Nuykina // International Journal of Environmental and Science Education. 2016. Т. 11, № 16. С. 9206-9221.

3. Уфимцева Л.И., Макаров С.И., Нуйкина Е.Ю. Развитие творческих способностей при изучении математических дисциплин // Наука и образование в в жизни современного общества : сб. науч. тр. по материалам Междунар. науч.-практ. конф. 2015. С. 142-143.

4. Уфимцева Л.И., Макаров С.И. Проблемы математической подготовки студентов экономического вуза // Наука и образование XXI века : сб. науч. тр. по материалам науч.-практ. конф. 2014. С. 82-83.

5. Севастьянова С.А., Курганова М.В., Макаров С.И., Нуйкина Е.Ю., Уфимцева Л.И. Проблемы обучения иностранных студентов в российских экономических вузах // Перспективы науки. 2014. № 1 (52). С. 152-156.

CONTINUOUS MATHEMATICAL EDUCATION IN SSEU

© 2017 **Ufimtseva Lyudmila Ivanovna**

Candidate of Physical and Mathematical Sciences, Associate Professor

© 2017 **Makarov Sergey Ivanovich**

Doctor of Pedagogical Sciences, Professor

© 2017 **Sevastyanova Svetlana Aleksandrovna**

Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor

Samara State University of Economics

E-mail: ufimceva44@mail.ru

Keywords: use of basic mathematical concepts, continuous, mathematical formation, derivative, integral.

The paper considers the issues of continuous mathematical education, starting with pre-university preparation to studying mathematical methods in writing dissertations. The relationship between different sections of mathematical disciplines and the use of mathematical methods in the economy are given.

СОВРЕМЕННЫЙ ИНФОРМАЦИОННЫЙ ЭКСТРЕМИЗМ

© 2017 Ярушкин Николай Николаевич

доктор психологических наук, профессор

Самарский государственный экономический университет

Самарский государственный социально-педагогический университет

© 2017 Сатонина Неля Николаевна

кандидат психологических наук, доцент

Самарский государственный технический университет

E-mail: nyarushkin@mail.ru, nn_satonina@gambler.ru

Ключевые слова: информационный экстремизм, основные направления и приемы манипулятивного воздействия на сознание людей в Интернете.

Представлены результаты теоретического и эмпирического исследований основных направлений информационного экстремизма, направленного на деформацию сознания российской молодежи средствами современных информационных технологий. Анализируется содержание каждого направления информационного экстремизма, их цели, а также используемые приемы манипулятивного воздействия на молодежную аудиторию для достижения этих целей.

Для современного периода характерны существенные перемены в политической, экономической и социальной сферах человеческого общества, причем некоторые социально-экономические процессы, например массовая миграция, являются негативным следствием ряда дестабилизирующих факторов¹. К этим факторам следует отнести попытки вызвать определенные деформации в сознании людей с помощью современных информационных технологий с целью оказания влияния на их социальное поведение².

Основными причинами такой тенденции являются не только ускоряющиеся темпы изменений в социуме, но и острое политическое противостояние стран Запада и России, которое отражает не прежнюю идеологическую конфронтацию, а разные подходы к модели дальнейшего развития общества. Западная модель явно предполагает доминирование во всем мире западных ценностей, игнорируя ценности и жизненные интересы всех остальных народов, включая Россию. Для продвижения этих ценностей используются различные средства, в том числе скрытые формы поощрения экстремизма, что прослеживается в Ливии, Ираке, Сирии, Украине и т.д.

При этом цель развязанной против России информационной войны, состоит не в уничтожении живой силы, а в изменении взглядов и мировоззрения населения, в разрушении социума³. Причем, сам объект воздействия информационного оружия может и не замечать тех изменений, которые происходят в его сознании.

Одним из важных преимуществ информационного оружия является его относительная дешевизна. По критерию эффективности - стоимость оно значительно выигры-

вает у любого другого вида оружия. Особое место в таком информационном воздействии отводится Интернету, который стал мощным средством психологического "зомбирования" части населения с помощью различных приемов манипулирования сознанием людей. По мнению Е.Л. Доценко, манипуляция - это вид психологического воздействия, искусное исполнение которого ведет к скрытому возбуждению у другого человека намерений, не совпадающих с его актуально существующими желаниями⁴. Опасной особенностью манипуляции является то, что она характеризуется скрытым воздействием на людей с опорой на их автоматизмы и стереотипы. При этом широко используются такие ее формы, как провокация, обман, интрига.

Наиболее часто используется прием искажения информации, которое варьируется от откровенной лжи до частичных деформаций, таких как подтасовка фактов или смещение по семантическому полю понятия, когда, скажем, борьба за права какого-либо меньшинства подается как борьба против интересов большинства. Другой прием - утаивание информации, что в наиболее полном виде проявляется в умолчании, сокрытии определенных тем. Широко используется прием частичного освещения или избирательной подачи материала.

Нередко такое психологическое воздействие осуществляется с целью формирования враждебного отношения к людям иной расы, национальности, веры, культуры, политических взглядов. При этом эксплуатируются различные человеческие влечения. Высокая эффективность такого массового информационного воздействия достигается при условии учета специфических качеств объекта этого воздействия.

Анализ современной ситуации показывает, что интернет-ресурсы в настоящее время становятся решающим фактором в борьбе за умы людей. В первую очередь, такое воздействие направлено на российскую молодежную аудиторию, не имеющую достаточного жизненного опыта и четких жизненных ориентиров. Именно за последние годы в значительной степени усилилось стремление Запада с помощью информационного воздействия оказать влияние на сознание и правосознание российской молодежи с целью их деформации или "перепрограммирования"⁵.

Учитывая многонациональный и многоконфессиональный состав населения России, упор делается на наиболее "живучие" стереотипы и предрассудки: этнические, националистические, религиозные и т. д.

Анализ показывает, что среди различных негативных информационных материалов в интернет-ресурсах чаще всего встречаются проявления национализма и религиозной нетерпимости, что может способствовать формированию негативных чувств и побуждений к деструктивному поведению у некоторой части аудитории. Так, проведенный нами опрос студенческой молодежи показал, что 14% - сталкивались в Интернете с пропагандой религиозной нетерпимости; 20% - с пропагандой этнической и расовой ненависти; 10% - с пропагандой фашизма. При этом причины появления сайтов экстремистского содержания 30% молодежи видит в наличии экстремистски настроенных людей в стране, а 40% - во внешних попытках дестабилизировать ситуацию в российском обществе.

При этом используются разнообразные средства психологического воздействия и манипуляции с целью создания нетерпимого и неприязненного отношения представителей одних этнических групп к другим в виде оскорбительных высказываний, порочащих

фотографий и рисунков, что способствует возбуждению взаимной неприязни и агрессии, тем самым провоцируя условия возникновения межэтнических конфликтов в обществе.

Для привлечения внимания и оказания более значимого воздействия на сознание восприимчивой аудитории используются приемы комбинированного психологического влияния: вербальные и невербальные средства, музыка, пение, шумовые и световые эффекты, остросюжетные кадры и т. д. Такое воздействие имеет адресную направленность, то есть осуществляется с учетом особенностей аудитории и задач этого воздействия. Рассмотрим основные направления манипулятивного влияния, представленные в некоторых материалах Интернета.

Одно из направлений информационного манипулятивного влияния связано с формированием неприязненного отношения к людям неславянской принадлежности. Достижению такой неблагоприятной цели служат не только содержание текстов, но и широкий арсенал используемых изобразительных средств в виде различных порочащих фотографий, рисунков, националистической символики. Тем самым провоцируются шовинистические настроения и межнациональная рознь.

Другим, прямо противоположным направлением является стремление сформировать нетерпимое и неприязненное отношение к русским людям, России в целом, что проявляется в оскорбительных выпадах по отношению к данной национальной общности.

Следующим направлением является попытка породить взаимное недоверие и вражду между представителями различных религиозных конфессий, в первую очередь, между христианами и мусульманами. Например, анализ информации некоторых сайтов указывает на стремление возбудить неприязнь и страх по отношению к мусульманам, а других сайтов - направленность на дискредитацию Русской православной церкви. Результатом таких информационных спекуляций на почве этнических и религиозных проблем могут быть определенные деформации сознания, в первую очередь, у молодежной аудитории и, как следствие, обострение межэтнических и межконфессиональных конфликтов в российском обществе.

Следует также отметить направление информационного манипулятивного влияния, связанное с формированием у коренного населения страха перед увеличивающимся потоком мигрантов и агрессивного отношения к ним.

Обозначенные направления информационно-манипулятивного влияния на массовую аудиторию представляют собой реальную опасность прежде всего для молодежи. Учитывая динамику процесса формирования сознания, именно молодежь оказывается не только более восприимчивой, но и податливой к внешнему информационному воздействию. В связи с этим общей профилактической задачей таких институтов социализации, как семья, система образования и культуры, СМИ должно быть формирование у молодежи понимания целей и задач негативного воздействия на ее сознание с помощью различных информационных технологий, а также умения противостоять такому влиянию.

¹ Шихалева А.А. Международная миграция и современные угрозы экономической безопасности стран Запада и России // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2015. № 6 (128). С. 21-25.

² Балановская А.В. Проблемы и перспективы обеспечения международной информационной безопасности // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2015. № 6 (128). С. 26-30.

³ Расторгуев С.П. Информационная война. М. : Радио и связь, 1998.

⁴ Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. М. : ЧеРо, Изд-во МГУ, 1997.

⁵ Ярушкин Н.Н., Сатонина Н.Н. Регулятивная функция правосознания молодежи // Мир психологии. 2016. № 2 (86). С. 207-215.

MODERN INFORMATIONAL EXTREMISM

© 2017 Yarushkin Nikolay Nikolaevich

Doctor of Psychological Sciences, Professor

Samara State University of Economics

Samara state pedagogical University

© 2017 Satonina Nelia Nykolaevna

Candidate of Psychological Sciences, Associate Professor

Samara State Technical University

E-mail: nyarushkin@mail.ru, nn_satonina@rambler.ru

Keywords :informational extremism, main directions and manipulative techniques of influence on people's minds on the Internet.

In the work presents the results of theoretical and empirical studies of basic directions of information of extremism aimed at deformation of consciousness of the Russian youth by means of modern information technology. Analysing the content of each direction information of extremism, their goals, as well as techniques used manipulative influence on a young audience to achieve these goals.

СОЦИОЛОГИЯ И ПОЛИТОЛОГИЯ

УДК 338.01

ДЕЛОВОЙ ЭТИКЕТ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА В РОССИИ

© 2017 Атанова Юлия Сергеевна

студент

© 2017 Севостьянова Алиса Александровна

студент

© 2017 Кочеткова Наталья Викторовна

кандидат педагогических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: NVKochetkova@bk.ru

Ключевые слова: этика, организационное поведение, национальная бизнес-этика, национальная культура, национальные ценности, этическое поведение.

Проанализированы основные элементы бизнес-этики, которые позволяют утверждать, что в основе этических воззрений лежат принципиальные культурные различия, а следовательно, они не могут носить универсальный характер. Определены элементы, которые указывают на разницу в бизнес-этике России, США и европейских государств. Сделаны выводы о культурных предпосылках, дающих возможность увидеть причину, по которой бизнесмены России и США по-разному реагируют на аналогичную этическую дилемму.

В условиях существования постиндустриального общества, экономическую и общественно-политическую жизнедеятельность государства практически невозможно представить без делового этикета. Экономика и управление принадлежат к базовым характеристикам существования общества. При этом экономика формирует фундаментальные основы жизнедеятельности.

Более значимым элементом российской современной экономики считается бизнес, который базируется на личном интересе и частной собственности владельца компании. Ни для кого не секрет, что цивилизованная организация никак не способна действовать без соблюдения и контроля, конкретных законов, составленных с помощью таких моральных норм, как честность, уважение к партнеру и тактичность.

Большая часть зарубежных фирм не в состоянии свыкнуться с особенностями российского национального бизнеса. Главной причиной ухода с российского рынка считается суровый инвестиционный климат.

Для бизнес-процессов, происходящих в России, типичны следующие участники: государство и корпорации (организации). Важно отметить, что оба участника в качестве приоритета ставят собственные интересы, что, в итоге, отражается на результатах, достигаемых организациями¹.

Российская деловая культура на текущий момент никак не отвечает этим стандартам ведения дел, которые установлены в ведущих государствах. По этой причине одни призывают обучаться, осваивать иностранный опыт, а другие указывают на специфику Российской Федерации, на ее особый цивилизационный склад и трудности национально-го российского характера, таких как:

1. наличие командной системы во многих организациях;
2. значительная зависимость условий и оплаты труда наемных работников от взаимоотношений с руководителями, а не от их квалификации и результатов работы;
3. пренебрежение к людям и игнорирование этики управления;
4. законы, предписания и правила не имеют обязательного характера;
5. избежание риска, которое ведет за собой ограничение инициативы;
6. большинство россиян в ситуации сотрудничества видят в значительной мере конфликт интересов, нежели их совпадение;
7. продвижение и обучение сотрудников в плане повышения квалификации, приобретения новых навыков и знаний в России не особенно распространено.

В настоящий период о широком введении новейших административных моделей и технологий в основной массе небольших и средних компаний пока говорить не доводится, в них, также как и на Западе, весь менеджмент сконцентрирован в руках владельца или первых лиц. Большие российские компании присутствуют в периоде формирования и развития новейших подходов к управлению экономическими системами².

В связи с этим мы решили проанализировать деловой этикет ведения бизнеса США и составить сравнительную характеристику с российским по модели Герта Хофстеде³. Его теория основана на том, что ценность каждой культуры может быть измерена шестью величинами, где оценка меньше 50 является низкой, выше 50 - высокой (см. таблицу).

Измерения по модели Герта Хофстеде

Измерение	Сущность	Значение оценок
1. Дистанцированность власти	Анализирует, как общество воспринимает возможность неравномерного распределения власти	Низкая оценка - меньшая дистанция власти, низкий уровень авторитаризма. Высокая оценка - значительная дистанция власти
2. Индивидуализм/коллективизм	Степень, с которой члены общества склонны образовывать группы	Низкая оценка - склонность к коллективизму. Высокая оценка - склонность к индивидуализму
3. Избегание неопределенности	Степень терпимости общества к неопределенности, непредвиденным событиям, неожиданным переменам	Низкая оценка - благосклонность к неопределенности. Высокая оценка - обеспокоенность неопределенностью

Измерение	Сущность	Значение оценок
4. Маскулинность / феминность	Анализирует, какие черты характера более ценны в обществе - характерные "мужскому" или же "женскому" типу	Низкая оценка - "женские" черты характера. Высокая оценка - "мужские" черты характера
5. Ориентация на будущее	Исследует, на долгосрочный или краткосрочный период ориентирована культура	Низкая оценка - краткосрочный период. Ценность традиций, отношение ко времени как к замкнутому кругу. Высокая оценка - прагматичное общество, важно достижение целей и результатов
6. Потворство желаниям/сдержанность	Характеризует способность культуры потворствовать сиюминутным желаниям членов общества	Низкая оценка - сдержанность. Циничность, пессимизм. Высокая оценка - потворство. Общество подталкивает индивидуумов к реализации желаний

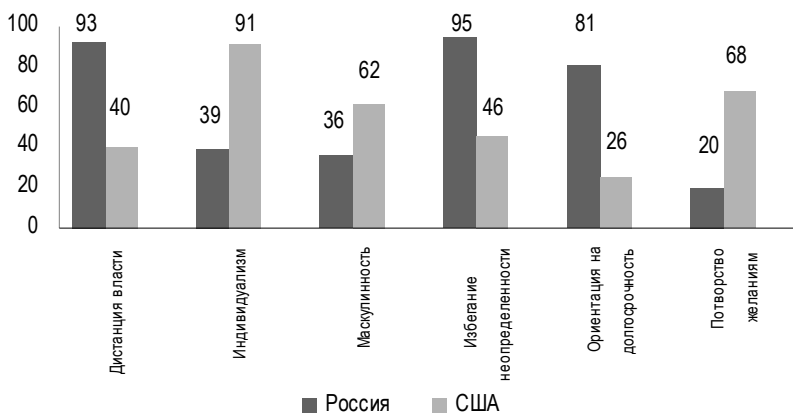


Рис. Модель Герта Хофстеде для РФ и США

Имея оценку 93 согласно основному измерению, Российская Федерация считается государством, где представители правительства (в случае с организацией - высшее управление) ограждают себя от иных членов сообщества. Это подкрепляется тем фактом, что наиболее крупная страна мира весьма централизована: две трети абсолютно всех зарубежных инвестиций ориентированы в город Москва, где сконцентрировано 80% экономического потенциала государства. Колоссальное расхождение между менее и более властными членами учреждений ведет к тому, что в государстве является значимым выставлять напоказ собственное состояние в обществе. Поведение должно отображать положение человека в абсолютно всех сферах бизнес-взаимодействий. США же, напротив, обладают сравнительно невысокой оценкой. Возможно допустить, что в государстве функционирует обратная ситуация. Таким образом, в Америке менеджеры

предрасположены, советоваться с подчиненными при принятии решений, а непрерывный надзор и контроль расценивается сотрудниками отрицательно. В различии с Российской Федерацией, тут в наименьшей степени опасаются высказывать несогласие с руководством, а определения "власть" и "богатство" имеют, по мнению людей, положительный окрас. Помимо этого, в США считается, чем образованнее человек, тем меньше он предрасположен к авторитарным ценностям⁴.

Следовательно, по всем шести критериям Россия и США имеют диаметрально противоположные оценки. Это не означает безусловную точность суждений Хофстеде, и при этом данная модель однозначно пригодна для сопоставления отличительных черт деловых культур различных государств. К сожалению, российские фирмы, выходящие на рынки США, зачастую никак не обращают на это свое внимание, а в дальнейшем не находят ответ на вопрос о том, почему их предпринимательство, переговоры или сделки потерпели провал. Кросс-культурный менеджмент - дисциплина относительно юная, берущая основание в 80-х годах минувшего столетия, а в Российской Федерации она и вовсе находится в стадии зарождения. Несмотря на это, модель Герта Хофстеде является полезным инструментом при подготовке к выходу на внешний рынок с целью эффективной коммуникации с резидентами иных бизнес-культур.

Деловой этикет в менеджменте, в конечном результате, зависит от осмысления человеческой природы. Он невозможен в отсутствии честности, справедливости и учета интересов иных людей. Деловой этикет менеджера - это понимание человеческих слабостей, характерных каждому. Благодаря менеджменту усилия членов компании координируются и направляются на достижение организационных целей.

¹ Lennic D., Keil F. Moral intelligence. New Jersey : Pearson Education Inc., 2005.

² Гауф Е.В. Становление российской модели управления экономической организацией // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2009.

³ World Speaking. Герт Хофстеде и его теория измерений культур. URL: <http://news.telalangue.com/ru/2011/10/hofstede-cultural-theory> (дата обращения: 01.03.2017).

⁴ Оксенойд К.Э. Типология организационных культур Герта Хофстеде- URL: <http://www.cfin.ru/management/people/culture/Hofstede.shtml>.

BUSINESS ETIQUETTE DOING BUSINESS IN RUSSIA

© 2017 Atanova Yuliya Sergeevna

Student

© 2017 Sevostyanova Alisa Aleksandrovna

Student

© 2017 Kochetkova Natalia Viktorovna

Ph.D., Associate Professor

Samara State University of Economics

E-mail: NVKochetkova@bk.ru

Keywords: ethics, organizational behavior, national business ethics, Russia, national culture, national values, ethical behavior.

In this article, we analysed the main elements of business ethics, which allow us to assert that the basis of ethical principles are fundamental cultural differences and, therefore, they cannot be universal. The article also identifies the elements that indicate a difference in the business ethics of Russia, USA and European countries. On the work done conclusions about the cultural assumptions that give the opportunity to see the reason why the businessmen of Russia and the United States react differently to similar ethical dilemma.

УДК 316

ПРИМЕНЕНИЕ СОЦИОЛОГИИ В ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГЕ

© 2017 Байганова Юлия Валерьевна

студент

© 2017 Коротаева Татьяна Васильевна

кандидат исторических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: baiganovajulie@gmail.com

Ключевые слова: интернет-маркетинг, клиентоориентированность, лестница узнавания, целевая аудитория, продвижение сайта, контент-маркетинг.

Статья посвящена продвижению сайтов и влиянию на него социологии. Рассматриваются клиентоориентированность интернет-магазинов, лестница узнавания Бена Ханта, портрет целевой аудитории, а также способы сбора статистических данных по посещаемости.

Для начала хотелось бы определиться с тем, какую роль в современной жизни занимает интернет-маркетинг. Можно определить два взгляда на этот вопрос: сторона потребителя (пользователя сети Интернет) и сторона компании (продает некоторый товар и(или) оказывает услуги). Интернет-маркетинг - это многогранный предмет, задача которого заключается в привлечении новых клиентов, а также удержании собственной аудитории. Продукт продажи может быть нацелен как на сегмент "business-to-consumer", так и на "business-to-business".

Выбор потребителя в этом случае можно легко объяснить, ведь интернет-магазины обладают множеством преимуществ:

- 1) товар в них часто дешевле, чем в обычных магазинах (это обусловлено следующими факторами: владелец не тратит средства на аренду или на покупку торгового помещения, а также меньше затраты на зарплатный фонд сотрудников);
- 2) постоянная доступность (клиент может в любое время посетить сайт, ведь он доступен 24 часа в сутки и 7 дней в неделю);
- 3) большой охват территории (потребитель может купить какую-либо вещь не только в своем городе, так как многие интернет-магазины предоставляют доставку).

Сайт выступает в качестве полноценного и эффективного инструмента продаж. Выход компании в Интернет дает возможность уменьшить производственные и рекламные издержки. При этом компания должна быть готова к резкому сжатию или расширению бизнес-процессов, которые могут потребоваться вследствие изменчивого характера Интернета. Действительно, на приток покупателей оказывают заметное воздействие внешние факторы: поисковые системы, рекламные площадки, хостинговые компании и другие¹.

Существуют разные способы создания собственного сайта: владелец может самостоятельно сделать сайт или обратиться в Web-студию, а также разместить интернет-магазин на торговой площадке (например, сервисы tiu.ru, Avito Магазин). Конечно, более эффективны сайты, над которыми работают специалисты. В чем же секрет интернет-маркетинга?

Ключевым объектом внимания розничной электронной коммерции является потребитель². Влияние клиентоориентированности в мире виртуальных продаж оказывается одним из важнейших. И проблема здесь даже не только в конкуренции или в стоимости. Необходимо понять то, что правильно выстроить весь комплекс отношений с потребителем в интернет-магазине все-таки гораздо тяжелее, чем в реальной жизни! Побудить людей посетить сайт - это хорошо, но нужны не просто посетители-зрители; необходимо, чтобы люди из потенциальных клиентов переходили в реальных покупателей³.

Клиентоориентированный сайт, как минимум, должен обладать понятной на интуитивном уровне и легкой структурой, а также простым для запоминания адресом. Сюда же надо отнести и предоставление возможности покупателю оплатить продукт несколькими способами (то есть не только с помощью наличных денег курьеру, но и оплата банковскими картами или электронными деньгами).

Социальный маркетинг наглядно показывает все свои возможности для усиления увеличения эффективности продаж при правильном подходе к работе сайта. Эффективность зависит еще и от того, на какой ступени лестницы узнавания располагается конкретный клиент или сегмент и насколько точно на эту ступень настроены коммуникации сайта.

Термин "Лестница узнавания" ввел маркетинголог Бен Хант. Он предложил ранжировать потенциальных клиентов по уровню их осведомленности о компании или продукте, о наличии на рынке интересующих его предложений и даже о том, что существует сама проблема, с которой работают специалисты в сфере интернет-маркетинга.

Лестница узнавания состоит из пяти этапов, располагаясь на каждой из которых перед потребителем встает определенный вопрос. Задача маркетинголога состоит в ответе на него. Итак, поэтапная лестница Бена Ханта имеет следующий вид:

1. Безразличие - отсутствие или незнание о существовании данной проблемы.
2. Осведомленность - поиск путей решения проблемы.
3. Сравнение - мониторинг и изучение всех существующих методов ее решения.
4. Выбор - определение лучшего (наиболее подходящего потенциальному клиенту) среди всех найденных вариантов.

5. Покупка - совершение сделки, выбор поставщика продукта, который сможет решить данную проблему.

Прежде чем запускать рекламу или предлагать людям какой бы то ни было иной контент, надо четко понять, какова степень осведомленности аудитории. Рассмотрим первую стадию: проблемы у клиента нет, или он о ней не знает. Часто бывает так, что целевая аудитория не обладает информацией о существовании какой-либо проблемы или задачи, а также всей ее серьезности. В таком случае потенциального клиента интернет-магазина нет потребности в решении, поэтому сложно ему что-либо продать⁴. На этом этапе крайне тяжело работать с клиентом, так как он не знает о наличии той или иной проблемы. Следовательно, сначала компания должна показать, что у потребителя есть данная проблем. К примеру, клиника занимается лечением варикозного расширения вен при помощи ультразвука. Клиент сначала узнает, что это не просто особенность организма, а заболевание. Так человек узнает о наличии данной проблемы. Следующий этап: у потребителя есть проблема, но он не знает, как решить ее. Потребитель осознает, что варикоз - это проблема.

На данном этапе потенциальный клиент должен получить полную информацию о способах лечения. Очень важно, чтобы человек на этом уровне получил достаточно данных. Здесь мы получаем спонтанные продажи, то есть потребитель уже знает о проблеме, находит решение (в нашем случае это лечение ультразвуком) - в качестве результата мы видим, что он становится пациентом данной клиники. Если этого не произошло, то он переходит на третью ступень: есть решения, потребитель сравнивает варианты. Аудитория знает о данной проблеме и о способах ее решения. С человеком в данном сегмента надо работать по-другому: ему важна информация не о конкретном продукте, а о многообразии вариантов путей выхода из данной проблемы (то есть лечения варикоза). Когда потенциальный клиент накопил критическую информацию, он перемещается на следующую ступень. Четвертый этап: выбор продукта. Здесь клиент подозревает, что лучший (подходящий ему) вариант. Теперь ему необходимо полностью убедиться в этом и выбрать поставщика товара или услуги. Как раз в этот момент сайт продвигает свой продукт. Лучше всего действуют на потенциального клиента сравнительные анализы, следует публиковать результаты исследований и экспериментов, делиться опытом успешного решения проблем. Необходимо сообщить аудитории, как именно решение, предложенное сайтом, помогло и продолжает помогать клиентам. Следует публиковать подробное описание продукта, рассказ о процессе оказания услуги, качественные фото и видеоматериалы. Наиболее актуальны социальные доказательства. Пятая ступень: уверенность и намерение. На данном этапе решения проблемы потребитель находится в поисках поставщика - субъекта, который сможет продать то, что ему нужно, причем на выгодных условиях. Следовательно, сайт должен иметь точное описание продукта, продемонстрировав все свои достоинства. Главная задача на этапе уверенности - совершенствование коммерческого предложения. Только здесь компания имеет возможность сообщить клиенту о предоставляемых скидках и акциях, что мотивирует

отдать предпочтение нового клиента выбрать именно эту компанию, а не какую-либо другую.

Анализ степени осведомленности аудитории широко используется в мировой практике. Большой популярностью данный метод пользуется в следующих направлениях: создание landing-pages ("продающие страницы"), продвижение интернет-магазинов, развитие бизнеса в социальных сетях (SMM), рост трафика веб-порталов, совершенствование коммерческих предложений⁵.

Невозможно представить данную модель построения контент-маркетинга без знаний в области социологии, ведь она оказывает значительное влияние на развитие интернет-продаж. Если сайт следует таким данным, то он принесет гораздо больше прибыли своему владельцу. Но важно не только следовать данной системе, но и выявить своего потребителя. Как правило, для этого используют различные способы сбора статистических данных.

Как создать портрет потенциального клиента определенного интернет-магазина? Есть что-то общее с анализом покупателей обычной торговой точки, только владелец сайт отслеживает не реально посещаемость магазина, а с помощью определенных сервисов. Так компания сможет определить свою целевую аудиторию. Для начала определимся, что это означает.

Целевая аудитория (целевая группа) - это сегмент людей, которые с большей вероятностью заинтересованы предложением определенного товара. Для интернет-маркетинга их ценность состоит в том, что они с большей вероятностью захотят приобрести этот продукт. Следовательно, на формирование рекламного объявления влияют вкусовые предпочтения или особенности конкретной группы, на фоне этого возрастает эффективность рекламной кампании. Что же даст информация о целевой аудитории? Во-первых, реклама, которая на нее нацелена, покажет хорошие результаты в продажах. Во-вторых, необходим определенный ассортимент для каждой целевой аудитории. Безусловно, важную роль играют общение с клиентами и проведение акций, распродаж, которые приведут новых покупателей.

Чтобы правильно определить целевую аудиторию интернет-магазина, необходимо рассмотреть статистику по данным пунктам: 1) основные характеристики (пол, возраст и местоположение), 2) интересы (можно узнать с помощью статистики поисковых запросов, а также целевых сообществах), 3) платежеспособность клиентов (относится к дорогим товарам и услугам: туры в экзотические страны, например), 4) задачи (то есть какие проблемы с помощью данного продукта сможет решить покупатель). Для сбора данных и дальнейшего разбиения целевой аудитории используются такие способы анализа, которые напрямую связаны с социологией: 1) анкета, которая ведет на сайт (дает информацию о целевых переходах, возрасте, интересах), 2) внутренние и внешние (на сторонних сайтах) опросы возможной аудитории, 3) опросы и другие исследования, проводимые маркетинговыми агентствами⁶. Так с помощью типичных для социологии методов анализа мы получили данные о посетителях.

Существуют и другие методы отслеживания статистики сайта - это специальные сервисы, основные из которых я собираюсь рассмотреть далее. Одним из самых популяр-

лярный является GoogleAnalytics (это сервис аналитики от Google). Данный инструмент обладает большим количеством возможностей и настроек: отчеты в реальном времени, отслеживание посещаемости по конкретному источнику или запросу, отображение поведения посетителей, возможность просматривать переходы с одной страницы на другую, отслеживание наиболее популярных поисковых фраз на сайте, влияние социальных сетей на конверсию сайта, статистика по социальным кнопкам. Следующий инструмент аналитики - Яндекс Метрика. Данный сервис хорошо отображает посещаемость сайта, а также отслеживает действия посетителей и дает возможность создать карты путей по страницам (Вебвизор), что помогает улучшать структуру сайта.

Конечно, это далеко не все методы продвижения, но одни из самых основных, которые показывают, что социология оказывает непосредственное влияние на интернет-маркетинг. Знания в этой области формируют творческий взгляд на создание и продвижение интернет-магазина, который повышает эффективность работы сайта.

¹ Кожушко О.А., Чуркин И., Агеев А. Интернет-маркетинг и digital-стратегии. Принципы эффективного использования. 2015. 45 с.

² Агафонова А.Н. Тенденции развития сегмента "business-to-consumer" электронной коммерции в России // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2014. № 9 (119). С. 102-106.

³ Бен Хант. Конверсия сайта. Превращаем посетителей в покупателей. 2012.

⁴ Губина М. Стадии узнавания и контент-маркетинг. 2015. URL: <http://www.azconsult.ru/stadii-uznavaniya-i-kontent-marketing>.

⁵ Что такое лестница узнавания Бена Ханта, или Главный секрет высокой конверсии. 2017. URL: <https://www.insales.ru/blogs/university/lestnica-hanta>.

⁶ Как определить целевую аудиторию интернет-магазина. 2017. URL: <https://www.insales.ru/blogs/university/celevaj-auditorija>.

APPLICATION OF SOCIOLOGY IN INTERNET MARKETING

© 2017 BayganovaYuliya Valeryevna

Student

© 2017 Korotaeva Tatyana Vasilyevna

Candidate of historical sciences, Associate professor

Samara State University of Economics

E-mail: baiganovajulie@gmail.com

Keywords: Internet marketing, client-oriented, recognition ladder, target audience, website promotion, content marketing.

The article is devoted to the promotion of sites and the influence of sociology on it. The following issues are considered: customer orientation of online stores, Ben Hunt's ladders, a portrait of the target audience, as well as ways to collect statistics on attendance.

СНИЖЕНИЕ БРАЧНОСТИ КАК ОДНА ИЗ ДЕМОГРАФИЧЕСКИХ ПРОБЛЕМ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

© 2017 Большакова Регина Юрьевна*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: bolshakova-regina@mail.ru

Ключевые слова: семья, брак, рождаемость, глобальные проблемы современности, демографическая ситуация.

Статья посвящена основным причинам уменьшения количества браков, что впоследствии сказывается на демографической ситуации, являющейся одной из основных глобальных проблем всего населения на нашей планете.

Глобальные проблемы современности затрагивают жизненные интересы всего населения Земли в целом и требуют совместных усилий, предпринятых всеми государствами для решения этих проблем. Одной из основных глобальных проблем нашей планеты является демографическая.

Демографические проблемы связаны: с ростом населения, опережающим темпы развития экономики стран, вследствие чего возникают проблемы продовольствия, медицинского обслуживания, образования и т.д.; а также с убылью населения (одной из причин является уменьшение брачности)¹. На сегодняшний день демографическая ситуация оценивается как демографический кризис (естественная убыль населения, то есть превышение смертности над рождаемостью). Серьезные демографические проблемы, а именно, в первую очередь, проблемы воспроизводства населения, требуют особого внимания со стороны общества к новым тенденциям развития института брака и семьи на современном этапе.

Семья всегда занимала одно из самых важных мест среди жизненных ценностей человека, однако с развитием семьи и изменением функций семьи наблюдается постепенное изменение ценностного отношения людей. Одной из социокультурных проблем является "кризис социальных ценностей и ориентаций, падение нравов и моральных принципов на фоне отсутствия должного правопорядка и повсеместного нарушения законности. В массовом сознании идет процесс размывания нравственных норм, характерных для русской культуры"². В большинстве развитых стран мира, в том числе и в России, происходит изменение отношения молодежи к институту традиционного брака, увеличение времени добрачного проживания, число незарегистрированных браков и рождений вне брака, но на них не распространяются меры государственной семейно-демографической политики, так как отсутствует брачное свидетельство. Массовый про-

* Научный руководитель - **Чеджемов Герман Асланбекович**, старший преподаватель.

цесс расторжения брачных отношений оказывает влияние непосредственно на демографию: на процессы воспроизводства населения, изменение его брачно-семейной структуры. Расторжение брака нередко сопровождается невосполнимыми потерями для общества. В XIX веке демографы пришли к выводу, что рост потребности в личном комфорте сокращает брачность, а следовательно, и рождаемость³.

При оценке перспектив рождаемости, особенностей репродуктивного поведения молодежи, крайне необходимо учитывать их тесную связь с изменениями, которые происходят в области семейно-брачных отношений⁴.

Объективные факторы разводимости:

- возраст при вступлении в брак;
- соотношение возрастов супругов;
- сравнительная частота разводов в первых и повторных браках.

Также можно выделить и "социально-психологические факторы, такие, например, как мобильность психики, выражающиеся в отношении к сложившимся условиям"⁵.

Общий рост уровня разводимости зависит и от гетерогенных браков, в которых супруги различаются по социально-культурным характеристикам. Они расторгаются чаще, чем однородные браки. Вероятность расторжения брака снижается с возрастом, предшествующем браку знакомства. Частота разводов зависит также от продолжительности расторгаемого брака. В связи с более поздним вступлением в брак продолжительность существующих повторных браков в среднем меньше, чем первых.

С точки зрения демографического развития семьи наибольшее внимание уделяется влиянию разводов на уровень рождаемости. Нестабильность брака, а именно, разводы, отрицательно сказываются на рождаемости. Развод сокращает продолжительность супружеской жизни, а напряженность в семье, предшествующая разводу, и перспектива ее распада, побуждает супругов ограничивать деторождение.

Демографическое развитие семьи в значительной степени зависит от стабильности супружеской пары, которая является основой семьи. Сохранится ли семья до того момента, когда она даст начало новой семье, определяется тем, сохранится ли брак⁶.

Последствия демографических изменений напрямую влияют на человечество: образуют трудноразрешимые проблемы, ставят под угрозу экономический рост, безопасность и благосостояние населения. Наиболее значимые последствия:

- быстрый рост населения в некоторых развивающихся странах;
- уменьшение населения в развитых странах, изменение доли подростков и молодежи;
- увеличение продолжительности жизни и старение населения во всем мире;
- урбанизация и международная миграция⁷.

Именно поэтому необходимо предпринимать срочные меры.

Стратегии решения демографической проблемы⁸:

- 1) формирование семейных ценностей детей и молодежи;
- 2) проведение широких междисциплинарных исследований по репродуктивным и педагогическим установкам родителей;
- 3) разработка программы по усилению ответственности родителей за воспитание своих детей;

4) модернизация системы подготовки кадров, которые работают вместе с семьей в разных сферах и периодах ее функционирования и развития;

5) разработка общегосударственной программы психолого-педагогической, правовой, медицинской помощи семье;

6) введение в государственный стандарт профессионального образования всех уровней курсы "Психология семьи и семейное воспитание" и "Семейное право";

7) введение специального курса по семейному воспитанию;

8) введение специальности "семейный консультант".

В последние годы проводится разумная демографическая политика, дающая позитивные результаты. Это позволило изменить ситуацию в целом и добиться уменьшения количества разводов, аборт, увеличения числа родов, что дает надежду на стабилизацию и поступательное улучшение демографических показателей⁹.

¹ Докудовская Л.С. Обострение демографической проблемы в России в последнее двадцатилетие // Вестник Воронежского государственного технического университета. 2011.

² Бондарев С.И., Чеджемов Г.А. Социальные проблемы города // Известия института систем управления Самарского государственного экономического университета. 2011. № 2 (3). С. 11-16.

³ Климова С.В. Духовные и экономические факторы брачности и рождаемости // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2014. С. 165-169.

⁴ Гокова О.В. Социально-экономическое исследование отношения молодежи к институту брака (на примере Омской области) // Вестник Омского университета. Серия "Экономика". 2015. № 2. С. 137-144.

⁵ Чеджемов Г.А. Основные факторы социальной стратификации современного российского общества в условиях его трансформации // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2006. № 7(25). С. 141-143.

⁶ Волгин Н.А. Демография : учебник. М. : Изд-во РАГС, 2003.

⁷ Блум Д.И. Демографические потрясения // Финансы и развитие. 2016. Вып. 53, № 1. С. 6-11.

⁸ Хоменко И.А. Основные стратегии решения демографической проблемы России // Universum: Вестник Герценовского университета. 2010. С. 65-69.

⁹ Орлова В.С., Калашникова И.В., Кузубова Р.В. Современные тенденции демографических процессов: брачности, разводимости и рождаемости на территории Белгородской области // Научные ведомости. Серия "Медицина. Фармация". 2010. № 4 (75).

THE DECREASE OF MARRIAGE AS ONE OF MODERN RUSSIA'S DEMOGRAPHIC PROBLEMS

© 2017 Bolshakova Regina Yuryevna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: bolshakova-regina@mail.ru

Keywords: family, marriage, birth rate, global problems of our time, demographic situation.

The article is devoted to the main reasons of reducing the number of marriages, which subsequently affects the demographic situation, which is one of the main global problems of the entire population of our planet.

ФЕМИНИЗМ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

© 2017 Боякова Виктория Геннадьевна*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: viktoriaboaya@yandex.ru

Ключевые слова: феминизм, женское движение, права женщин, гендерное неравенство.

Рассматривается проблема феминизма, возникающая по причине неравенства женщин и мужчин. Данная тема с каждым годом все больше волнует общество.

В последнее время частой темой для обсуждения является феминизм, который стал неотъемлемой частью современного общества. Сейчас невозможно представить себе мир, в котором у женщин нет права на получение высшего образования, нет права голоса, мир, где женщины не могут занимать руководящие должности, а также им запрещено носить брюки, короткие юбки и краситься. А ведь не так давно все было именно так.

Феминизм рассматривается в качестве социально-политической теории, которая лежит в основе движения женщин за равноправие, а также рассматривает пути преодоления гендерного неравенства¹. Также под феминизмом мы понимаем женское движение, целью которого является устранение дискриминации женщин и уравнивание их в правах с мужчинами². Актуальность данной темы заключается в том, что с каждым годом данная проблема затрагивает интересы все большего числа людей.

В Швейцарии только в 80-е годы XX века женщинам разрешалось голосовать на выборах. Таким образом, феминизм еще не до конца утратил свою актуальность. В некоторых местах до сих пор к женщинам относятся как к разновидности домашней скотины. Но ведь и раньше женщинам приходилось нелегко. В современном обществе женщины добились многого, они пытаются доказать, что мир крутится не только вокруг мужчин.

Понятие феминизма не всегда правильно трактуется. Многие считают, что феминизм заключается в том, что женщины хотят править миром. На самом деле это не так: феминизмом является не борьба за превосходство женщин над мужчинами, а борьба всего лишь против их поражения в юридических и фактических правах³. Также считается, что феминистки - мужененавистницы. Это приписывается благодаря "стараниям" одного из его многочисленных направлений - радикального феминизма, представляющего собой фашизм. Еще одно заблуждение заключается том, что скоро феминизм сметет другие ценности.

* Научный руководитель - **Чеджемов Герман Асланбекович**, старший преподаватель.

В XX веке изменилась роль женщины во всех сферах жизни, и она стала занимать значимое место в экономике, политике и культуре. Но эта значимость еще не говорит о равноправии⁴. После длительной борьбы женщин за равноправие произошли определенные изменения общественного сознания во взглядах на роль женщины. Однако фактическое равноправие так и не было достигнуто.

Несмотря на то, что многие законодательные акты исходят из принципа равноправия, на самом деле женщины не обладают им в общественной жизни и деятельности. Все больше возрастает общественное самосознание женщин, не удовлетворенных навязанным им стереотипом социальных ролей, где на первом месте стоят семья и материнство. В ответ на это и создаются женские движения.

Многие страны имеют идеи карьерного равноправия: каждый человек сам решает, как и где он будет работать. На практике же мы видим различие в оплате труда мужчин и женщин, а также разницу в неравенстве прикладываемых усилиях для достижения одной и той же цели. Мужчины имеют больше возможностей. Так, они имеют приоритет при получении высокооплачиваемых и руководящих должностей⁵.

Законодательством РФ запрещено указание желаемого пола кандидата в вакансиях, однако работодатели все же предпочитают рассматривать на должность в первую очередь мужчин. При этом некоторые страны до сих пор имеют списки запрещенных для женщин профессий и, как отмечает Всемирный банк, для российских женщин запрещены 456 видов работ, что является наибольшим количеством карьерных ограничений в мире. Данный запрет связывают исключительно с предполагаемым вредом для репродуктивного здоровья. Женщинам часто приходится совмещать работу с заботой о детях. Разделение мужчин и женщин в карьере лишь закрепляет неравное распределение власти в обществе. Феминизм показывает, как это неравенство мешает работе в тех или иных сферах.

В наши дни общество все еще не имеет однозначного отношения к феминизму. Считают, что феминизм уже ни к чему и что в мире уже действует равноправие. Но во многих странах до сих пор существует зависимость качества жизни от пола.

¹ Тракнова Е.Ю., Чеджемов Г.А. Стереотипы гендерных ролей в контексте проблемы неравенства полов // Известия института систем управления Самарского государственного экономического университета. 2017. № 1 (15). С. 109-112.

² Полякова П.А., Шуб М.Л. Образ современной феминистки: опыт социологического исследования // Молодежный научный форум: Гуманитарные науки. 2014. № 11 (17). URL: [https://nauchforum.ru/archive/MNF_humanities/11\(17\).pdf](https://nauchforum.ru/archive/MNF_humanities/11(17).pdf).

³ Крыкова И.В. Феминизм: происхождение понятия и его трактования в современной науке // Аналитика культурологи. 2008. № 2 (11). URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/feminizm-proishozhdenieponyatiya-i-ego-traktovaniya-v-sovremennoynauk>.

⁴ Латина С.В. Феминизм и гендерные исследования. Запад и Россия // Молодой ученый. 2012. № 11. С. 527-531.

⁵ Чеджемов Г.А. Основные факторы социальной стратификации российского общества в условиях его трансформации // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2006. № 7 (25). С. 141-143.

FEMINISM IN MODERN SOCIETY

© 2017 Boyakova Victoria Gennadyevna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: viktoriaboaya@yandex.ru

Keywords: feminism, women's movement, women's rights, gender inequality.

The article deals with the problem of feminism, arising from the inequality of women and men. The given theme every year more and more gathers speed and excites a society.

УДК 316

СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ СТАНОВЛЕНИЯ НАЦИСТСКОГО РЕЖИМА В ГЕРМАНИИ 1930-х гг.

© 2017 Вершков Вячеслав Германович*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: slava_v@citydom.ru

Ключевые слова: нацизм, НСДАП, социальные эффекты, Германия 1930-х гг.

Анализируются факторы, приведшие к становлению нацистского режима в Германии в 1930-х гг., на их основе выделены три важных социальных эффекта.

События 84-летней давности ознаменовались приходом к власти в Германии партии НСДАП, "коричневой чумы", которая с невероятной по историческим меркам скоростью распространилась по всей Европе и стала причиной самой страшной трагедии XX века. Слово "нацисты" стало нарицательным и приобрело больший, чем только идеологический, смысл. Реализация националистических идей в той форме и в том объеме, в котором она произошла, в самом центре европейской цивилизации - Германии - важнейший урок истории, изучению которого посвящены многие научные труды. Однако сказать, что урок усвоен современным обществом, к сожалению, нельзя, поэтому тема этой статьи остается актуальной.

Цель данного исследования - выявить основные социальные эффекты, позволившие нацистам получить и удержать власть в Германии в 1930-х годах. Фундаментальное исследование М. Селигмана, Дж. Дэвисона и Дж. Макдональда "В тени свастики..." начинается с красноречивых слов:

* Научный руководитель - **Чеджемов Герман Асланбекович**, старший преподаватель.

"Не было ничего неизбежного в том, что НСДАП стала в Германии правящей партией; напротив, в 1920-х г.г. нацисты потерпели на выборах целую серию неудач..."¹. Более того, как известно, лучший результат НСДАП показала на июльских выборах 1932 г., давших нацистам 37,3% голосов и 230 мест в парламенте, однако этого было абсолютно недостаточно для получения парламентского большинства. А уже через 3 месяца партия лишилась 2 млн голосов и, соответственно, 34 мест в парламенте².

В качестве причины прихода нацистов к власти часто называется волна народной поддержки, связанной с непосильными послевоенными репарациями, массовой безработицей и гиперинфляцией, которые подтолкнули немецкий народ к поиску простых радикальных решений. Однако приведенных выше фактов достаточно, чтобы утверждать: народная поддержка не была ни единственным, ни определяющим фактором в политическом успехе НСДАП.

Становление гитлеровского режима на деле явилось комбинацией множества факторов, взаимное влияние которых можно описать, выделив несколько крупных социальных эффектов. Они в разной степени воздействовали на все общество, а не на отдельную его часть. Условно германское общество 1920-30-х г.г. можно разделить на 4 класса (по влиянию на исход политических событий): народ, армия, политическая элита и бизнес-элита.

Итак, о каких социальных эффектах идет речь?

Политическая слепота (парадокс выборочности). Психология утверждает, что мозг человека обладает свойством воспринимать в потоке информации благоприятные факты и игнорировать неблагоприятные, однако вряд ли этот эффект когда-либо проявлялся на социальном уровне так ярко, как в Германии 1930-х г.г. Гитлер в своих выступлениях не скрывал намерений начать расовый геноцид, завоевать "жизненное пространство" и других человеконенавистнических идей, однако представители каждого из перечисленных выше классов услышали только то, что хотели услышать. Представители "армейской касты", которые по большей части были также представителями мелкого дворянства, увидели возможность "пресечь социальное падение" и занять главенствующее положение в новой милитаристской системе³. Представители политических элит обнаружили в НСДАП возможность сформировать правящую коалицию в парламенте, предполагая, что НСДАП, находившаяся в позиции меньшинства, можно будет контролировать. Многие обыватели действительно услышали простые решения катастрофических проблем, с которыми им приходилось иметь дело каждый день и обрели надежду на светлое и сытое будущее, которое казалось обреченным (ярким доказательством действия данного эффекта является тот факт, что 53% из 6,4 млн избирателей НСДАП в 1930 году составили женщины, которых нацистская идеология открыто поражала в правах⁴). Крупный бизнес, как известно, сам по себе является важным участником социальных процессов⁵, а в условиях глубокого социального конфликта между трудом и капиталом в Веймарской республике многие представители промышленности, финансов и крупные земельные собственники оказали открытую помощь Гитлеру и его партии, видя в этом возможность победить в противостоянии с рабочим классом⁶.

"Эффект добрых намерений". Вряд ли хоть один сторонник нацистов в 1933 г. заявил бы, что поддерживает создание концлагерей, массовые казни или развязывание мировой войны. Однако тот же человек (независимо от принадлежности к тому или ино-

му классу) с убежденностью начал бы рассказывать о возрождении величия германской нации, восстановлении справедливости или заботе о молодых немцах, которых лишили будущего. Известно, что в 1932 г. крупные промышленники написали коллективное письмо Гинденбургу, в котором содержались следующие строки: "... Мы видим в национальном движении, охватывающим наш народ, многообещающее начало, которое только и создаст, благодаря преодолению противоречий, необходимую базу для нового подъема немецкой экономики. Мы знаем, что этот подъем потребует много жертв. Мы верим, что эти жертвы могут быть с готовностью принесены только в случае, если крупнейшая группа этого национального движения будет участвовать в правительстве как руководящая сила..."⁷ Не говоря уже о том, что многие нацисты на Нюрнбергском процессе не только не признавали свою вину, но и вели себя надменно и убеждали себя и других в том, что они несут наказание не как преступники, а как проигравшие войну (в частности, точно так вел себя Геринг).

"Эффект автомобиля". При возникновении острой опасности (например, неожиданно "высочившего" автомобиля) человек зачастую впадает в шоковое состояние и цепенеет, вместо того, чтобы отреагировать на опасность. Для большинства немцев в 1933 г. в роли "автомобиля" выступили нацисты. Власть Гитлера была еще хрупка, и теоретически НСДАП могла быть сметена волной народного гнева даже после того, как Гитлер стал канцлером. Однако события развивались столь стремительно, что большинство попыталось просто отстраниться от происходящего, как от стихийного бедствия, в надежде на то, что последствия обойдут стороной. И это касается не только 63% избирателей, не отдавших голоса нацистам, но и парламентариев, подчинившихся новой власти, и рейхспрезидента Гинденбурга, уступившего под давлением приближенных, и армейских генералов, заявлявших о своей "аполитичности", и крупных промышленников и банкиров, делавших "не слишком большие и не единственные" пожертвования нацистской партии⁸.

Итак, три важнейших социальных эффекта, воздействие которых в равной степени охватило все классы германского общества, во многом позволили Гитлеру получить и удержать власть в начале 1930-х г.г. Можно ли считать эти эффекты архаикой? Очевидно, нет. Многие и сегодня отдают голос за кандидата, не зная ни слова из его предвыборной программы, политики совершают необдуманные поступки из благих намерений, а агрессивное меньшинство зачастую подчиняет своей воле "оцепеневшее" большинство. Эти эффекты связаны с самой природой человека, а потому будут воздействовать в той или иной степени во все времена. Этот факт сам по себе, конечно, не говорит о близящейся катастрофе, однако не принимать его во внимание опасно, о чем свидетельствуют примеры не такой уж далекой истории.

¹ Селигман М., Дэвисон Дж., Макдональд Дж. В тени свастики: жизнь в Германии при нацистах, 1933-1945 / пер. с англ. Н.И. Лисовой. М. : Центрполиграф, 2008. 222 с.

² Руге В. Как Гитлер пришел к власти. М. : Мысль, 1985. 318 с.

³ Malinowski S. Монография. S. 502-503.

⁴ Вернигора О.А. Приход нацистов к власти в Германии в 1933 г. / Могилев. гос. ун-т им. А.А. Кулешова.

⁵ Данилова О.В. Бизнес и власть: социальные аспекты взаимодействия // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2014. № 3 (113).

⁶ Эндрю Дж. Боннел. Германские элиты и захват власти нацистами в 1933 г. // Сова. 2014. № 4.

⁷ Бахман К. Кем был Гитлер в действительности. М. : Прогресс, 1981. 190 с.

⁸ Эндрю Дж. Боннел. Германские элиты и захват власти нацистами ...

SOCIO-POLITICAL PREMISES OF NAZI REGIME COMING TO POWER IN GERMANY IN 1930-S

© 2017 Vershkov Viacheslav Germanovich

Student

Samara State University of Economics

E-mail: slava_v@citydom.ru

Keywords: Nazi, NSDAP, social effects, Germany in 1930-s.

The article analyses factors which caused nazi party coming to power in Germany in 1930-s and distinguishes 3 most important social effects on their basis.

УДК 316.4

САМОУБИЙСТВО КАК ОБЛАСТЬ СОЦИАЛЬНОЙ ПАТОЛОГИИ

© 2017 Денисенко Анастасия Геннадьевна*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: denianas@yandex.ru

Ключевые слова: суицид, самоубийство, асоциальное поведение, депрессия, психалгия, социальная патология.

Рассматривается феномен суицида как модели девиантного поведения, анализируются факторы и причины суицида и суицидального поведения, а также возможные приемы и методики профилактики самоубийств.

Кто из нас хотя бы раз в жизни не испытывал потрясения при известии о самоубийстве человека, пусть даже человека со стороны, и не задумывался о причине сделанного им шага в другой мир? Природа дала нам сильный психологический защитный механизм - инстинкт жизни. Но несмотря на это, число самоубийств увеличивается. И увеличивается значительными темпами, так как современный этап развития российского общества

* Научный руководитель - **Чеджемов Герман Асланбекович**, старший преподаватель.

характеризуется системным кризисом политической, экономической, идеологической и социальной сфер¹.

"Самоубийство - это сознательное, намеренное и быстрое лишение себя жизни". Такое определение дает социолог М.Фарбер, раскрывая в нем три важных компонента.

Термин "сознательное" здесь не равен термину "намеренное". В ряде случаев намерение имеет место, но осознанное стремление к лишению себя жизни по ряду причин отсутствует. Уточнение по поводу "быстрого" лишения себя жизни нужно для разделения понятий "суицида" и "суицидального поведения", которое присутствует в поведении подавляющего большинства людей: это и люди, выбирающие для себя профессии, напрямую или косвенно связанные с риском, и те, кто ведет асоциальный образ жизни: у кого имеются "вредные привычки", люди с малоподвижным образом жизни и неправильным режимом питания. Зная все последствия своего выбора, эти люди все равно совершают "медленное" самоубийство, продолжая делать все это изо дня в день. Причины такого поведения различны, но основная - желание жить полной и приятной жизнью. Суицидное поведение включает в себя не только намерение, но и попытку, при этом попытки могут быть как истинными, так и демонстрационными (шантажными)². Так, женщины в 4 раза чаще пытаются покончить жизнь самоубийством, чем мужчины, но последние в 4 раза чаще реализуют эту попытку.

Разберемся в причинах суицида. Во-первых, это социальные причины. В наше время человеку практически не принадлежит контроль над окружающим его жизненным пространством. Наш мир стал слишком большим и чужим для человека, и поэтому малейшие социальные потрясения или же массовое изменение общественного статуса порождает волну самоубийств. Во-вторых, нравственные причины. Прошрое столетие стало кризисом для веры, и сейчас до конца в этом вопросе нет явных прояснений. Это не духовная катастрофа, а в какой-то мере необходимая стадия развития человечества. Оно переживает переходный возраст с признаками подросткового бунта, в том числе и атеизмом. В почете сейчас не послушание и доброе сердце, а ум и дерзновение. В таких субкультурах, как эмо и готы формировалась неприязнь к существующей действительности, противостояние несправедливости в обществе, попытка отвергнуть формирующиеся ценности и стандарты и создать свои правила жизни³. В-третьих, мировоззренческие причины. Через СМИ людям навязывают эталон жизненного успеха, и несоответствие этому эталону принимается человеком как трагедия, отражение его в качестве несостоявшейся личности.

Основатель суицидологии Э.Дюркгейм выделил три типа самоубийства. Первый тип - эгоистическое. Оно связано с обострением индивидуализма, поэтому высокий уровень образования, материальная обеспеченность ведут к тому, что человек больше задумывается о суициде. Второй тип - альтруистическое самоубийство. Это показатель недостаточной индивидуальности. В этом случае общество психологически подавляет личность, подвергая возможности самоуничтожения. Аномичное самоубийство (третий тип) является следствием всеобщей деорганизации, значительных социальных изменений⁴.

В исследованиях были выявлены некоторые общественные закономерности, позволяющие прогнозировать всплески самоубийств: городские жители убивают себя чаще, чем жители сельских местностей; люди среднего и низкого материального достатка

сильнее хватаются за возможность жить, чем те, у кого есть то, что можно назвать богатством; снижение рождаемости влечет за собой рост уровня самоубийств.

Суть процессов общества и закономерности его развития отчасти понятны, но человеческая психика гораздо хуже поддается изучению. До сих пор неясно, как и в какой степени связаны с суицидным поведением психические расстройства. По статистике, 90-95% лиц с суицидным поведением - психически больные, а большинство самоубийц находятся на грани психического расстройства. Довольно распространенным фактором является наследственность: выявлено, что у 6% самоубийц один из родителей также совершал попытку самоубийства. Риск суицида возрастает в случае, если в прошлом уже были попытки самоубийства, не они не осуществлялись по какой-либо причине. Мнение, что это означает несерьезность намерений, ошибочно, так как в 12% случаев повторная попытка осуществляется в течении трех лет. Часто к самоубийству людей подталкивают такие факторы как психалгия - состояние душевной боли (смерть любимого, близкого человека) или депрессия. Причин депрессии очень много и основываясь на своей специфике, ученые отмечают различные: социологи - утрату ролевой функции, экзистенциалисты - потерю смысла жизни, бихевиористы - заниженную самооценку индивида⁵. Опять возвращаемся к асоциальному образу жизни: употребление спиртных напитков и наркотических средств, банальное просиживание у телевизора и бесконтрольное поглощение пищи и лекарственных средств. И все это для заполнения душевной пустоты и ухода от сознания собственной нереализованности⁶.

Для того, чтобы составить портрет возможного самоубийцы, нужно опираться на следующие факторы, которые повышают риск суицида:

- Кризис межличностных отношений
- Состояние психалгии
- Пониженный уровень самооценки
- Потеря смысла жизни
- Слабое психическое здоровье, несбалансированная психика
- Наследственность
- Неудовлетворительные социальные условия
- Наличие в прошлом попыток самоубийства

Чем выше соответствий по вышеперечисленным пунктам, тем выше вероятность совершения самоубийства.

Существуют различные методики профилактики самоубийств. В превенции суицида необходимо помочь человеку преодолеть эмоционально-кризисное состояние и оказать поддержку. Для начала необходимо получить информацию, деликатно, с помощью косвенных вопросов и определить насколько далеко человек зашел в своих мыслях о смерти. Несколько приемов выхода из сложившейся критической ситуации:

1. Выслушивание. Человек выговаривается, ему становится легче, мысли о самоубийстве отступают на второй план. Идея приема - "облегчить душу" потенциального самоубийцы и подтолкнуть его к поиску альтернативного решения.

2. Снятие синдрома исключительности. Необходимо донести до человека, что у многих людей такие же проблемы, однако они справляются с ними, решают их, то есть обесценить ситуацию и успокоить человека

3. Напоминание о важных в жизни человека аспектах - родители, дети, любимые люди. Здесь необходимо показать - насколько тяжело будет им, как эгоистично поступит человек, "наградив" своих близких такими испытаниями.

4. Уверенность в потенциале. Нужно постараться убедить человека в том, что он сильный и сможет справиться со всеми возникшими проблемами, помочь разобрать по этапам решение проблем.

5. Расширение круга интересов. В таком состоянии нельзя оставлять человека наедине со своими мыслями и переживаниями. Нужно отвлечь его, помочь развеяться: сюда можно отнести и просмотр фильмов, и совместный поход куда-либо.

В настоящее время суицид - довольно неизученный феномен, а суицидология нуждается в дополнительных исследованиях и наблюдениях в различных областях науки, и пока ее нельзя выделить как отдельную классическую науку. Но зная хотя бы общие причины самоубийств и факторы, которые подталкивают человека к этому, каждый из нас может спасти чью-то жизнь. И в заключение данной темы хотелось бы привести слова философа Эпиктета: "Помни главное: дверь открыта". И это только твое решение - входить в эту дверь или нет⁷.

¹ Ургалкин Ю.А., Бондарев С.И, Чеджемов Г.А. Городской муниципалитет как основной субъект социальной политики // Проблемы развития предприятий: теория и практика : материалы 13-й междунар. науч.-практ. конф. С. 310-311.

² Вагин И.О. Психология жизни и смерти. СПб. : Питер, 2002.

³ Милова Ю.А., Чеджемов Г.А. Человек эпохи перемен: новая реальность // Известия института систем управления Самарского государственного экономического университета. 2015. № 2 (2). С. 59-62.

⁴ Дюркгейм Э. Самоубийство: Социологический этюд / пер. с фр. А.Н. Ильинского. СПб. : Союз, 2000.

⁵ Вагин И.О. Психология жизни и смерти ...

⁶ Борисов С.В., Чеджемов Г.А. Некоторые аспекты качества жизни в регионах России // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2012. № 12 (98). С. 127-131.

⁷ См. также: Паперно И. Самоубийство как культурный институт. М. : Новое лит. обозрение, 1999. С. 12-24.

Сорокин П.А. Самоубийство как общественное явление // Социологические исследования. 2003. № 2. С. 4-11.

SUICIDE AS THE AREA OF SOCIAL PATHOLOGY

© 2017 Denisenko Anastasia Gennadevna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: denianas@yandex.ru

Keywords: suicide, self-murder, antisocial behavior, depression, state of heartache, social pathology.

Examines the phenomenon of suicide, as a model of deviant behavior, analyzes the factors and causes of suicide and suicidal behavior, and possible methods and techniques of suicide prevention.

ПРОБЛЕМА НЕЛЕГАЛЬНОЙ МИГРАЦИИ В РОССИИ

© 2017 Жирухина Яна Викторовна*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: yana.zhirukhina@yandex.ru

Ключевые слова: нелегальная миграция, мигрант, преступность, терроризм, легализация трудовой деятельности.

Рассматривается проблема нелегальной миграции в России. Анализируются точки зрения нескольких авторов по данной теме. Осуществляется поиск решения обозначенной проблемы.

Ежегодно сотни тысяч людей покидают свои родные жилища, перемещаясь на другую территорию или совершенно в другую страну. Население вынужденно покидает свои родные места в результате вооруженных конфликтов, расовых гонений, экономической нестабильности, стихийных бедствий. Перемещение населения началось не сегодня и завершится не завтра. Процесс поиска людьми безопасных условий для жизни в последние годы во многих уголках мира возрастает¹. Процесс миграции оказывает огромное влияние на экономику страны. Как верно указывается в юридической литературе "экономические отношения развиваются по собственным закономерностям, но в то же время оказывают влияние на правовые нормы и их изменение. В то же время, являясь правовыми, экономические отношения испытывают на себе огромное влияние действующей правовой системы страны, в которой они развиваются"².

Что касается миграционного процесса в России, то число мигрантов в нашей стране все более увеличивается с каждым годом. Причем большинство из них проживает на территории Российской Федерации незаконно. Под нелегальной миграцией понимается въезд граждан одной страны в другую с целью нелегального трудоустройства³.

Проблема нелегальной миграции на сегодняшний день является одной из актуальных. К сожалению, она присутствует во многих странах, в том числе и в России. Правительство и международные организации не прекращают искать ответы на серьезные вопросы, связанные с нелегальной миграцией.

По мнению Д.А. Стельмахова, нелегальная миграция приводит к росту преступности против жизни и здоровья граждан, в сфере имущества, незаконного оборота оружия, наркотических и психотропных средств. Также необходимо отметить, что незаконные мигранты способствуют широкому распространению инфекций, связанных с несоблюдением санитарных норм проживания рабочими⁴.

* Научный руководитель - Сидорова Анна Викторовна, старший преподаватель.

Невозможно не согласиться с точкой зрения А.И. Халиуллиной и Л.А. Шагиевой, которые утверждают, что нелегальная миграция тесно связана с такими опасными проявлениями противоправной деятельности, как терроризм, рабство и торговля людьми. Нелегальные мигранты способствуют обострению межэтнических противоречий⁵.

В современных условиях нелегальная миграция становится реальной угрозой для российского народа и для нашей страны в целом. Существующую проблему необходимо решать. Наиболее важный путь решения данной проблемы - создание эффективного механизма законодательного регулирования миграционных процессов в России, который бы четко закреплял права, обязанности, запреты мигрантов на территории РФ. Несмотря на то, что рассматриваемая проблема обсуждается на высоком уровне, никаких поправок в главный документ страны, в Конституцию РФ, сделано не было⁶. По мнению Д.А. Стельмахова, необходимой "мерой противодействия незаконной миграции является возвращение иностранных граждан и лиц без гражданства, нарушивших миграционное законодательство, в страну их гражданской принадлежности"⁷.

Кроме того, важным является ужесточение работы миграционных органов, а также процедур въезда и пребывания мигрантов на территории РФ. Необходимо на федеральном уровне урегулировать вопрос о миграционной службе, которая бы следила за законностью нахождения нелегальных мигрантов на территории субъектов РФ и, главное, осуществляла контроль за использованием иностранной рабочей силы предприятиями⁸.

Одних мер по ужесточению и совершенствованию законодательства в сфере миграционного регулирования недостаточно, необходимо одновременно осуществлять работу по легализации трудовой деятельности нелегальных мигрантов.

Проблема нелегальной миграции в России становится все острее и острее, принимая масштабный характер. Конкретного решения данной проблемы пока нет. Однако не нужно останавливаться на этом, необходимо совместными усилиями с другими странами продолжать искать эффективные пути решения данной проблемы, иначе она приведет к негативным последствиям для всего мира.

¹ См.: Рыбаковский О.Л. Межрегиональная миграция населения: новые аспекты анализа // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 9 (107). С. 111-118.

² Сидорова А.В., Коннина Е.С. Конституционное регулирование экономики Российской Федерации // Бюллетень науки и практики. 2016. № 11 (12). С. 203.

³ Халиуллина А.И., Шагиева Л.А. Нелегальная миграция в России и методы борьбы с ней // Молодой ученый. 2016. № 28. С. 711.

⁴ Стельмахов Д.А. Проблемы нелегальной миграции в России // Студенческий научный форум. 2014. № 6. С. 41.

⁵ Халиуллина А.И., Шагиева Л.А. Нелегальная миграция в России ... С. 712.

⁶ Капура М.М. Проблема незаконной миграции и возможные пути ее решения // Право и безопасность. 2007. № 22. С. 86.

⁷ Стельмахов Д.А. Проблемы нелегальной миграции в России ... С. 43.

⁸ Хейфец Б.А. Нелегальная миграция - масштабы и перспективы // Альманах "Восток". 2006. № 5. С. 58.

THE PROBLEM OF ILLEGAL MIGRATION IN RUSSIA

© 2017 Zhirukhina Yana Viktorovna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: yana.zhirukhina@yandex.ru

Keywords: illegal migration, migrant, crime, terrorism, the legalization of labor activity.

In this paper we address the problem of illegal migration in Russia. Analyzed the point of view of several authors on the subject. Aswellassearches for solutions to this problem.

УДК 316

ФОРМИРОВАНИЕ ДУХОВНОЙ КУЛЬТУРЫ У СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ В ПРОЦЕССЕ СОЦИАЛИЗАЦИИ

© 2017 Ильясова Юлия Сергеевна

студент

© 2017 Коротаева Татьяна Васильевна

кандидат исторических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: corotaeva2014@yandex.ru

Ключевые слова: социализация, духовное развитие, духовность, нравственность, духовная культура, студент.

Дан краткий обзор взглядов и утверждений ученых относительно толкования определений "социализация", "духовный потенциал", "духовность", "духовная культура"; выделены пути формирования духовной культуры студенческой молодежи в процессе социализации. Цель статьи - освещение путей и средств формирования духовной культуры личности в процессе социализации.

Одной из первоочередных задач современной педагогической науки и практики является усиление внимания к специальным педагогическим исследованиям, в частности формирование духовной культуры студенческой молодежи в процессе социализации. Проанализировав основные взгляды ученых на периодизацию человеческой жизни (Ш. Бюллера, А. Джерсилда, Э. Эриксона, Д. Эльконины, Н.Лукина, Р.Немова, Ж. Пиаже, Е. Шпрингера, К. Юнга), можно сделать вывод, что расширение и углубление социализации студенческой молодежи происходит в трех основных сферах: деятельность, общение, самосознание: происходит расширение сознания, мировоззрения, молодой человек пытается переосмыслить окружающий мир, формируется "Я - концепция" как активного субъекта деятельности, расширяются виды деятельности, круг общения, познания дру-

гих людей, развиваются умения общения, обогащение его содержания, происходит осмысление своей социальной принадлежности, социальной роли, ощущается постепенное, хотя и неполное, достижение автономии по семье, потому что еще остается ощутимая зависимость от родителей.

Ученые-психологи выделяют несколько социально-психологических механизмов социализации:

- Идентификация - это отождествление индивида с некоторыми людьми или группами, что позволяет усваивать различные нормы, отношения и формы поведения, свойственные окружающим. Примером идентификации является усвоение детьми родительского поведения, установок и ценностей как своих собственных;

- Имитация или подражание является сознательным или бессознательным воспроизведением индивидом модели поведения, опыта других людей (в частности, манер, движений, поступков и т.п.);

- Внушение - процесс неосознанного воспроизведения индивидом внутреннего опыта, мыслей, чувств и психических состояний тех людей, с которыми он общается;

- Социальная фасилитация - стимулирующее влияние поведения человека на деятельность других, в результате чего их деятельность становится свободнее и более интенсивной;

- Конформность - осознание расхождения мысленно с окружающими людьми и внешнее согласие с ними, реализованное в поведении. Стыд или чувство вины - переживания разоблачения и позора, связанное с реакцией других людей или наказанием самого себя независимо от других людей¹.

Молодые люди (13-19 лет) усваивают образцы поведения значимых для них других людей, при этом важным является формирование адекватного представления о мире и своей роли в нем. Ведущим видом деятельности для них является общение с взрослыми и ровесниками, общественно полезный труд и учеба, которая положительно отражается на развитии психики и личности в целом. Важнейшим этапом духовного становления является возраст 6-20 лет: происходит биологическое и социальное созревание, формируется сознание, мировоззрение, готовность, к разнообразной трудовой и творческой деятельности; в это время происходит повышенная чувствительность к влиянию неблагоприятных факторов окружающей среды.

Итак, духовность - многозначное понятие, которое формируется под влиянием внешних и внутренних факторов. А формирование духовности - это динамический процесс, конечным результатом которого является выработка индивидуумом личной жизненной программы на базе сложившейся мировоззренческой системы и главных жизненных принципов, ценностей, идеалов, которые могут меняться в течение жизни².

В ряде философских публикаций "духовность" рассматривается в призме "духовной культуры общества", его духовного мира. Можно найти более 300 определений понятия "культура" в различных источниках. В узком смысле под культурой понимают сферу духовной жизни человека. Культура каждой личности формируется под общественным влиянием, передается человеку от общества в процессе воспитания, обучения и измеряется степенью приобщения к достижениям общечеловеческой культуры и превращение их в личные внутренние факторы духовной жизни. Культура ориентирована на общечеловеческие ценности. Духовная культура не может быть частью культуры. И если "творчество" - одна из форм человеческой деятельности, то культура именно результат этой деятельности.

Духовная культура личности - это система интеллектуального, нравственного, художественно-эстетического и эмоционально-чувственного развития личности, а потому, составляющими духовной культуры личности являются: культура интеллектуальная (знания, мышление) нравственная культура (честь, достоинство, культура чувств, половая культура); культура общения (коммуникативные способности, духовные запросы, культура речи); национальная культура и национальное самосознание; художественно-эстетическая культура; христианская морально-этическая культура; религиозные заповеди и традиции; семейно-бытовая культура; политическая, правовая культура; экологическая культура личности. Так же есть такой феномен, как корпоративная культура. Он существует и в таких организациях, как высшие учебные заведения, целевой ориентацией которых является раскрытие и развитие интеллектуально-творческого потенциала студентов и преподавателей. Корпоративная культура вуза является объединяющей основой для учебного заведения, сплачивая коллектив в единую команду для эффективной реализации его миссии. Она предполагает единый корпоративный творческий дух, формирование гуманистического отношения к каждому участнику образовательного процесса, гармонизацию внутрикорпоративных и внутригрупповых отношений, улучшение психологического климата, что способствует гармоничному развитию личности³.

Мы согласны с пониманием нравственности как механизма реализации духовности в отношениях с окружающим миром и другими людьми. Нравственность служит показателем уровня духовного развития личности. Более глубокие знания формируют сознание человека, а сознательное принятие решений усиливает ответственность личности. Молодой человек, вектор духовного становления которой имеет положительную направленность, в принципе не может быть аморальным. А "моральные упреждения", дела благотворительности необходимые для положительного духовного становления и для поддержания достигнутого уровня духовного развития. Такое понимание духовности и нравственности позволяет сформулировать один из важнейших законов духовного становления человека - закон взаимного связи и взаимозависимости духовности и нравственности.

Источники современной концепции социализации находим в трудах А. Бандуры, Г. Тарда, Т. Парсонса и других ученых. Выделяют философский, социологический, психологический, социально-психологический, психолого-педагогический аспекты социализации⁴. С точки зрения социально-психологического подхода социализация - процесс становления личности, освоение индивидом социальных норм и ценностей общества, что позволяет интегрироваться в общество и вести себя там адаптивно. Процесс социализации неразрывно связан с общением и совместной деятельностью людей. В процессе социализации формируются социальные качества, знания, умения, соответствующие навыки, что позволяет стать дееспособным участником социальных отношений. Социализация осуществляется через ряд условий целенаправленного формирования и стихийного воздействия на личность различных обстоятельств жизни, а именно: целенаправленное воспитание, обучение и случайные социальные воздействия в деятельности и общении. Социализируясь, молодой человек не пассивно принимает различные воздействия (в частности воспитательные), а постепенно переходит от позиции объекта социального воздействия к позиции активного субъекта. В процессе социализации личность участвует в социальных отношениях, меняется его психика.

Передача социальных и культурных ценностей, норм, способов поведения молодому поколению или культурная трансмиссия является одним из основных механизмов

социализации. Выделяют 3 вида культурной трансмиссии: вертикальную (от родителя к ребенку), горизонтальную (при общении со своимисверстниками), косвенную (через контакты с другими людьми в условиях общественно значимой совместной деятельности и специализированные институты). Основными институтами социализации являются: семья, дошкольные учреждения, школа, неформальные объединения, ВУЗы и т.д.. Наиболее интенсивно социализация осуществляется в детстве и юности, более медленно в среднем и пожилом возрасте.

Ведущие направления социализации соответствуют ведущим сферам жизнедеятельности человека: поведенческой, эмоционально-чувственной, познавательной, бытийной, нравственной, межличностной. Иначе говоря, в процессе социализации молодой человек учится как себя вести, эмоционально реагировать на различные ситуации, выявлять и переживать различные чувства; каким образом познавать окружающий природный и социальный мир; как обустроить свой быт; которых духовно-нравственно-этических ориентиров придерживаться; как эффективно участвовать в межличностном общении и совместной деятельности. К ведущим феноменам социализации следует отнести усвоение стереотипов поведения через подражание взрослым в раннем детстве, имеющихся социальных норм, обычаев, интересов, ценностных ориентаций и тому подобное.

Основными нравственными ценностями, которые входят в структуру гуманистического идеала как учащейся, так и студенческой молодежи являются: доброта - чуткое отношение ко всему живому; справедливость - субъективное, непредвзятое отношение к себе и миру, связанное с понятием неотъемлемых прав человека; ответственность - осознанный долг отвечать перед своей совестью и обществом за каждый поступок, действие, слово; трудолюбие - потребность направлять физическую или умственную энергию на создание материальных и духовных ценностей.

Итак, в формировании духовной культуры студенческой молодежи в процессе социализации весомым является стремление студентов к высоким гуманистическим идеалам, добра, справедливости⁵. Фактически это та часть жизнедеятельности молодого человека, связанная с мировоззрением, сознанием, мышлением и формированием "Я-концепции"; преобладание в человеке готовности поступиться собственными интересами ради других, даже если это никто не оценит; необходимости делать добро и держаться подальше от зла. Именно степень развитости этих качеств будет свидетельствовать об уровне духовности. По сути, духовностью является работа ума и воли для собственного самосовершенствования; участие в массовых культурно-просветительских мероприятиях, популяризации культурных достижений среди молодежи. Следовательно, актуальность проблемы определяется необходимостью осмысления путей формирования духовной культуры у студенческой молодежи. Данные вопросы требуют глубокого и системного изучения. Потребность в нем будет расти в зависимости от темпов нашего духовного, национального и демократического развития. Каждый должен в конце концов нести свою долю духовно-нравственной ответственности за будущее.

¹ Горбунова М.Ю. Социальная психология. М. : Litres, 2017. С. 650.

² Бондаренко В.И. Формирование духовности будущих специалистов в условиях высшего учебного заведения // Молодой ученый. 2014. № 4. С. 919-923.

³ Коротаева Т.В., Ургалкин Ю.А., Чеджемов Г.А. Корпоративная культура как категория социологии управления // Наука XXI века: актуальные направления развития. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=27699968> (дата обращения: 24.09.2017).

⁴ Трофимова Н.С. Социально-психологическая адаптация: философский, педагогический, психологический аспекты // Зауральский научный вестник. 2012. С. 54-56 URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=21972090> (дата обращения: 24.09.2017).

⁵ Ургалкин Ю.А., Санникова О.А. Социальное неравенство студенческой молодежи как феномен современного российского общества // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2012. № 12 (98). С. 124-126.

FORMATION OF SPIRITUAL CULTURE IN STUDENT YOUTH IN THE PROCESS OF SOCIALIZATION

© 2017 Ilyasova Yuliya Sergeevna
Student

© 2017 Korotaeva Tatyana Vasilievna
Candidate of Historical sciences, Associate Professor
Samara State University of Economics
E-mail: corotaeva2014@yandex.ru

Keywords: socialization, spiritual development, spirituality, morality, spiritual culture, student.

The article gives a brief overview of the views and statements of scientists regarding the interpretation of the definitions of "socialization", "spiritual potential," "spirituality," "spiritual culture"; The ways of forming the spiritual culture of student youth in the process of socialization are singled out. The purpose of the article: the illumination of ways and means of the formation of a person's spiritual culture in the process of socialization.

УДК 316

НЕЕТ-МОЛОДЕЖЬ: ПРИЧИНЫ ВОЗНИКНОВЕНИЯ

© 2017 Кварацхелия Милана Сосоевна*
студент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: kvaratskheliya.97@mail.ru

Ключевые слова: НЕЕТ-молодежь, социология, экономически неактивное население, факторы образования группы НЕЕТ.

Рассматриваются основные причины образования группы молодежи, исключенной из сферы занятости и образования, так называемой НЕЕТ-молодежи.

* Научный руководитель - Чеджемов Герман Асланбекович, старший преподаватель.

Переход молодежи от учебы к работе является одной из наиболее актуальных социальных проблем. Это явление отражается в таких показателях, как уровень безработицы, число экономически неактивного населения. Однако эти показатели слабо отражают реальную ситуацию на молодежном рынке труда, так как рассчитываются по отношению к численности рабочей силы, которая в молодых возрастах, как правило, не велика.

В данной ситуации принято говорить о таком показателе, как доля людей, кто и не работает, и не учится, или так называемой группе NEET (аббревиатура от английского выражения "Not in Employment, Education or Training"). Что в переводе означает без занятости, образования или обучения.

Впервые эта социальная группа стала объектом изучения английских социологов в конце 1980-х гг., когда в Великобритании в связи с изменением условий выдачи пособий по безработице и отказом от участия в программе профессионального обучения, образовалась прослойка людей, в частности молодежь, которая оказалась исключена как из занятых экономической деятельностью, так и из процесса обучения и переподготовки. Начиная с 2000-х годов, понятие NEET стало широко использоваться в научной литературе, а также и в документах международных организаций (ЕС, МОТ и др.).

Работ, посвященных данной проблеме в России, пока еще очень мало, при этом все они нацелены на изучении характеристики данного социологического явления, а не направлено на выяснение причин появления группы NEET.

Для начала необходимо разобраться кто такие NEET. В 2010 г. Евростатом было принято официальное определение NEET, согласно которому в эту категорию входят "молодые граждане в возрасте 15-24 лет, которые являются безработными или экономически неактивными и при этом не учатся и не охвачены профессиональной подготовкой/переподготовкой"².

По данным социологического исследования на 2015 г., в составе российской NEET-молодежи 40,8% заняты безработные, 29,1% занимались ведением домашнего хозяйства и уходом за детьми, 7,4% имели проблемы со здоровьем³. Таким образом, самую большую часть NEET-молодежи, как правило, составляют люди, не имеющие работы, но активно ищущие ее и готовые к ней приступить. Остальные типы NEET отражают иные различные варианты экономически неактивного населения: это люди с различными заболеваниями, инвалиды, те, кто вынуждены постоянно заботиться о других членах семьи, те, кто просто не хотят ничем заниматься, при этом не имеющие семейных обязательств, а также "отчаявшиеся" найти работу.

Так что же способствует образованию группы NEET-молодежи?

Основным фактором, влияющим на попадание в данную категорию молодежи, по мнению Е.Я. Варшавской, является низкий уровень образования и его плохое качество³. Несомненно, этот фактор играет достаточно важную роль в становлении данной группы молодежи, так как образование является одним из социальных институтов социализации личности. Стоит заметить, что в период 1995-2015 гг. в структуре безработной молодежи NEET в возрасте 15-19 лет почти половину составляла молодежь, окончившая общеобразовательную школу. В возрастной группе NEET 20-24-летние в период 1995-2015 гг. образовательная структура не особо отличается от 15-19 лет и составляет порядка 30%. То есть большинство молодых людей группы NEET останавливаются на получении среднего (полного) образования. Причины того, почему молодежь не идет учиться в высшее учебное заведение могут быть различные, начиная от предоставления, на их взгляд, некачественного обучения и, заканчивая высокой стоимостью данного обучения.

Хоть и наблюдается тенденция к вовлеченности в сферу образования (в 1995 г. были исключены из сферы образования 14,6% молодых людей, в 2015 г. - 5% молодых людей группы NEET), но показатели уровня образования группы NEET остаются до сих пор низкими. Тем самым недостаточный уровень образования молодежи препятствует им найти работу, ведь в настоящее время работодатель нацелен на поиск квалифицированных сотрудников с необходимым уровнем знания. Это явление способствует образованию группы NEET-молодежи.

Однако, при обсуждении данной темы упускается немало важный фактор, который порой оказывает большее влияние на становление данной группы молодежи, чем образование, это семейные факторы. Ведь одна из ключевых ролей в процессе накопления человеческого капитала до обучения принадлежит именно семье. Тем самым попадание в группу NEET может происходить из-за исходного положения семьи молодых людей в обществе, которое в дальнейшем и может определить возможности в получении образования и устройстве на работу⁴.

Немало важным фактором становления NEET-молодежи является место их проживания. Так, риск безработицы у молодых людей 15-19 лет, не участвующих в процессе обучения, к 2015 году стал концентрироваться среди жителей сельской местности (52,9%). Что обосновывается недостаточным количеством рабочих мест в селах, в связи с их низким экономическим развитием и высокими издержками территориальной мобильности.

На мой взгляд, стоит обратить внимание на самую неустроенную подгруппу NEET-молодежи, имеющую проблемы со здоровьем, в частности, инвалиды. Прежде всего, стоит сказать, что они обладают крайне низким уровнем образования. Более половины из них (58%) окончили только неполную среднюю школу, что в 2,5 раза меньше уровня образования обычных молодых людей группы NEET. Иными словами люди, имеющие проблемы со здоровьем практически полностью исключены из сферы занятости и образования⁵. Формально, конечно, они могут получать образование и устраиваться на работу. Им помогает государство, выплачивая разного рода пособия. Однако, так или иначе, из-за неразвитой инфраструктуры для инвалидов, несовершенного законодательства увеличивается доля данной подгруппы NEET-молодежи.

Таким образом, в России по данным статистических наблюдений, каждый восьмой молодой человек в возрасте 15-24 лет не работает, и не учится, то есть относится к NEET-молодежи. По мнению некоторых социологов, наличие NEET группы не является острой социологической проблемой в настоящее время, так как доля молодежи, находящейся за пределами рынка труда постепенно сокращается, в это же время вовлеченность в образование увеличивается. Однако, все же подавляющее большинство NEET-молодежи обладают низким уровнем образования, что препятствует им в нахождении занятости. Соответственно данная категория населения в большинстве случаев не имеет опыта работы, чем они и проигрывают на рынке труда. Наблюдается тенденция в увеличении попадания в данную категорию сельской молодежи, в связи с неразвитостью сел, районов и т.д. Особую группу образует молодежь, имеющая проблемы со здоровьем. Следует признать, что они практически вовсе исключены из процесса обучения и занятости. По методологии МОТ только 8% молодых людей из этой группы может быть отнесена к потенциальной рабочей силе. Поэтому, необходимо, на мой взгляд, разработка программ, предполагающих увеличение возможностей получения образования в соответствии с требованием рынка труда, улучшение инфраструктуры для инвалидов, создание рабочих мест в сельских местностях, что может привести к сокращению NEET-молодежи.

¹ Варшавская Е.Я. Российская NEET-молодежь: характеристика и типология. 2016.

² Рощин С.Ю., Рудаков В.Н. Совмещение учебы и работы студентами российских вузов // Вопросы образования. 2014. № 2. С. 152-179.

³ Резолюция о статистике трудовой деятельности, занятости и недоиспользования рабочей силы. МОТ, 2013.

⁴ Ургалкин Ю.А., Санникова О.А. Социальное неравенство студенческой молодежи как феномен современного российского общества // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2012.

⁵ Чеджемов Г.А., Гусейнова С.Ф.К. Влияние семьи на формирование качества и ценностей у ребенка // Современные проблемы общественных наук в мире : сб. науч. тр. по итогам междунар. науч.-практ. конф. 2017.

NEET-YOUTH: REASONS FOR BECOMING

© 2017 Kvaratskhelia Milana Sosoevna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: kvaratskheliya.97@mail.ru

Keywords: Neet-youth, sociology, economically inactive population, factor of formation of the NEET group.

The article examines the main reasons for the formation of a group of young people excluded from employment and education, these-called NEET youth.

УДК 316

СУИЦИД КАК СОЦИАЛЬНОЕ ЯВЛЕНИЕ

© 2017 Кожевина Дарья Александровна

студент

© 2017 Коротаева Татьяна Васильевна

кандидат исторических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: d.kozhevina0616@yandex.ru

Ключевые слова: суицид, самоубийство, социальное явление суицидального поведения, типология самоубийств, СМИ.

Статья посвящена такому социальному феномену, как суицид. Рассматриваются сущность суицида, возможные причины совершения суицида, типология самоубийств.

Проблема самоубийства в последние дни все настойчивее привлекает внимание, так как это одна из вечных проблем, поскольку имеет место в жизни человека как явление практически столько же, сколько он существует на Земле. Также можно подчеркнуть, что увеличение количества суицидов и покушений на самоубийство, которое происходит в большинстве стран мира, сказывается отрицательно на состоянии экономики, нравственных и духовных устоях внутри страны, общественном порядке. В современном мире проблема самоубийства являются одной из острейших.

Еще в дореволюционной России, по данным статистики, количество самоубийств было одним из высочайших в мире, особенно среди учащих. С таким социальным явлением Россия наблюдала еще в начале нынешнего века: после революционного подъема 1905-1907 гг. началась полоса репрессий, сопровождаемых "эпидемией самоубийств" в молодежной среде. Вместе с тем была выявлена закономерность, в соответствии с которой наибольший рост суицидального поведения пришелся на годы, когда утихли общее возбуждение, когда наступили разочарование и пришлось оценивать утраты¹.

По официальной статистике, каждый год в мире кончают жизнь самоубийством 1 100 000 человек. Другими словами, каждую минуту в мире кто-то предпринимает попытку преднамеренного самоубийства. Эти попытки 60-70 раз в день оканчиваются успешно. Стоит помнить, что в официальную статистику самоубийств попадают только явные случаи суицида, следовательно, число реальных самоубийств разительно превосходит официальные цифры - считается, что в мире кончают с собой более 4 000 000 человек ежегодно².

Страна (качество данных о смертности**)	Пол	Число самоубийств (все возрасты), 2012 г.	Общий и по возрастные коэффициенты смертности от самоубийств (на 100 000), 2012 г.						Стандартизированный по возрасту показатель частоты самоубийств*** (на 100 000), 2012 г.	Стандартизированный по возрасту показатель частоты самоубийств*** (на 100 000), 2000 г.	Изменение стандартизированного по возрасту показателя частоты самоубийств, 2000–2012 гг.
			Все возрасты	5-14 лет	15-29 лет	30-49 лет	50-69 лет	70+ лет			
Российская Федерация (1)	оба пола	31 997	22,4	1,7	27,3	26,5	22,6	32,1	19,5	35,0	-44,4%
	женщины	5781	7,5	1,3	8,0	7,5	6,9	15,4	6,2	9,6	-34,9%
	мужчины	26 216	39,7	2,2	46,1	46,8	43,7	72,3	35,1	64,3	-45,3%

Согласно оценкам ВОЗ, приведенным в докладе "Предотвращение самоубийств: глобальный императив", в 2012 г. от самоубийств в мире погибло 804 тыс. человек. Там же отмечается, что в 2012 году глобальный стандартизированный по возрасту показатель частоты самоубийств (на 100 тыс. населения) составил 11,4. Данные по странам, приведенные в докладе, свидетельствуют о том, что уровень суицидальной смертности в России один из самых высоких в глобальном масштабе. В 2012 году Россия находилась на 15 месте по уровню смертности от самоубийств из 172 государств - членов ВОЗ³.

Опираясь на данные ВОЗ, можно сделать вывод, что проблема самоубийства является злободневной проблемой современности, затрагивающей не только Россию, но и весь мир.

Одним из первых определение суициду дал Э. Дюркгейм. Самоубийством называется любой смертный случай, который является непосредственным или опосредственным результатом положительных или отрицательных действий, совершенных самим

пострадавшим, если этот пострадавший знал об ожидавших его результатах. Также Дюркгейм отмечал, что место самоубийства в общей моральной жизни человека показывает, что самоубийство не составляет совершенно обособленной группы факторов, оно не какой-то исключительный класс чудовищных явлений, прибывающих вне всякой связи с другими видами поведения. Напротив, самоубийство соединено с ними непрерывным рядом промежуточных ступеней и оказывается только преувеличенной формой повседневных поступков⁴.

Суициды делятся на три основные группы:

- *Истинный суицид* характеризуется желанием умереть, он никогда не бывает спонтанным, хотя иногда и выглядит довольно неожиданным. Подобному суициду всегда предшествуют депрессивное состояние, угнетенное настроение или мысли об уходе из жизни. Еще одной особенностью истинного суицида являются размышления и переживания по поводу смысла жизни.

- *Демонстративный суицид* не связан с желанием умереть, а наоборот является способом обратить внимание на свои проблемы, позвать на помощь, вести диалог. Это может быть и попытка своеобразного шантажа. Смертельный исход в данном случае является следствием роковой случайности.

- *Скрытый суицид (косвенное самоубийство)* - вид суицидального поведения, не отвечающий его признакам в строгом смысле, но имеющий ту же направленность и результат. В большей мере данное поведение нацелено на риск, на игру со смертью, чем на уход из жизни. Это действия, сопровождающиеся высокой вероятностью летального исхода.

Исследование показало, что "каждое общество в известный исторический момент имеет определенную склонность к самоубийствам". Интенсивность этой склонности измеряется отношением добровольных смертей к числу населения, в независимости от пола. Эта величина называется показателем самоубийств. Этот показатель более постоянен, нежели показатель общей смертности населения. В конкретно одном обществе процент самоубийств, практически не изменяется, а вот в различных обществах он разный⁴.

Долгое время считалось, что вообще все самоубийцы являются психически ненормальными людьми, но современные исследования показывают, что суициды психически больных составляют лишь около 20% от общего числа самоубийств. Э. Дюркгейм выделил четыре вида самоубийств, в зависимости от причин:

- *Эгоистическое самоубийство* - самоубийство, совершенное в результате ощущения глубокого личного несчастья, чувства человека, что он лично ответствен за несоответствие социальным и личным ожиданиям. Этот вид обусловлен причинами, которые отдаляют индивида от общества, перестающего влиять на него регулирующим образом.

- *Альтруистическое самоубийство* - форма самоубийства, свойственная высокоинтегрированным обществам и некоторым типам социальной организации, в которых социальная интеграция столь же сильна. Примеры альтруистического самоубийства - сутаназия старых и немощных в некоторых примитивных обществах или самоубийства чести (в частности, среди военных).

- *Аномическое самоубийство* - форма самоубийства, связанная с аномией, то есть с серьезными изменениями социального порядка, типа непредвиденной катастрофы или быстрого экономического роста, либо с любыми подобными нарушениями социальных ожиданий.

- *Фаталистическое самоубийство* - форма самоубийства, являющаяся результатом "гнетущего регулирования" и "физического или морального деспотизма", например, самоубийство рабов. Тем самым Дюркгейм предложил рассматривать данную форму как противоположную аномическому самоубийству.

Дюркгейм доказал, что самоубийства предопределяются не психологическими причинами, а в большей степени социальными. Он отмечал, что количество самоубийств в обществе определяется особыми фактами социальной жизни - коллективными представлениями, которые определяют индивидуальные видения мира. Например, коллективная связь, сплоченность общества в этом смысле задерживают самоубийства. Индивид отходит от социальной жизни и ставит свои личные цели выше стремления к общему благу, когда сплоченность общества ослабевает, это может стать причиной решения уйти из жизни. Таким образом, главная причина самоубийства по Дюркгейму - одиночество⁴.

Анализируя причины самоубийств, статистика говорит о том, что основными среди них являются:

- возрастной кризис;
- грубые психические расстройства личности;
- смерть супруга;
- отсутствие семьи;
- неизлечимая болезнь;
- отсутствие работы;
- одиночество.

Неустойчивость и снижение социальной интеграции лежит в основе суицидального поведения. А само самоубийство во всех случаях понимается лишь с точки зрения взаимоотношений индивида с социальной средой, во время этого социальные факторы играют ведущую роль. Специалисты ВОЗ подчеркивают, что рост самоубийств в странах, вступающих на путь экономического и социального развития, прямо пропорционален темпам экономического развития этих стран. Тем не менее влияние социальных и экономических факторов на возникновение суицида обычно носит косвенный характер. Современное состояние культуры предполагает постоянное принудительное общение с огромной массой людей, которое обезличивает конкретного человека и впоследствии порождает конфликты⁵.

Не нужно забывать о влиянии СМИ, которое происходит в большей степени на сознание молодежи. Источники СМИ, вызывающие интерес со стороны молодого поколения, используют в своей информации агрессивную риторику, которая приводит к повышению уровня тревожности в обществе. Это позволяет манипулировать сознанием молодых людей⁶.

Выяснилось, что чем больше внимания СМИ уделяют освещению суицидов, тем сильнее растет число последующих самоубийств. После показа сюжетов о суициде по телевидению рост числа самоубийств сохраняется в течение десяти дней. Оказалось

также, что наибольший эффект на рост числа самоубийств имеют сообщения о суициде известных людей⁷.

Одни из таких, подражательные самоубийства. Пик риска подобных суицидов приходится на первые 3-7 дней после сообщения СМИ с положим 2-х недельным спадом. Мало известно, насколько суицид знаменитости влияет на суицидальные мысли в отдаленной перспективе, возможно (в Азии), до 8-15 месяцев. Известны "юбилейные" суициды (спустя год после смерти кумира). Выраженность и длительность "эффекта Вертера" зависят от меры сходства между моделью и "подражателем".⁸

Вместе с тем, в 2003 году доктор психологии Дэниел Ромер на ежегодной конвенции Американской психологической ассоциации сказал, что медиа несут ответственность за каждое десятое самоубийство среди людей младше 25 лет. По его словам, СМИ или "подали идею" совершить самоубийство, или "подказали способ" тем, кто уже был в группе риска.

С целью снизить риск отрицательного влияния информации данного вида на зрителей, Всемирной Организацией Здравоохранения было разработано специальное руководство, перечисляющее правила упоминания информации о суициде в СМИ. Данное руководство является частью глобальной программы SUPRE, направленной на предотвращение суицида.

Подобные рекомендации по освещению самоубийств для СМИ. начали действовать в 1987 году в Австрии. После этого количество самоубийств и попыток суицида в метро снизилось на 80% за полгода. В целом с 1987-го число самоубийств в Вене снизилось на 40%, а во всей Австрии - на 33%.⁷

Роспотребнадзор опубликовал проект рекомендаций⁸ для СМИ о том, как нужно писать о суициде. "Пропаганда суицида" запрещена в России еще с 2012 года - это значит, что средства массовой информации не могут публиковать призывы к самоубийству и описывать существующие способы. С 2015-го запретили указывать и причины самоубийств. Несмотря на то что запрет на "пропаганду суицида" действует уже несколько лет, никаких особых рекомендаций для СМИ на эту тему до сих пор не публиковалось⁸.

К сожалению, осведомленность среди населения нашей страны о самоубийстве являются недостаточными, для того чтобы выявить суицидальное поведение и применить необходимые меры в отношении суицидального человека. Так же существуют предрассудки по поводу предотвращения самоубийства, но на самом деле его возможно предотвратить следующими мерами:

- ограничение доступа к средствам самоубийства (например, пестицидам, огнестрельному оружию, некоторым лекарствам);
- ответственное освещение в средствах массовой информации;
- внедрение алкогольной политики для сокращения вредного использования алкоголя;
- раннее выявление, лечение и уход за людьми с психическими расстройствами и различными зависимостями, хроническими болями и острыми эмоциональными расстройствами;
- подготовка неспециализированного медицинского персонала по вопросам оценки и управления суицидальным поведением⁹.

Вместе с тем существуют защитные факторы, которые оберегают человека от опасности самоубийства. Они повышают сопротивляемость человека и укрепляют его

связи с другими, защищая от суицидального поведения. Сопротивляемость уменьшает воздействие риска самоубийства, у таких людей причинно-следственная связь между риском самоубийства и суицидальным поведением ослаблена. Некоторые защитные факторы противостоят конкретным, единичным факторам риска, а другие защищают людей сразу от ряда рисков¹⁰.

Самоубийства - это сложный вопрос, и в следствии этого необходимо координировать усилия по предотвращению самоубийств и совместную работу ряда секторов общества, которые включают сектор здравоохранения, образование, право, сельское хозяйство, бизнес, правосудие, трудовые ресурсы, оборона, политика и СМИ. Эти усилия должны иметь всеобъемлющий и комплексный характер, поскольку действие одного из нескольких подходов не может оказать в полной мере воздействие на такой сложный и важный вопрос, как самоубийства¹⁰.

¹ Клейберг Ю.А. Психология девиантного поведения. СПб. : Алф-Пресс, 2014.

² Крутько Д.И. Актуальность проблемы суицидального поведения. 26.10.2016. URL: <http://medzdrav.com.ua/aktualnost-problemy-suicidalnogo-povedeniya>.

³ Preventing suicide: a global imperative. Geneva : World Health Organization; 2014 С. 91. URL: <http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/152893/3/Suicide%20report%20a%20global%20imperative%2028Rus%29.pdf?ua=1&ua=1>.

⁴ Дюркгейм Э. Самоубийство: Социологический этюд. М. : Просвещение, 2004.

⁵ Амбрумова А.Г. Суицидальное поведение как объект комплексного изучения // Комплексные исследования в суицидологии : сб. тр. Моск. НИИ психиатрии. М., 1986.

⁶ Корчагина Т.В., Жирнова К.В. Влияние средств массовой информации на формировании личности студентов вузов // Вестник Самарского государственного университета. 2012. № 7 (93). С. 86.

⁷ СМИ влияют на число самоубийств. 2016. URL: <https://meduza.io/cards/smi-vliyayut-na-chislo-samoubiystv-eto-pravda>.

⁸ О разработке рекомендаций по особенностям освещения в СМИ информации о случаях самоубийства. URL: http://rospotrebnadzor.ru/about/info/news/news_details.php?ELEMENT_ID=6243.

⁹ Самоубийство : информ. бюл. 2017. URL: <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs398/ru>.

¹⁰ Preventing suicide: a global imperative ...

SUICIDE AS A SOCIAL PHENOMENON

© 2017 Kozhevina Darya Alexandrovna
Student

© 2017 Korotaeva Tatyana Vasilyevna
Candidate of Historical Sciences, Associate Professor
Samara state University of Economics
E-mail: d.kozhevina0616@yandex.ru

Keywords: suicide, suicide, a social phenomenon of suicidal behaviour, typology of suicides, the media.

The article is devoted to such social phenomenon as suicide. The following topics are discussed: the nature of suicide possible causes of suicide, types of suicide.

АКТУАЛЬНОСТЬ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

© 2017 Коротаяева Татьяна Васильевна

кандидат исторических наук, доцент

© 2017 Малышева Алеся Сергеевна

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: corotaeva2014@yandex.ru, alesyamalysheva2014@rambler.ru

Ключевые слова: двухуровневая система, объединение вузов, информатизация, индивидуализация.

Рассматривается необходимость высшего образования на сегодняшний день, а также существующие достоинства и недостатки качества образования. Представлена статистика объединения высших учебных заведений на 2016 год. Финансовое содержание студента на сегодняшний день. Преимущества и недостатки двухуровневой системы образования.

Социальная структура общества не перестает совершенствоваться. Главная необходимость в получении высшего образования обуславливается тем, что без него невозможно должным образом освоить все ресурсы и достижения современного общества.

Бытует мнение, что самообразование также эффективно, как обучение в высшем учебном заведении, однако, оно ошибочно. Это можно аргументировать тем, что только квалифицированные специалисты могут направить обучаемого в нужное русло и помочь правильно понять и обработать изучаемый материал. Следует не забывать о повышении личной ответственности и активности в приобретении знаний, так как главная задача преподавателя - дать направление.

Прямое взаимодействие с квалифицированным преподавателем всегда дает студенту косвенную мотивацию для приобретения знаний, так как общение с образованным человеком всегда вызывает восхищение.

Аналитики прогнозируют, что образование будущего станет совершенно иным. Университет станет единым сообществом, где все чему-то обучаются друг у друга и помогают друг другу развиваться. Все шире будут развиваться гражданские образовательные проекты как альтернатива нынешним университетам¹.

Выделяют две основные задачи совершенствования образования в высшем учебном заведении: информатизация и индивидуализация. Исходя из этих направлений, были выведены два основных подхода к налаживанию процедуры получения образования в высшем учебном заведении²:

- Информационный подход, представляющий собой использование в практике навыков дистанционного обучения, освоению постоянно пополняющихся информационных ресурсов.

- Индивидуальный подход основан на индивидуальной осведомленности.

В России, как и в большинстве стран, двухуровневая система образования³. Данная система имеет как преимущества, так и недостатки. Однозначным преимуществом является то, что после перехода на данную систему значительно повысился престиж, конкурентоспособность и востребованность российского образования на мировой арене. Однако, не для всех специальностей достаточно четырехлетнего цикла. К таким специальностям можно отнести медицинские, математические, инженерные или военные⁴. Для качественной подготовки специалистов необходимо увеличить финансирование высших учебных заведений до уровня высокоразвитых стран. Формирование новых теорий, а не повторение мировых идей возможно только с хорошим финансированием вузов.

На сегодняшний день продолжается процесс совершенствования системы образования. Государство, в целях оптимизации бюджетных расходов на образование, приняло решение объединить образовательные организации. На 2016 год, по сравнению с предыдущим, высших учебных заведений сократилось на 8,8% или на 79 единиц⁵. Наряду с этим происходит уменьшение обучающихся студентов. По сравнению с предыдущим годом в 2016 году количество студентов уменьшилось на 387,7 тысяч человек.

В России существует проблема, которой невозможно не уделить внимание: далеко не каждый гражданин Российской Федерации может позволить себе получить высшее образование из-за больших трат на содержание студента и само обучение. В среднем в России на содержание студента уходит около 300-400 долларов в месяц, а на учебный год это составляет 3000-4000 долларов⁶. Рекомендуется добавить к вышесказанному еще 300-400 долларов на первое время для обустройства. Исходя из этого, учитывая снижение курса рубля по отношению к мировым валютам, на данный момент в России иностранцам выгодно получать высшее образование. В Москве и Санкт-Петербурге самый высокий уровень цен. Соответственно, в других регионах расходы будут ниже.

Все сводится к тому, что социум стремится к продолжению существования. Достичь данной цели можно только благодаря непрерывному обновлению и роль высшего образования играет в этом ключевую роль. Прежде всего, образование заключается в передаче опыта посредством взаимодействия - общения. Взаимодействие преподавателя со студентом проявляется в ценном багаже качественного опыта и знаний. Благополучность государства напрямую зависит от грамотности населения. Исходя из этого, Российская Федерация совершенствует систему образования, тем самым предоставляя молодому поколению возможность получить достойное образование наряду с другими развитыми странами.

¹ Корчагина Т.В., Платонова О.В. Высшая школа - взгляд в будущее // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 11. С. 138-140.

² Чупрова Л.В. Проблема совершенствования образовательного процесса в вузе // Педагогика: традиции и инновации : материалы Междунар. науч. конф. (г. Челябинск, окт. 2011 г.) Т. 2. Челябинск, 2011. С. 100-102.

³ Кантер В.В. Двухуровневая система образования, правовые аспекты // Молодой ученый. 2001. № 12. Т. 2. С. 9-11.

⁴ Винокуров М.А. Высшее образование и наука в России: проблемы и перспективы. 2012.

⁵ URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru.

⁶ URL: <http://studyinrussia.ru>.

THE RELEVANCE OF HIGH EDUCATION IN THE MODERN WORLD

© 2017 Korotaeva Tatyana Vasilyevna

Candidate of Historical Sciences, Associate Professor

© 2017 Malysheva Alesya Sergeevna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: corotaeva2014@yandex.ru, alesyamalysheva2014@rambler.ru

Keywords: two-level system, the union of universities, informatization, individualization.

The article considers the need for higher education today, as well as the existing advantages and disadvantages of the quality of education. The statistics of association of higher educational institutions for 2016 are presented. The financial content of the student today. Advantages and disadvantages of a two-level education system.

УДК 334

ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ НА ФОРМИРОВАНИЕ ЛИЧНОСТИ СТУДЕНТОВ. ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ

© 2017 Коротаева Татьяна Васильевна

кандидат исторических наук, доцент

© 2017 Осипова Кристина Николаевна

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: corotaeva2014@yandex.ru

Ключевые слова: социальные сети, Интернет, влияние, распространение, общение, общество.

Данная статья посвящена проблеме влияния социальных сетей на формирование личности студентов. Рассматривается как положительный, так и отрицательный эффект. На основе проведенного исследования сделан вывод, что информационно-коммуникативные технологии выступают важнейшим стилиобразующим фактором в образе жизни современной молодежи.

XXI век - век информационных технологий. То, что еще совсем недавно казалось новым и неизведанным, сегодня уже неактуально. Не сравнить влияние технологий на человека 20 лет назад и сейчас: в мире появляются все новые гаджеты, к которым человек успевает приспосабливаться. Среди всех возможных ноу-хау особое место занимает Интернет, созданный в 1982 году, тогда он еще не представлял возможностей, которые

он предоставляет сейчас. Интернет стал всеохватывающей площадкой, которая объединило все и вся. Глобальная паутина захватническим образом захватывает все сферы человечества, именно захватывает, ведь у человека практически не остается времени на реальную жизнь.

Одними из самых влиятельных последствий распространения сети на человека десятилетиями 21 столетия стали соц.сети (социальные сети). У каждого учащегося, то ли он школьник или студент, есть своя страница в социальных сетях.

Профиль молодого человека в соц.сетях отражает его эмоции, отношение к какому-либо событию, показывает свое "Я", которое часто не совпадает с реальностью в жизни. Личная страница в сети воспринимается человеком, как пространство, где можно заводить новых друзей по всему миру, заявить о себе, состоять в группах по интересам, общаться со сверстниками, родственниками, так же с недавних пор - соц.сети используют для заработка¹. Особую популярность среди молодежи получили "ВКонтакте", "Инстаграмм", "Twitter". Интернет и социальные сети оказывают самое серьезное влияние на социализацию современной молодежи, оно имеет как позитивный, так и негативный характер.

К недостаткам соц.сетей относят феномен, называемый "одиночество в толпе", который показывает, что человек на самом деле проводит больше времени с компьютером или телефоном, а не с реальными людьми. Этот факт однозначно сказывается на психике. Человек все больше прячется от реальных проблем внешнего мира в виртуальности. У него появляется "телефонная" зависимость (т.к. чаще для выхода в соц.сеть используют телефон), при этом человек этого не замечает. Молодой человек начинает отказываться от своих любимых увлечений, появляются пропуски в университете, теряется много свободного времени, которое можно было бы потратить на общение с друзьями, семьей, занятие спортом². Многие студенты свободную минуту от занятий тратят на обновление новостей в ленте. По результатам анкетирования в работе Адарина Р.Т. было выяснено, что треть респондентов пользуются соц. сетями для удовлетворения потребностей, а именно - развлечения, хобби, новости, другие цели³.

К негативным последствиям, оказываемыми социальными сетями на мировоззрение студентов относят упрощенное общение. Бездушные смайлики заменяют эмоции и чувства, теряется живое общение, появляются различные молодежные слэнги; сокращаются слова, где пропадает вся красочность слов.

В статье Корчагиной Т.В. указывается, что для привлечения интереса молодого поколения к различным источникам, используются агрессивная риторика, которая приводит к повышению тревожности в обществе. Это позволяет манипулировать сознанием молодых людей⁴.

Обратной стороной данного процесса является переход географического барьера, т.о. человеку может общаться с людьми из любой точки мира. Сайты данной тематики позволяют наладить культурный обмен между людьми из разных стран, помогают изучить языки, понять культуру и обычаи страны, перенять для себя что-то новое и интересное⁵.

Так же соц.сети могут находить настоящих друзей, группу по интересам, общение с которыми потом происходит в реальной жизни. Еще одним приоритетом использования соц.сети является возможность получить дополнительный заработок, предлагая различные услуги, оказывая рекламу. Такой возможностью "подзаработать" пользуются многие студенты, не прикладывая к этому больших усилий.

Итак, социальные сети являются неотъемлемой частью жизни современного человека. Число пользователей и количество их времени проведенное "в сети" с каждым днем увеличивается, социальные сети становятся многофункциональными и заменяют многие другие сервисы. Данный процесс объясняется тем, что соц.сети дают возможность вести блог, слушать музыку, читать новости, смотреть фильмы, пересылать документы, редактировать фотографии и видео, посылать близким открытки, дарить виртуальные подарки, играть в игры. Все эти сервисы делают социальные сети удобной и главное - широкой платформой для общения. Но есть и недостатки, человек все больше забывает о реальной жизни, теряется "живое" общение, появляется возможность попасть во влияние сектантских групп. На данный момент, можно с уверенностью, что процесс распространения социальных сетей не обратимый, а информационно-коммуникативные технологии уже выступают как важнейший стилеобразующий фактор в образе жизни современной молодежи.

¹ Шумакова Е.В. Воспитательное пространство социальных сетей интернета // Профессиональное образование. Столица. 2011. № 6.

² Нестерова Г.В. Влияние сети интернет и социальных сетей на молодежь (на примере студентов ЕГУ им. И.А. Бунина) // Научное сообщество студентов XXI столетия. Общественные науки : сб. ст. по материалам VIII междунар. студ. науч.-практ. конф. № 8.

³ Адарин Р.Т., Туймешева Д.В. Социокультурный фактор развития информатизации в регионе (на примере республики Алтай) // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2011. № 9 (83). С. 5-9.

⁴ Корчагина Т.В., Жирнова К.В. Влияние средств массовой информации на формирование личности студентов вузов // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2012. № 7 (93). С. 86-89.

⁵ Бехманн Г. Современное общество: общество риска, информационное общество, общество знаний : пер. с нем.. 2-е изд. М. : Логос, 2012. 248 с.

THE IMPACT OF SOCIAL NETWORKS PROVIDED ON THE FORMATION OF PERSONALITY OF STUDENTS. THE MAIN FACTORS OF INFLUENCE

© 2017 Korotaeva Tatyana Vasilievna

Candidate of historical science, Associate Professor

© 2017 Osipova Kristina Nikolaevna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: corotaeva2014@yandex.ru

Keywords: social network, Internet, influence, distribution, communication, society.

This article is devoted to the problem of the prevalence of social networks on the formation of personality of students. This process has both positive and negative effects. On the basis of this study it was proved that information and communication technologies act as an important style-forming factor in the lifestyle of today's youth.

МОЛОДЕЖЬ В ОБЩЕСТВЕННОМ ВОСПРОИЗВОДСТВЕ

© 2017 Коротаева Татьяна Васильевна

кандидат исторических наук, доцент

© 2017 Чеснокова Элина Ивановна

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: corotaeva2014@yandex.ru

Ключевые слова: социальное развитие, социальное образование, инновационный потенциал, безработица, транзичия.

В статье рассматривается процесс общественного воспроизводства и роль молодежи. Описан ряд особенностей развития молодежи в реформируемом обществе, определены основные социальные функции, нормативные требования, которые определяют социальное содержание критериев развития молодежи.

Восприятие молодежи, как социального развития напрямую связано с его соответствующим определением роли и статуса общественного воспроизводства. Население от 15 до 29 лет составляет 80 миллионов человек, что соответствует 15% государств-членов ЕС. В России в 1999 году 15,2 миллиона человек в России достигли 32,2 миллиона человек. В том числе 11,5 млн. - 15-19 лет, 10,6 млн. - 20-24 года, 1,01 млн. - 25-29 лет; 2. В результате поколений социальная структура обычного или непрерывного воспроизводства, суть самой молодежи понимается как сообщество, основные социальные функции которых раскрываются¹.

Одним из наиболее важных является воспроизведение, при котором молодой рост наследует и копирует сформированную структуру связей с общественностью. Для достижения этой функции, благодаря своему инновационному потенциалу, любое новое происхождение обеспечивает целостность общества и участвует в его совершенствовании и преобразовании. Таким образом, это развитие молодежи и воспроизводство сообщества. Воспроизведение относится к непрерывному обновлению и постоянному общественному производству, предназначенному для обеспечения того, чтобы сообщество и его отдельные группы развивались как согласованная система. По характеру этого процесса он может быть разрушительным (отстающим), нормальным (обновленным) и расширенным (увеличение масштабирования). В процессе государственного производства не только воспроизводство материальных благ или совместных общественных благ, но и осуществлялось множество общественных отношений. Поэтому уместно объяснить эволюцию социальных отношений и групповой системы в форме рекурсивной реконструкции².

Таким образом, социальное образование молодежи по-прежнему будет иметь разрушительную форму (дезинтеграция, социальное отступление), это предыдущие поколения непрерывной социальной практики (всеобщее разведение), доступ к расширению репродуктивных характеристик, маршрут обновления условий жизни, всей системы связей с общественностью. В общественные дела они определили, что молодое происхождение было включено в сообщество. Отражая природу циклической природы системы социальных отношений, социальное планирование этого процесса стало молодежью в социальной структуре изменения, то есть определенным направлением социальной мобильности. В процессе развития социального омоложения положительная ориентация числа и качества молодежи доказывает социальное развитие этой социальной группы населения. Показателем социального развития является этап социальной зрелости. Развитие социальной зрелости молодого поколения и его социальной зрелости в процессе интеграции в социальную структуру отражает приобретение и распределение их собственного социального статуса, а также отражает идентичность различных социальных групп. Этот процесс называется социологическим переходом, то есть переходом на зрелую позицию и одновременно не заполняет аналогичные предметы. Существует много способов определить переход, который характеризует индивидуальность взаимодействия между молодежью и социальной средой, а также обычные последствия событий, которые происходят во время перехода к зрелой жизни. Они больше похожи на молодого человека, превратившегося в доминирующее положение рабочего мира³.

В 60-е годы это мнение интерпретировалось как "заполнение социальных ниш", отражая известный функционалистский подъезд с упором на изучение нормами, гарантирующими удачную интеграцию в статусную ролевую структуру зрелого решетка. Существовали, сообразно наименьшей мерке, три типичные модели перехода к трудящийся деловитости, посреди которых было получение верховного образования, разные виды профессиональных тренингов, включая школьничество, а еще рукоделие той либо другой позиции от, так называемого, "белого воротничка" по неквалифицированного труда, при слабой специальной подготовке и неимении перспектив социально-профессионального продвижения. С усилением безработицы усложнялась и транзичия. Все наиболее общим становилось продленное (пост-обязательное) образование и почти все молодые люди, чтоб не перевоплотиться в безработных, проходили специальную профессиональную подготовку, либо решали каждые ухищрения, дабы найти работу. В итоге усложняется и сам процесс социального воспроизводства. Продление периода транзичии в сфере труда отображается в новых научных концепциях, расширяющих функционалистское сознание. Появляются такие мнения, как "мосты", "пути", "тропы", двигаясь сообразно которым молодое происхождение вступает во зрелую жизнь. В 80-х годах им на замену прибывает мнение "траектория", также несущее на себе воздействие структурализма. С позиции данных исследовательских перспектив все заслуги в трудящийся сфере рассматривались как результат деятельности соц сил, окружающих за пределами контроля юных людей. Структурными причинами выступали до этого только соц класс, гендер, этничность, образование и условия базара труда, а не индивидуальные характеристики и рвенция⁴.

Формирование пост-структурализма в 90-е годы привнесло конфигурации и в анализ проф самоопределения молодежи, рассматриваемого отныне в определениях "навигации". Сообразно предоставленной модели транзикация зависит большей долею от сочетания личных возможностей юных людей и возможностей преодоления наружных рисков и угроз. А молодая поросль обязана, по заключению Гидденса, выучиться просчитывать открывшиеся возможности⁵.

Другими словами, в современном сообществе юные индивиды аналогично морякам прокладывают путь сообразно бурлящим волнам неопределенности. В сознании юной личности транзикация выражается в стремлении добиться статус собственных родителей либо старших братьев, товарищей. Приобретение приносит улажнение и является стимулом для дальнейшего повышения собственного статуса, а нереализованность житейских планов приводит к разочарованию и розыску остальных стезей жизненного самоопределения⁶.

¹ Чупров В.И., Зубок Ю.А., Уильямс К. Молодежь в обществе риска. 2-е изд. М.: Наука, 2003.

² Россия 2030 глазами молодых ученых: материалы V Всерос. науч. конф. (Москва, 5 апр. 2013 г.). М., 2013.

³ Кораблева Г.Б. Об институциональном подходе к исследованию связи профессии и образованию // Социс. 2000. № 6.

⁴ Чупров В.И. Молодежь в общественном воспроизводстве. М., 1998 г.

⁵ Культурология / под науч. ред. Г.В. Драча. 3-е изд. 2002

⁶ Кочеткова Н.В. Социология образования: актуальные проблемы становления и развития // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2012. № 3. С. 26-32.

Коротаева Т.В. Анализ теории и инновационного менеджмента в образовании // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 7. С. 39-41.

YOUTH IN SOCIAL REPRODUCTION

© 2017 Korotaeva Tatyana Vasilievna

Candidate of Historical Sciences, Associate Professor

© 2017 Chesnokova Elina Ivanovna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: corotaeva2014@yandex.ru

Keywords: social development, social education, innovative potential, unemployment, and transformation.

The article deals with the process of social reproduction and the role of youth. A number of features of youth development in a reformed society are described, basic social functions, regulatory requirements that determine the social content of youth development criteria are defined.

КРИТЕРИИ ВЫБОРА БРАЧНОГО ПАРТНЕРА У РАЗНЫХ ВОЗРАСТНЫХ ГРУПП

© 2017 Кувшинникова Валерия Игоревна*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: lera.kuvshinnikova.98@mail.ru

Ключевые слова: брак, семья, молодежь, психологическая готовность к брачно-семейным отношениям.

Раскрывается проблема выбора брачного партнера, рассматриваются идеальные образы будущих супругов в сопоставлении с реалиями жизни, психологическое отношение личности к браку, проводится сравнительный анализ критериев выбора брачного партнера и семейных отношений у разных возрастных групп.

В связи с кардинальными изменениями, происходящими в таком социальном институте как семья, проблема брачных установок современной молодежи является очень актуальной. Современная семья, ее ценности и проблемы являются объектом исследования многих наук: педагогики, социологии, демографии, экономики. Каждая из них в соответствии со своим предметом изучает специфические стороны функционирования и развития семьи. Экономика изучает потребительские аспекты семьи и участие ее в производстве материальных благ и услуг. Этнография - особенности уклада жизни и быта семей различной этнической принадлежности. Демография занимается изучением роли семьи в процессе воспроизводства населения. Педагогика исследует ее воспитательные возможности. Психология рассматривают системные особенности семьи, динамику семейных отношений, эго-идентичность и семейные отношения¹.

Психологическая готовность людей к заключению брака во многом определяется их дальнейшими планами на жизнь и представлениями об идеальном для них будущем. При выборе брачного партнера индивид определяют для себя особые составляющие, которые он хотел бы видеть в будущем супруге; иными словами человек конструирует в своем сознании образ идеального брачного партнера².

Важно отметить что, основа будущих неразрешимых противоречий между супругами закладывается часто на этапе выбора партнеров. Именно в этот период совершаются ошибки, которые в дальнейшем ведут к неустойчивости брака и в иных случаях к его расторжению. Так, на создание идеального образа потенциального брачного партнера у молодых людей влияют такие факторы как предшествующий опыт общения и отношений, сложившиеся отношения между родителями, литературные прообразы, социально-психологический тип личности (гендера), образы известных людей, стереотипы, принятые в обществе и идеалы ближайшего окружения. Из-за многообразия этих факторов молодым

* Научный руководитель - **Чеджемов Герман Асланбекович**, старший преподаватель.

людям бывает сложно оптимально спланировать свое будущее, построить устойчивые брачно-семейные отношения и жить самостоятельно.

Образ будущего брачного партнера имеет огромное влияние на молодых людей, так как отталкиваясь от нее они, как правило, строят свою будущую жизнь. Так, по мнению одного известного ученого, идеальный образ партнера является стимулом для развития его личности и наоборот.

Молодые люди, при формировании критериев к будущему супругу, как правило, большее внимание обращают на такие показатели как внешние данные, уровень дохода, положение в обществе и образование. Иными словами молодежь выводит на первый план потенциальную перспективность, а не надежность и готовность к браку. Часто слишком завышенные ожидания, предъявляемые к партнеру приводят к неудовлетворенности взаимоотношениями с ним и при неумении или нежелании наладить взаимодействие с учетом реального образа партнера приводят к распаду отношений³.

Таким образом, составляющие психологической готовности к брачно-семейным отношениям у молодых людей сформированы недостаточно.

Если рассматривать критерии брачного выбора у другой возрастной категории, то можем увидеть совершенно иную ситуацию. Позиции в области брака у мужчин и женщин претерпевают качественную перестройку: после 30 у женщин обнаруживается скачок ценности семейной жизни, когда формируется образ семьи с доминантой родительских, хозяйственных обязанностей и потребностью в духовной совместимости с потенциальным партнером. При этом снижается важность материальной составляющей брака. У мужчин снижаются требования к физической привлекательности партнера, а ценность "мимолетного флирта" уступает место крепкой и надежной семье⁴. Существенный прогресс эмоционального аспекта психологической готовности к браку с возрастом происходит у мужчин: повышается общий уровень эмпатийных способностей, включая рациональный, эмоциональный, интуитивный каналы эмпатии, а также установки, способствующие ей. В то время как у женщин формируются дополнительные аттитуды, способствующие сочувствованию и сопереживанию партнеру. Поведенческий аспект психологической готовности к браку также трансформируется с возрастом: у женщин растет стремление к конструктивному взаимодействию в конфликте, используя терпимость и чуткость, и намерение прислушиваться к ожиданиям партнера в вопросах воспитания, которое, наоборот, утрачивается у мужчин на фоне роста потребности в автономии и реалистичности в хозяйственно-бытовых вопросах.

Таким образом, наиболее психологически подготовленными к брачно-семейным отношениям можно считать людей в возрасте после 30 лет, принимая во внимание их возрастную специфику. Для людей более раннего возраста будет оптимален гражданский брак, что поможет им постепенно подготовиться к семейной жизни⁵.

¹ Чернова В.Д. Ранние браки: проблемы нестабильности и развода в современной России // Вестник СМУС-74. 2014. № 1.

² Порохнюк Е.В. Роль семейных и фамильных традиций в процессе социокультурной трансформации традиционной модели семьи в России и странах Востока // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 4. С. 153.

³ Бондарев С.И., Чеджемов Г.А. Социальные проблемы города // Известия института систем управления Самарского государственного экономического университета. 2011. № 2 (3). С. 11-16.

⁴ Белянкина Е.О., Чеджемов Г.А. Отношение к браку: от древности до наших дней // Известия Института систем управления Самарского государственного экономического университета. 2017. № 1 (15). С. 35-38.

⁵ Карабанова О.А. Психология семейных отношений и основы семейного консультирования. М., 2007. С. 423.

CRITERIAS FOR CHOOSING A MARRIAGE PARTNER BETWEEN DIFFERENT AGE GROUPS

© 2017 Kuvshinnikova Valeria Igorevna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: lera.kuvshinnikova.98@mail.ru

Keywords: marriage, family, youth, psychological readiness for marriage and family relationship.

This article reveals the problem of choosing a marriage partner, as well as examining the ideal images of future spouses in comparison with the realities of life, considering the psychological attitude of the individual to marriage, as well as a comparative analysis of the criteria for choosing a marriage partner and family relations for different age groups.

УДК 316.3+316.4

СОЦИАЛЬНЫЕ ЦЕННОСТИ АБИТУРИЕНТОВ И ИХ РОДИТЕЛЕЙ В ДИСКУРСЕ СОЦИАЛЬНОЙ СУБСИДИАРНОСТИ ПОКОЛЕНИЙ

© 2017 Лебедева Людмила Геннадьевна

старший преподаватель

Самарский государственный экономический университет

E-mail: ludleb@mail.ru

Ключевые слова: социальные ценности, образование, социальная субсидиарность (самостоятельность, опора на собственные силы), преемственность поколений.

В условиях социальной трансформации в России меняются многие аспекты социальной субсидиарности поколений. Важным "перекрестком" на жизненном пути молодежи и во взаимоотношениях поколений детей и их родителей является период поступления в вуз, когда определяется "вектор судьбы" новых поколений и качество преемственности поколений.

Вузы сегодня все больше выступают в качестве интеграторов развития предпринимательства и поставщиков инноваций как основы эффективной стратегии экономического роста, именно в вузах осуществляется значительная часть инвестиций в человеческий

капитал¹. Вполне прагматичный аспект образования - получение необходимой профессии и квалификации для достойного трудоустройства и социальной самостоятельности (субсидиарности). В том числе речь и о возможности в "духе времени" идти по пути предпринимательства. Какие социальные ценности, социальные установки оказываются на первых местах для абитуриентов и их родителей?! От этого зависит в определяющей мере личная судьба и достижения будущих выпускников вузов, их реальные возможности успешно адаптироваться в социально-трудовой жизни, быть социально самостоятельными. Что показывают социологические данные (табл. 1)?

Таблица 1

**Распределение ответов на вопрос:
"Родители ничего не должны своим взрослым детям, кроме любви и понимания"**

Варианты ответов	Абитуриенты (n = 180)		Родители (n = 150)	
	(абс.)	(%)	(абс.)	(%)
1. Да, согласен	86	47,78	39	26,00
2. Нет, не согласен	62	34,44	101	67,33
3. Не знаю	33	18,33	10	6,67
Итого:	180	100	150	100

Источник: Выбор абитуриента и его родителей: материалы социологического опроса (июнь - июль 2016 г.) на базе Самарского государственного экономического университета; рук. Л.Г. Лебедева. (На правах рукописи).

Поколение "детей" в существенной степени уже готово взять на себя ответственность за свою судьбу (в духе социальной субсидиарности). Об этом говорит 47,78% ответов в пользу позиции - "Родители ничего не должны своим взрослым детям, кроме любви и понимания" (хотя при этом третья часть респондентов - детей признали свою неготовность к этому). А поколение "отцов" в большинстве своем готово брать на себя ответственность за судьбу детей. Об этом говорит 67,33% ответов в пользу позиции - "Нет, не согласен" (что "Родители ничего не должны своим взрослым детям, кроме любви и понимания"). При этом, однако, четвертая часть респондентов - родителей выразила согласие с указанной позицией. При этом, правда, некоторая часть респондентов затруднилась определить свою позицию, причем таковых заметно больше среди молодых и меньше среди старших по возрасту.

Как же проявляется социальная субсидиарность разных поколений во взаимоотношениях с государством, в отношении помощи со стороны государства? (табл. 2).

Таблица 2

**Распределение ответов на вопрос:
"Материального благополучия люди должны добиваться, используя свои способности, а не рассчитывать на помощь государства"**

Варианты ответов	Абитуриенты (n = 180)		Родители (n = 150)	
	(абс.)	(%)	(абс.)	(%)
1. Да, согласен	133	73,89	120	80,00
2. Нет, не согласен	28	15,56	21	14,00

Варианты ответов	Абитуриенты (n = 180)		Родители (n = 150)	
	(абс.)	(%)	(абс.)	(%)
3. Не знаю	20	11,11	9	6,00
Итого:	180	100	150	100

Источник: Выбор абитуриента и его родителей: материалы социологического опроса (июнь - июль 2016 г.) на базе Самарского государственного экономического университета; рук. Л.Г. Лебедева. (На правах рукописи).

Старшее и младшее поколения практически в одинаковой мере настроены добиваться материального благополучия, используя свои способности, не рассчитывая на помощь государства. Таковых 73,89% среди респондентов - абитуриентов, и 80,00% среди респондентов - родителей. Лишь примерно седьмая часть той и другой группы респондентов выразила свое несогласие с указанной позицией. Кроме того, как и по предыдущему вопросу, некоторая часть респондентов затруднилась определить свою позицию, при этом таковых заметно больше так же среди молодых и меньше среди старших по возрасту.

На приведенных социологических примерах можно увидеть, в определенной мере, ответ и на вопрос - сможет ли нынешнее поколение переступить через нравственные идеалы ради реализации собственных амбиций или обратиться к исторически сложившимся духовно-нравственным ценностям нации?² При таких социальных установках, которые связаны с взаимным уважением и заботой "отцов" и "детей", и при определенной готовности молодых брать на себя ответственность за свою судьбу (в духе социальной субсидиарности), на первый план выходят именно исторически сложившиеся духовно-нравственные ценности в качестве опоры для движения в новых социальных условиях.

В то же время, необходимо позаботиться о формировании у молодых поколений современных компетенций и профессионализма, причем, с учетом мотивационной составляющей³. Необходимо решать проблему компетентности с учетом условий перехода к инновационной экономике⁴. К сожалению, российская система образования и подготовки кадров не соответствует современным требованиям⁵. Таким образом, важно позаботиться о развитии соответствующим образом системы образования - а это "сфера ответственности", прежде всего, старших поколений.

¹ Шнякина Е.Ю. Оценка влияния глобальных трендов на развитие системы высшего образования // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2017. № 6 (152). С. 37.

² Зубарева С.С. Социовитальные ценности поколения Y в социокультурном пространстве современности: состояние, динамика, направленность // Ценности и смыслы. 2017. № 1 (47). С. 121.

³ Дудин Г.А. Профессионализм, социализация и человеческий капитал // Наука XXI века: актуальные направления развития. 2017. № 1-1. С. 90.

⁴ Дудин Г.А. Компетентность как аспект социализации личности работника в условиях перехода к инновационной экономике // Проблемы развития предприятий: теория и практика: материалы 15-й Междунар. науч.-практ. конф., посвящ. 85-летию Самар. гос. экон. ун-та. В 3 ч. Ч. 3. Самара, 2016. С. 181.

⁵ Хасаев Г.Р., Цыбатов В.А. Капиталосоздающий сектор экономики как основа экономического роста // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2017. № 6 (152). С. 15.

SOCIAL VALUES OF THE STUDENTS AND THEIR PARENTS IN THE DISCOURSE OF SOCIAL SUBSIDIARITY GENERATIONS

© 2017 Lebedeva Lyudmila Gennadyevna

Senior Lecturer

Samara State University of Economics

E-mail: ludleb@mail.ru

Keywords: social values, education, social subsidiarity (autonomy, relying on their own forces), the continuity of generations.

In the period of social transformation in Russia are changing many aspects of social subsidiarity generations. An important "crossroads" in life of youth and in relations between generations of children and their parents is the period of admission to the University when determined by the "vector of destiny" new generations and the quality of continuity of generations.

УДК 316.34/44

УТВЕРЖДЕНИЕ СОЦИАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВА КАК ФАКТОР ГАРМОНИЧНОЙ ПРЕЕМСТВЕННОСТИ ПОКОЛЕНИЙ

© 2017 Лебедева Людмила Геннадьевна

старший преподаватель

Самарский государственный экономический университет

E-mail: ludleb@mail.ru

Ключевые слова: социальное государство, социальная политика, социальная справедливость, преемственность поколений.

Вопрос об утверждении в российском обществе современного социального государства связан с важными и актуальными проблемами преемственности поколений. Необходимы более активная сознательная деятельность и более целеустремленное взаимодействие общественных сил и организаций в интересах гармоничной преемственности поколений на основе реализации на практике идеи социального государства.

В настоящее время все развитые страны мира являются фактически социальными государствами¹. Положение о социальном государстве содержится в Конституции РФ (статья 7, пункт 1)². Основные ценности социального государства представлены в Европейской социальной хартии, принятой Советом Европы в 1988 г. и пересмотренной в 1996 г. Эта хартия была ратифицирована Российской Федерацией в 2009 г.³.

В России необходимо учитывать также масштабный исторический процесс социальной трансформации, которая развернулась в 1990-х годах и привела к смене социальной системы. При этом, как справедливо отмечает Е.В. Федорова, в современной России, принявшей мировые социокультурные тенденции, возобновление социально-экономического развития и достижение политической стабильности было сделано в ущерб традиционной системе ценностей, что вызвало глубокий духовный кризис российского общества⁴.

Все системные изменения в обществе, так или иначе, сказываются и на процессе преемственности поколений. В то же время, по оценке А.Н. Закатова, историческим институтам присущ социокультурный суверенитет, характеризующийся самодостаточностью, самостоятельностью и независимостью⁵. Думается, что преемственность поколений правомерно рассматривать не как некую "историческую институцию", а как полноценный и самый масштабный социальный институт (мега социальный институт), которому тем более присущ "социокультурный суверенитет". И это обстоятельство вносит особую противоречивость и сложность в параллельные процессы преемственности поколений и утверждения ценностей социального государства.

Используя идеи М.Ю. Барбашина о социальных институтах, можно сказать, что представители разных поколений трансформируют, модифицируют, редактируют, транслируют социальные институты и соответствующие нормы и правила и соединяют с другими нормами и правилами. В то же время, пытаясь решить существующие проблемы, представители разных поколений не ограничиваются прежним опытом и создают новые смыслы и новые значимые образцы социального поведения в различных ситуациях⁶. То есть происходит социально-историческое творчество в повседневной деятельности масс.

В качестве основных проблем, которые необходимо решить на пути к современному социальному государству, можно указать на необходимость следовать научным основам социального управления, обеспечивать реальное благосостояние всего общества (а не только "избранных") и последовательно осуществлять принцип социальной справедливости⁷. От успешности реализации идеи социального государства, несомненно, в решающей степени зависит и степень гармоничности в развитии преемственности современных поколений россиян.

При этом для большинства россиян идея и понятие социального государства не такое уж заметное и важное в их сознании. Но зато важны определённые социальные ценности, отражающие суть социального государства, прежде всего, - справедливость (социальная справедливость). Это, например, достаточно убедительно показано в работе С.В. Мареевой⁸. В числе важнейших ценностей российского государства справедливость указывается в Преамбуле Конституции России, - что народ принял Конституцию, "что память предков, передавших нам любовь и уважение к Отечеству, веру в добро и справедливость"⁹. Впрочем, это не только российская проблема. По мнению, например, американского социолога Дж. Александера, основаниями интеграции современного общества могут являться только осознанные рефлексивные стремления людей к возможно более справедливому обществу¹⁰.

Анализ исторического опыта и современных реалий России позволяет признать, что в обществе в целом социальная справедливость рассматривается как своеобразный императив (требование, необходимость). Это вполне согласуется не только с общим положением о российском государстве как социальном государстве, но и с положением того

же пункта 1 статьи 7 Конституции, что политика российского государства (как социального государства) должна направляться на обеспечение достойной жизни и свободного развития человека. Массы граждан России, естественно, рассчитывают на реализацию на практике положений Конституции.

На наш взгляд, ценности социального государства являются своеобразным "интегрирующим мостом" между "советскими" ценностями и ценностями "новой России", что социальное государство, опираясь на всё лучшее, прогрессивное из опыта разных поколений, призвано и способно обеспечить сотрудничество и гармоничную преемственность поколений¹¹. При этом нельзя (и опасно) игнорировать цивилизационную и национальную специфичность коммуникационного пространства в государстве, в государственном управлении¹². В частности, следует учитывать, что в российской традиции стабильность и безопасность государства всегда была ценностью высшего порядка¹³.

Опыт истории подсказывает, что социальная политика в современной России должна быть своеобразно "центристской". Это, разумеется, и необходимо, и возможно - в русле общего повышения управляемости обществом и организациями в России¹⁴. При этом в современных реалиях России актуальным является применение и совершенствование механизмов государственно-частного партнёрства во всех сферах (не только в "чисто" экономических). В том числе механизмы социальной политики (прежде всего, на региональном уровне), предполагающие взаимодействие с бизнесом для решения социальных задач, могут выполнять роль локомотива в социальном развитии региона и страны¹⁵. А стратегическим ориентиром в социальной политике должны быть социальная справедливость и равные права для всех сограждан разных поколений.

¹ Гончаров П.К. Государство социальное // Социологическая энциклопедия : в 2 т. / Нац. обществ.-науч. фонд ; рук. науч. проекта Г.Ю. Семигин ; гл. ред. В.Н. Иванов. М. : Мысль, 2003. Т. 1. С. 222-224.

² Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 г.).

³ Европейская социальная хартия (пересмотренная) (СЕД № 163). Страсбург, 3 мая 1996 года. URL: <http://docs.cntd.ru/document/901991974>.

⁴ Федорова Е.В. Государственно-правовая доктрина И.А. Ильина как теоретический базис социокультурной трансформации современного российского общества // Ценности и смыслы. 2015. № 5 (39). С. 119.

⁵ Закатов А.Н. Социокультурный суверенитет исторических институций: истоки и современность // Ценности и смыслы. 2016. № 1 (41). С. С. 42.

⁶ Барбашин М.Ю. Институты и идентичность: методологические возможности теории институционального распада в современных социальных исследованиях // Дискуссия. Екатеринбург. 2014. № 4. С. 182.

⁷ Дудин Г.А. Тенденции и проблемы социального управления на пути к социальному государству // Проблемы развития предприятий: теория и практика : материалы 14-й Междунар. науч.-практ. конф. В 3 ч. Ч. 3. Самара, 2015. С. 43.

⁸ Мареева С.В. Справедливое общество в представлениях россиян // Общественные науки и современность. 2013. № 5. С. 16-26.

⁹ Конституция Российской Федерации.

¹⁰ Кармадонов О.А. Солидарность, интеграция, конъюнкция // Социологические исследования. 2015. № 2. С. 4.

¹¹ Лебедева Л.Г. Социальное государство как императив гармоничной преемственности поколений в России // Вестник Самарского муниципального института управления. 2015. № 2. С. 155.

¹² Чекунова М.А. Российское коммуникационное пространство: исторический опыт и цивилизационные особенности // Ценности и смыслы. 2015. № 6 (40). С. 13.

¹³ Там же. С. 19.

¹⁴ Дудин Г.А. Управляемость обществом и организациями как актуальная проблема социологии управления // Актуальные проблемы социально-экономических исследований : сб. материалов 5-й Междунар. науч.-практ. конф. (г. Махачкала, 20 янв. 2014 г.). Махачкала : Апробация, 2014. С. 26, 28.

¹⁵ Сидоренко А.В., Сироткина Н.Г. Социальная политика как фактор экономического развития региона // Вестник Самарского экономического университета. 2017. № 1 (147). С. 50.

APPROVAL OF THE WELFARE STATE AS A FACTOR OF HARMONIOUS SUCCESSION OF GENERATIONS

© 2017 Lebedeva Ludmila Gennadyevna

Senior Lecturer

Samara State University of Economics

E-mail: ludleb@mail.ru

Keywords: the social state (welfare state), social policy, social justice, the succession of generations.

The approval in the Russian society of the modern welfare state (social state) is associated with important and actual problems of the succession of generations. We need a more active conscious activity and the more focused the interaction of social forces and organizations in the interests of harmonious succession of generations with the aim of implementing in practice the ideas of the welfare state.

УДК 316

АКТУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЙ ИНСТИТУТА СЕМЬИ (ПО МАТЕРИАЛАМ ЖУРНАЛА "СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ")

© 2017 Луганская Анна Владимировна*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: luganskayaanna97@mail.ru

Ключевые слова: семья, брак, развод, дети, рождаемость, социальный институт.

Рассматривается один из главных институтов общества - семья. С использованием метода контент-анализа выявлены актуальные аспекты института семьи, вызывающие повышенное внимание социологов.

* Научный руководитель - Лебедева Людмила Геннадьевна, старший преподаватель.

В XXI веке институт семьи подвергается колоссальным изменениям. Семья - это важнейший институт социализации личности, исторической трансляции нравственных и культурных ценностей. Не подлежит сомнению важность научного изучения вопросов семьи в современной России "как вопроса, без преувеличения, государственной важности"¹.

Семья является важнейшим социальным институтом и базовой ячейкой общества. Семье присущи, в частности, признаки: добровольность вступления в брак; связанность членов семьи общностью быта; брачные отношения; стремление к рождению, социализации и воспитанию детей. Институт семьи (семьи и брака) обладает мощным потенциалом социокультурного воздействия на молодые поколения в личностном развитии, социализации и ролевом позиционировании внутри семьи и общества в целом². Семья - определенное убежище и хранительница частной формы человеческого образа жизни. В семье человек получает жизнь, воспитание, первичную социализацию, все то, без чего человек не может полноценно жить и существовать. Не случайно, что уже в древние времена проблемы семьи и семейного воспитания волновали умы таких великих мыслителей, как Платон и Аристотель. К этой проблеме обращались такие деятели отечественной науки и культуры, как Н.И. Новиков, А.Н. Радищев, А.И. Герцен, Н.А. Добролюбов, К.Д. Ушинский, Л.Н. Толстой и др.³

В настоящее время социологов все больше привлекает интерес к институту семьи. Нами был проведен контент-анализ публикаций журнала "Социологические исследования"⁴, посвященных институту семьи, социальным проблемам семьи. Объектом анализа стали все номера журнала "Социологические исследования" с 2010 года по настоящее время, а предметом - заголовки рубрик, статей и аннотаций к статьям журнала. Генеральная совокупность составила 1824 заголовков статей, а выборочная совокупность - 55 названий статей по исследуемой теме, что составило 3,02% от общего числа публикаций.

Контент-анализ выявил наиболее часто рассматриваемые в журнале "Социологические исследования" крупные научные разделы и направления: научная жизнь (146 статей), теория и методология (136 статей), книжное обозрение (107 статей), социальная структура и политика (80 статей), социология семьи (55 статей) и другие (табл. 1).

Контент-анализ был проведен с использованием основной категории - "семья", а также производных от нее - "брак", "развод", "дети", "рождаемость". Категория "семья" в исследуемых публикациях встретилась 24 раза, "брак" - 4, "развод" - 4, "дети" - 18, "рождаемость" - 5 (см. таблицу).

Частота употребления категорий, выделенных для проведения контент-анализа статей в журнале "Социологические исследования" за 2010-2017 гг.

Категории	Год выпуска журнала								Всего
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	
Семья (семейная)	5	3	4	5	4	2	1	0	24
Брак (брачность)	1	0	2	0	1	0	0	0	4
Развод	1	1	1	0	0	1	0	0	4
Дети (родительство)	1	3	2	1	4	3	4	0	18

Категории	Год выпуска журнала								Всего
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	
Рождаемость	0	1	3	0	1	0	0	0	5
Всего	8	8	12	6	10	6	5	0	55

Категория "брак" встретилась лишь в 4 публикациях, начиная с 2010 года. Это можно объяснить тем, что в первую очередь определялась категория "семья"- чтобы исключить повторный счет. Например, статья Е.В. Гольцова и Я.А. Лещенко "Факторы социальной среды как детерминанты брачности и рождаемости", опубликованная во 2 номере за 2010 год, содержит все 5 категорий: "семья", "брак", "развод", "дети" и "рождаемость". А в статье М.Э. Елютина и Н.О. Быкова "Асимметричный по возрасту брак в оценках супругов" в 1 номере за 2012 год освещена всего 1 категория - "брак".

Контент-анализ рубрик, названий и аннотаций к статьям журнала "Социологические исследования" в области исследований по семейной проблематике позволяет сделать вывод, что интерес к семье, как к объекту изучения, не иссякает, а становится значительно разнообразнее и шире. Это объясняется существованием ряда важных социальных проблем: 1) социально-демографических (низкая рождаемость, значительное число разводов и неполных семей), с решением которых связаны и некоторые меры социальной политики (например, Федеральная программа "Материнский капитал", развитие системы детских образовательных учреждений); 2) социокультурных (различия межпоколенных и внутриспоколенных ценностей родителей и подростков, недостаточное участие отца в воспитании ребенка после развода); 3) нравственно-воспитательных (насилие детей и над детьми в школе и семье, неадекватное цивилизованным требованиям распределение трудовых и домашних обязанностей в семье).

Для решения этих и подобных проблем требуется более активная социальная политика со стороны государства, в том числе и в отношении развития системы образования. Это будет способствовать более полноценному выполнению семьей своих функций и основных видов деятельности - воспроизводства поколений, трансляции системы социальных ролей, межпоколенной и внутриспоколенной регуляции взаимоотношений⁵, а вместе с этим - развитию и укреплению института семьи.

¹ Лебедева Л.Г. Семья в диалектической преемственности поколений в условиях кризиса // Современное общество в условиях глобального вызова : материалы Междунар. науч.-практ. конф. / общ. ред. О.Г. Грохольская, О.А. Кузнецова. 2012. С. 230-231.

² Порохнюк Е.В. Роль семейных и фамильных традиций в процессе социокультурной трансформации традиционной модели семьи в России и странах Востока // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 4 (102). С. 153.

³ Маматов О.В. Семья как важнейший институт социализации // Молодой ученый. 2014. № 6 (65). Ч. 7. С. 865.

⁴ Социологические исследования. 2010-2017 гг. URL: <http://www.isras.ru/socis.html> (дата обращения: 05.06.2017).

⁵ Лебедева Л.Г. Социализация личности в семье как фактор преемственности поколений в развитии человеческого капитала // Проблемы развития предприятий: теория и практика : материалы 15-й Междунар. науч.-практ. конф., посвящ. 85-летию Самар. гос. экон. ун-та, 27-28 окт. 2016 г. В 3 ч. Ч. 3. Самара : Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2016. С. 190.

RELEVANT ASPECTS OF THE RESEARCH OF INSTITUTE OF THE FAMILY (IN THE JOURNAL "SOTSILOGICHESKIE ISSLEDOVANIYA")

© 2017 Luganskaya Anna Vladimirovna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: luganskayaanna97@mail.ru

Keywords: family, marriage, divorce, children, fertility, social institution.

The article considers one of the main institutions of society - the family. Using the method of content analysis identified current aspects of the family institution, causing the attention of sociologists.

УДК 316

ИССЛЕДОВАНИЕ МУЗЫКАЛЬНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ С ПОМОЩЬЮ МЕТОДА ОНЛАЙН ФОКУС-ГРУППЫ

©2017 Моисеева Елена Алексеевна*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: elena-moiseeva-1996@mail.ru

Ключевые слова: молодежь, музыкальные ориентации, онлайн фокус-группа.

В данной статье с помощью метода онлайн фокус-группы была осуществлена попытка разобраться в малоисследованной проблеме музыкальных предпочтений современной молодежи, что позволило выяснить их ориентации в музыкальном пространстве, интересы и ценности.

Музыка - тот вид искусства, без которого трудно представить себе жизнь человека в любое время, в любой культуре, в любом сообществе. Можно без преувеличения сказать, что музыка - неотъемлемая часть нашей жизни. Молодое поколение - не исключение в этом плане¹. Примечательно, что данная тенденция не нова, она наблюдалась отечественными социологами уже в 60-е годы XX столетия. Так, А.Н. Семашко в 1969 году указал на факт преобладание музыки среди художественных интересов молодежи². Так и мы решили последовать примеру наших коллег и исследовать музыкальные ориентации современной молодежи.

* Научный руководитель - **Кочеткова Наталья Викторовна**, кандидат педагогических наук, доцент.

Объектом исследования в статье выступает молодежь в возрасте от 16 до 25 лет. Предметом исследования являются музыкальные ориентации современной молодежи.

Цель данного исследования состоит в том, чтобы выявить наиболее предпочитаемые музыкальные направления у молодого поколения. В соответствии с данной целью были поставлены такие задачи, как: проведение онлайн фокус-группы в чате на музыкальном сайте, определение наиболее популярных музыкальных направлений в молодежной среде, выявление степени увлеченности музыкой, оценка роли музыки в жизни современной молодежи.

Так какую же роль занимает музыка в жизни современной молодежи? Какие музыкальные жанры пользуются популярностью в среде молодого поколения? Насколько молодые люди увлечены музыкой? А самое главное, чем все это опосредовано? Вот ряд вопросов, на которые мы постараемся ответить в данной статье.

Фокус-группа - один из качественных методов социально-психологических исследований³. Представляет собой групповое фокусированное интервью, проходящее в форме групповой дискуссии и направленное на получение от ее участников "субъективной информации" о том, как они воспринимают различные виды практической деятельности или продукты этой деятельности. В настоящее время в России существует такой подход к исследованиям, как проведение онлайн-фокус-групп, но по сравнению с традиционными методами исследований он находится на этапе адаптации к Российским условиям⁴.

Для проведения онлайн фокус-группы мы выбрали сайт радио "Музыкальный пульс". Мы разработали сценарий или вопросы, которые будем задавать посетителям сайта. Время для проведения онлайн фокус-группы было намечено на вечер, так как в это время наблюдается высокая активность слушателей данного радио⁵.

После того, как все нужное для проведения онлайн фокус-группы было подготовлено, мы начали исследование. Для начала мы написали в чат наше обращение, цель нашего исследования, и попросили ответить на вопросы. И посетители сайта не были против огласки их имен, тем более не известно под настоящими именами они регистрировались на сайте или под псевдонимами (никами). Первые 6 активных человек подходящего нам возраста и стали нашими ключевыми респондентами. Это Larisa Savitskaya, Павел, Александр Никонов, Владимир, Ирина и Руслан Юсупов.

Первый вопрос был относительно возраста респондентов, и у всех людей возраст оказался разным, и мы посчитали, что это хорошо, так как мы примерно узнаем, какую музыку и какого возраста слушают люди конкретного возраста.

Затем вопрос был относительно образования респондентов, так как, мы посчитали, что образование человека так же влияет на то, какого жанра и стиля музыку он слушает. В следующем вопросе нам было важно узнать, как часто люди слушают музыку. Например, каждый день или раз в неделю и тому подобное.

Самый главный вопрос, на который было предложено ответить респондентам это вопрос относительно любимого или предпочитаемого музыкально направления. Этот вопрос очень важен, так как это и есть цель нашего исследования.

В следующем вопросе мы хотели узнать, влияет ли конкретное настроение респондентов на выбор музыки, и наоборот, влияет ли музыка на настроение слушателей. В другом вопросе мы хотели узнать, повлияли ли музыкальные ориентацией родителей респондентов или их друзей на их собственные музыкальные предпочтения. Так же рес-

пондентам был задан вопрос относительно факторов, которые являются решающими при выборе конкретной музыкальной композиции. В другом вопросе мы хотели узнать, относят ли себя респонденты к какой-либо музыкальной субкультуре. И последний вопрос был относительно перемен в музыкальных предпочтениях респондентов за последние несколько лет.

В завершении онлайн фокус-группы мы поблагодарили респондентов за помощь в проведении исследований и заказали на радио музыкальную композицию, которая была единогласно выбрана всеми участниками фокус-группы.

Так какую же музыку все-таки слушает современная молодежь?

В онлайн фокус группе приняло участие 6 человек: Larisa Savitskaya - 24 года, Павел - 18 лет, Александр Никонов - 22 года, Владимир - 21 год, Ирина - 19 лет и Руслан Юсупов - 25 лет.

Мы посчитала, что будет не лишним узнать уровень образования этих людей. И из всех респондентов только у одного есть высшее образование.

На вопрос о частоте прослушивания музыки наши респонденты ответили одинаково. Они слушают музыку каждый день, по несколько раз и в различных местах: в автобусе (в наушниках или через радио), в машине, в магазине, в принципе везде, где предоставляется такая возможность.

Самый главный вопрос, на который было предложено ответить респондентам это вопрос относительно любимого или предпочитаемого музыкально направления. И судя по ответам наших респондентов в основном они предпочитают клубную музыку, но также много внимания уделяется поп-музыке и рэпу, еще меньше - року. Классическую музыку молодежь не слушает вообще. И это очень плохо, ведь именно классическая музыка является "элитарной" музыкой и лучше всего воспитывает человека.

Сегодня наблюдается пристрастие молодежи к легкому жанру, который является частью массовой культуры, а высокая музыкальная культура (классическая, народная), которая играет большую роль в формировании общечеловеческих ценностей, у молодежи часто не востребована.

Музыка сегодня - главный компонент жизни для большинства молодежи. Она определяет их решения и оставляет им кумиров. Кто они? Песенные пристрастия населения формирует канал MTV. Среди представителей отечественной популярной музыки наиболее слушаемыми являются Егор Крид, Serebro, Нюша, IOWA, Баста, Полина Гагарина и многие другие популярные артисты.

Среди иностранных групп у молодежи популярны Kadebostany, Major Lazer, David Guetta, Alan Walker и другие. Конечно, это далеко не полный перечень музыкальных предпочтений молодежной аудитории, но это фавориты, которые занимают первые места в их аудиозаписях.

Молодежь привлекает рок-музыка, хип-хоп, диско, рэп и другие музыкальные направления. Так же, несомненно, на выбор определенной музыки влияет настроение людей. Респонденты ответили, что если у них плохое настроение, то они предпочитают грустную музыку, даже печальную. А если настроение хорошее, то и выбор в музыке естественно падает на веселые музыкальные композиции.

Вопрос о влиянии музыкальных предпочтений родителей респондентов на их собственные предпочтения нас не удивил. Так как все респонденты не прочь послушать музыку 80- или 90-х - музыку молодости их родителей. Особенно ее любят слушать и танцевать под нее на праздники, дни рождения, новый год и многие другие.

Решающими факторами при выборе музыки для наших респондентов являются популярность песен и их исполнителей, а так же качество музыки: музыкальная композиция должна быть приятна на слух.

На вопрос, относят ли себя респонденты к какой-либо музыкальной субкультуре, был также единогласным: респонденты не считают себя приверженцами какой-то определенной субкультуры. Они просто слушают то, что им нравится. И в разных ситуациях, их предпочтения могут измениться.

И на последний вопрос об изменении музыкальных предпочтений за последние несколько лет мы получили следующие ответы: в основном у всех респондентов предпочитаемый жанр музыки остался тем же, то есть поп-музыка, хип-хоп, рэп и клубная музыку занимают свои лидирующие позиции, а вот исполнители в этих направлениях поменялись.

В данной статье была осуществлена попытка разобраться в малоисследованной проблеме музыкальных предпочтений современной молодежи.

Обобщая выводы по данной работе, нужно признать несомненную важность музыки для сегодняшней молодежи. Подавляющее большинство молодого поколения не представляет свою жизнь без музыки - она имеет не просто развлекательное значение, - музыка служит средством для придания осмысленности собственной жизни, для самовыражения и творческого вдохновения, а главным следствием этого является формирование у человека качественно иных взглядов на окружающую действительность и построение отношений с другими людьми с новых позиций.

¹ Барсамова А.А. Музыкальные молодежные субкультуры - норма или девиация? // Россия реформирующаяся : ежегодник. М. : Айрис-пресс, 2015. С. 113-116.

² Стратегические образовательные альянсы как механизм трансформации инновационной образовательной среды / А.П. Жабин [и др.]. Самара, 2008.

³ Москвичев Л.Н. Метод фокус-групп // Социология. Основы общей теории : учебник. М. : Дрофа, 2014. С. 214-216.

⁴ Социология: концепции, отраслевые теории и методика прикладного исследования : учеб.-метод. пособие / С.М. Артюшин [и др.]; Рос. гос. пед. ун-т им. А.И. Герцена. Ростов-на-Дону, 2012.

⁵ Кравченко А.И. Метод фокус-группы // Социология : учебник. М. : Айрис-пресс, 2014. С. 149-152.

A STUDY OF MUSICAL ATTITUDES OF TODAY'S YOUTH USING THE METHOD OF ONLINE FOCUS GROUPS

© 2017 Moiseeva Elena Alekseevna
Student

Samara State University of Economics
Email: elena-moiseeva-1996@mail.ru

Keywords: youth, musical orientation, online focus group.

In the article using the method of online focus groups attempted to understand the little-known problem of musical preferences of today's youth, which helped to determine their orientation in musical space, interests and values.

БЕЗРАБОТИЦА СРЕДИ МОЛОДЕЖИ

© 2017 Насирдинова Дилафрузхон Рустамбек кызы

студент

© 2017 Коротаева Татьяна Васильевна

кандидат исторических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: nasirdinova1998@mail.ru

Ключевые слова: безработица, безработица среди молодежи, статистика, образование, университет, предприятия, работа.

Статья посвящена безработице среди молодежи. Рассматриваются сущность и причины безработицы, предлагается решение проблемы.

Конституция Российской Федерации, как и Конституции всех цивилизованных стран, гарантирует своим гражданам право на труд: "Труд свободен. Каждый имеет право свободно распоряжаться своими способностями к труду, выбирать род деятельности и профессию"¹. Однако страны с развивающейся и развитой экономикой в силу определенных социально-политических и экономических причин время от времени ввергаются в кризис, сопровождающийся безработицей.

Согласно общепринятому определению, безработица - это "социально-экономическая ситуация, при которой часть активного, работоспособного населения не может найти работу, которую эти люди способны выполнить"².

Официально "безработными считаются работоспособные граждане, зарегистрированные на бирже труда, которые ищут работу, но не имеют реальной возможности получить работу в соответствии со своим образованием, профилем, трудовыми навыками". Международная организация труда (МОТ) фактором, определяющим человека как безработного, считает его регистрацию на бирже труда. В связи с этим используют термин "зарегистрированная безработица", т. е. такая безработица, которая поддается учету³.

Согласно Закону Российской Федерации "О занятости населения в Российской Федерации" безработными признаются граждане, которые не имеют работы и заработка, зарегистрированы в органах службы занятости в целях поиска подходящей работы и готовы приступить к ней.

Под молодежным рынком труда мы понимаем незанятость молодых людей в возрасте от 18 до 30 лет в производстве, сфере услуг, образовании, медицине и других сферах деятельности. При этом следует выделять активную и пассивную незанятость. При активной незанятости молодой человек, имея трудовой потенциал, активно ищет работу, удов-

летворяющую его профессиональным, материальным и морально-нравственным потребностям⁴.

Профессиональными потребностями можно считать возможность реализовать свое образование, умения и навыки в той или иной сфере деятельности, способность создавать качественный, конкурентоспособный продукт труда. Материальные потребности предполагают соответствие уровня притязания молодого человека той заработной плате, которая предлагается ему государством в лице предприятия любого типа.

К сожалению, профессиональные и материальные потребности являются сильным противодействующим занятости молодого человека фактором. Очень часто молодые люди остаются в отряде безработных из-за низкого профессионального уровня. Он возникает вследствие отсутствия опыта работы по избранной специальности, из-за недавнего окончания учебного заведения, из-за низкого уровня профессиональных знаний. Очевидно, что все эти факторы взаимосвязаны.

По итогам обследования Росстата в августе 2017г. численность рабочей силы составила 76,9 млн. человек, или 52% от общей численности населения страны, в их числе 73,1млн. человек были заняты в экономике и 3,8 млн. человек не имели занятия, но активно его искали (в соответствии с методологией Международной Организации Труда они классифицируются как безработные). Уровень занятости населения в возрасте 15 лет и старше сложился в размере 60,1%, уровень безработицы - 4,9%. Среди безработных (по методологии МОТ) доля женщин в августе 2017г. составила 48,9%, городских жителей - 64,6%, молодежи до 25 лет - 25,8%, лиц, не имеющих опыта трудовой деятельности - 31,7%⁵.

Одним из элементов решения проблемы безработицы является создание информационных систем, которые позволяли бы учитывать распределение вакантных мест, анализировать их и прогнозировать предстоящую ситуацию на рынке труда. Также при решении данной проблемы можно добиться положительных результатов, если организации и учебные заведения будут заключать между собой договора на подготовку специалистов, по требуемым им направлениям.

Таким образом, анализируя проблему молодежной безработицы, можно прийти к выводу, что в современных условиях молодежи очень трудно найти профессию материально и морально удовлетворяющих их.

¹ Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 N 197-ФЗ (ред. от 29.07.2017) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.10.2017) (гл. 1, ст. 1).

² Рыбаковский Л.Л., Кожевникова Н.И. Трудовые иммиграции в России: динамика и возможные последствия // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2015. № 1 (123). С. 91-100.

³ Дунаева Н., Салахутдинов Р. Эффективная занятость российской молодежи - стратегическая проблема // Человек и труд. 2010. С. 70.

⁴ Бризгалова А.С. Статистическое исследование занятости населения Российской Федерации // Вопросы экономики и управления. 2016. С. 45.

⁵ URL: http://www.gks.ru/bgd/free/B04_03/lssWWW.exe/Stg/d02/170.htm.

YOUTH UNEMPLOYMENT

© 2017 Nasirdinova Dilafuzhon Rustambek kizi
Student

© 2017 Korotaeva Tatyana Vasilievna
Candidate of Historical Sciences, Associate Professor
Samara State University of Economics
E-mail: nasirdinova1998@mail.ru

Keywords: unemployment, youth unemployment, statistics, education, university, enterprise, work.

The article is devoted to youth unemployment. The following topics are discussed: essence of unemployment, causes unemployment, solution.

УДК 316

ЦЕННОСТНЫЕ ПРИОРИТЕТЫ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ

© 2017 Овинова Анастасия Игоревна
студент

© 2017 Толстова Анастасия Алексеевна
студент

© 2017 Ургалкин Юрий Алексеевич
доктор философских наук, профессор
Самарский государственный экономический университет
E-mail: ovinova_97@mail.ru, a-tolstova@mail.ru,
cardinal38@yandex.ru

Ключевые слова: молодежь, ценности, ценностные ориентации, молодое поколение, личность, семья, материальное благополучие, потребительство.

Рассматриваются ценностные приоритеты современной молодежи, проблемы их формирования в сознании молодого поколения.

Современное российское общество характеризуется кардинальными изменениями социально-политической, экономической, духовной сфер жизнедеятельности. В условиях глобализации и информатизации меняются социальная структура общества, психология людей, происходят размывание ценностных основ и традиционной общественной морали, ослабление связи между поколениями, формируются новые нормативно-ценностные модели. В центре общественного внимания оказываются вопросы социального расслое-

ния и неравенства различных социальных групп, утверждения в сознании граждан культа вещей и потребительства¹. Наибольшее влияние этих изменений испытывает на себе молодежь как особая социальная группа, находящаяся в стадии формирования структуры ценностной системы, становления и выбора профессионального и жизненного пути.

Нынешнее поколение молодежи, называемое социологами поколением Z, более приспособлено к реалиям жизни. И если для старшего поколения накопленный жизненный является своего рода социальным капиталом, то для современных молодых людей на первое место выходит способность к быстрому переосмысливанию существующих в прошлом и настоящем ценностей. Именно поэтому молодежь легче адаптируется к меняющимся условиям жизни, быстрее осваивает новейшие технологии, легко встраивается в современные информационные сети². Вместе с тем нельзя не заметить, что для значительной части молодых людей приоритетными целями становятся материальное благополучие, а не престиж и положение в обществе. Об этом, в частности, свидетельствует исследование "Ценностные ориентации российской молодежи в рамках подготовки ежегодного доклада о положении молодежи и реализации молодежной политики в России", проведенное в мае 2017 года Государственным университетом управления (г.Москва). В результате исследования были выявлены основные жизненные ориентиры современной молодежи, которые включают такие пункты, как:

Иметь хорошую семью	77,7%	Заработать много денег	42,8%
Жить в достатке	67,9%	Открыть свой бизнес	38,7%
Устроиться на хорошую работу	62,7%	Стать яркой индивидуальностью	27,5%
Иметь свою квартиру	59,3%	Занимать высокое положение в обществе	27,4%
Получить хорошее образование	53,5%	Власть, возможность руководить другими людьми	15,5%
Приносить пользу другим людям	49,3%	Получить всеобщее признание	15,2%
Жить в гармонии с собой	46%		
Реализовать свои таланты	45,4%		

Данные приведенной таблицы свидетельствуют о том, что основными ценностями современного молодого человека являются факторы, связанные с личными потребностями и интересами. Это, прежде всего, семья, материальное благополучие, квартира,

высоко оплачиваемая работа, хорошее образование. Далее следуют такие ценности, как стремление приносить пользу другим людям, жить в гармонии с собой, реализовать свои таланты, открыть свой бизнес. На последних местах стоят желания стать яркой индивидуальностью, руководить другими людьми, получить признание в обществе³.

Это свидетельствует о том, что у некоторой части молодежи растут, с одной стороны, безразличие и социально-политическая пассивность, с другой - агрессивность, экстремизм и другие формы девиантного поведения. Имеет место и процесс заимствования современных псевдодемократических западноевропейских ценностных моделей поведения, культы потребления, ослабления межличностного взаимодействия, культурного и нравственного отчуждения⁴.

Система нравственных и культурных ценностей молодежи формируется под воздействием жизненного уклада, идеологии, государственной политики в течение длительного исторического времени, как на индивидуальном, так и на общественном уровне. Государство уделяет много внимания молодежным проблемам, что отражается в государственной молодежной политике. В качестве примера можно назвать Федеральный закон от 28.06.1995 № 98-ФЗ "О государственной поддержке молодежных и детских общественных объединений", предусматривающий общие принципы, содержание и меры государственной поддержки молодежных объединений с целью развития и самореализации молодежи в общественной жизни⁵. Еще один пример - создание Федерального агентства по делам молодежи - Росмолодежь, основными направлениями деятельности которого является вовлечение молодежи в предпринимательскую деятельность, а также развитие ее творческого и инновационного потенциала⁶. Но усилий одного государства недостаточно. Не меньшая роль в благородном деле воспитания молодежи принадлежит общественно-политическим организациям и объединениям, образовательным учреждениям и средствам массовой коммуникации.

Таким образом, можно сделать вывод, что система ценностей является социокультурной и интеграционной основой общества. В этом качестве она служит ориентиром в жизненных планах молодых людей, придает смысл их жизни и деятельности, является важным фактором социализации молодежи. В этих условиях перед государством и обществом стоят задачи по формированию у молодежи ценностей, отвечающих как их собственным интересам, так и интересам общества.

¹ См.: Ургалкин Ю.А., Чеджемов Г.А. Одиночество как социальный феномен // Проблемы развития предприятий: теория и практика : материалы 16-й Междунар. науч.-практ. конф., 16-17 нояб. 2017 г. Ч. 1. Самара, 2017. С. 241.

² Социология молодежи : учебник. С. 24.

³ URL: <https://fadm.gov.ru/search/исследование> (дата обращения: 09.12.2017).

⁴ См.: Бурцева М.А. Моральные ценности сегодняшней молодежи. URL: <http://www.proza.ru> (дата обращения: 10.12.2017);

Бодрийяр Ж. Общество потребления. М. : Рудомино, 2006. С. 112.

⁵ Федеральный закон от 28.06.1995 № 98-ФЗ "О государственной поддержке молодежных и детских общественных объединений".

⁶ URL: <http://www.fadm.gov.ru> (дата обращения: 09.12.2017).

VALUE PRIORITIES OF MODERN YOUTH

© 2017 Ovinova Anastasia Igorevna
Student

© 2017 Tolstova Anastasia Alekseevna
Student

© 2017 Urgalkin Yuri Alekseevich
Doctor of Philosophy MD, Professor
Samara State University of Economics

E-mail: ovinova_97@mail.ru, a-tolstova@mail.ru, cardinal38@yandex.ru

Keywords: youth, values, value orientations, youth, young, person, family, material wealth, consumerism.

The paper considers the value priorities of modern youth and the problems of their formation in the mind of the younger generation.

УДК 316.624

КОРРУПЦИЯ КАК СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ ФЕНОМЕН

© 2017 Петрушина Юлия Александровна*
студент

© 2017 Ананьева Юлия Анатольевна
студент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: julia.ch.b@yandex.ru

Ключевые слова: коррупция, уровень коррупции, социальная справедливость, социальная проблема.

Рассматривается такая актуальная для современной России проблема, как коррупция, отмечается ее влияние на социальную справедливость в обществе. Анализируются данные об уровне коррупции и причины ее развития в современном российском обществе.

Коррупцию, сложное социальное явление, искоренить полностью не получается. Однако, уровни коррупции в различных странах и в разные периоды времени различны. В одних государствах уровень злоупотреблений среди должностных лиц невысок, коррупция не несёт серьезной опасности государству и обществу. В других государствах, коррупция превращается иногда в традицию, распространена во всех сферах жизни общества. В таких странах коррупция ослабляет эффективность государственного управления и имеет статус одной из самых серьезных социальных проблем.

* Научный руководитель - Лебедева Людмила Геннадьевна, старший преподаватель.

В Российской Федерации коррупция оказалась слишком широко распространённой. По данным Transparency International - международной организации, исследующей коррупцию в различных странах и представляющей "Индекс Восприятия Коррупции" (ИВК), в рейтинге коррумпированности у российского государства весьма низкие (плохие) места¹. Так, например, в 1997 году в указанном индексе Российская Федерация заняла 49 место из 52 стран, в 2002- 71 из 102, в 2008- 147 из 180, в 2016- 131 из 176 стран².

Данные исследований организации Transparency International свидетельствуют о том, что коррупция в глазах россиян оценивается как третья по важности глобальная проблема, уступая проблемам экономического положения и состояния здравоохранения. Вместе с этим, для большинства опрошенных коррупция по своей важности опережает такие проблемы, как образование, безработица и преступность. Дело в том, что, по сути, коррупция наносит удар, в первую очередь, по социальной справедливости, что очень остро воспринимается гражданским обществом.

По замечанию, например, Л.Г. Лебедевой, опыт исторического развития и российских реалий позволяет признать существование своеобразного императива (требования, необходимости) социальной справедливости в обществе в целом³. Коррупция же - антипод социальной справедливости.

В то же время, существует и определённая обратная зависимость между социальной справедливостью и проблемой коррупции. Так, В.Л. Римский отмечает, что без решения проблемы справедливости Россия вряд ли сможет обеспечить повсеместное соблюдение норм законов и снижение уровня коррупции⁴. Но как добиться справедливости? Что этому препятствует?

При оценке причин скрытия фактов коррупции, были получены следующие данные об отношении к раскрытию фактов коррупции:

17% опрошенных считают, что раскрывать факты коррупции опасно;

16% - считают, что раскрывать факты коррупции не имеет смысла;

14% - не верят в возможность доказать что-либо путём раскрытия фактов коррупции;

11% - опрошенных боятся признаться в собственной вовлечённости в коррупционные практики⁵.

Наиболее коррупционной сферой, где применялись взятки, подношения, признана сфера высшего образования- 60%. Образование - это вообще одна из самых проблемных сфер, так, по данным исследований, на втором месте по коррупционности оказались школы- 59%. Далее следуют здравоохранение и судебная система- 55%⁶.

Наименее коррупционные сферы, по признанию социологов,- полиция и дошкольные учреждения.

По оценкам экспертов, в стране совершается ежегодно до 7 млн. коррупционных деяний. Из-за высокого уровня распространённости коррупции она оказывает негативное влияние на все стороны общественной жизни. Поэтому её справедливо можно признать одним из самых опасных социальных явлений, угрожающих российскому обществу.

К основным причинам развития коррупции в современной России можно отнести: политическую нестабильность в обществе, неразвитость и несовершенство законодательства, неэффективная работа органов власти всех уровней. Именно поэтому на практике трудно организовать мероприятия, препятствующие распространению коррупции. Таким образом, коррупция может восприниматься как социальная болезнь, как определённый сбой в механизмах государственного управления и поддержания социального порядка⁷.

Важно также иметь в виду, что проявления коррупции отрицательно сказываются на репутации (политической, деловой, личностной) той или иной организации, структуры, отдельных лиц. В то же время положительная репутация становится одним из конкурентных преимуществ⁸.

Вообще, следует учитывать, что в современной России происходит социальная трансформация (с начала 1990-х годов), а вместе с этим, определённая трансформация ценностных ориентаций и нравственных принципов, что представляет серьёзный вызов для общества и государства⁹. Коррупция, конечно, - в числе этих вызовов, стоящих на пути утверждения социальной справедливости и социального государства в России.

Таким образом, изучение сущности и различных форм коррупции, причин её возникновения и устойчивого воспроизводства, поиск и применение мер, способствующих преодолению и предотвращению коррупционных действий, это важная и многоплановая социальная проблема, предполагающая для своего решения системный подход и координацию действий всех здоровых сил общества и государства.

¹ Международное антикоррупционное движение Transparency International. Барометр мировой коррупции - 2016. URL: <http://www.transparency.kg/news/2/18.html>.

² Там же.

³ Лебедева Л.Г. Императив социальной справедливости в социальном пространстве преемственности поколений // Проблемы развития предприятий: теория и практика : материалы 14-й Междунар. науч.-практ. конф. Самара, 2015. С. 52.

⁴ Римский В.Л. Справедливость в современной России: мечты и использование в социальных практиках // Общественные науки и современность. 2013. № 5. С. 36.

⁵ Там же.

⁶ URL: <http://transparency.org.ru/vrossii/sudia-po-oprosam-sfera-obrazovaniia-samaia-korumpirovannaia>.

⁷ Назаров М.Н., Одинцов А.В., Корчагин А.В. Социальный порядок, справедливость и коррупция в общественном мнении горожан // Социология города. 2014. № 3. С. 83.

⁸ Козлова Н.П. Управление деловой репутацией компании // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2016. № 3 (137). С. 41.

⁹ Лебедева Л.Г. Социальное государство как императив гармоничной преемственности поколений // Вестник Самарского муниципального института управления. 2015. № 2. С. 152.

CORRUPTION AS A SOCIAL AND CULTURAL PHENOMENON

© 2017 Petrushina Julia Aleksandrovna
Student

© 2017 Ananyeva Julia Anatolyevna
Student

Samara State University of Economics
E-mail: julia.ch.b@yandex.ru

Keywords: corruption, level of corruption, social justice, social problem.

This is considered actual for modern Russia the problem of corruption and its impact on social justice in society. Analysis of data on the level of corruption and reasons for its development in the modern Russian society.

ПРОБЛЕМА ЭКСТРЕМИЗМА В СОВРЕМЕННОМ РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ

© 2017 Ревякина Дарья Александровна*

студент

© 2017 Каримова Карина Рашитовна

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: karinokarina@mail.ru

Ключевые слова: экстремизм, терроризм, противодействие экстремизму.

Анализируются проблемы экстремизма в современном российском обществе. Рассматриваются политический и религиозный экстремизм и причины, порождающие экстремизм, источники экстремизма в России.

С.И. Ожегов и Н.Ю. Шведова определяют экстремизм как приверженность крайним взглядам и методам (преимущественно в политике)¹. Экстремизм часто проявляется в насильственных действиях, которые противоречат моральным и правовым устоям общества. В том числе, как известно, велико число пострадавших от терроризма, и существует высокая степень риска террористических актов². Экстремизм и терроризм, таким образом, практически сливаются воедино. Экстремистская деятельность подрывает стабильность в обществе, разрушительно влияет на психологическую, духовную и интеллектуальную среду людей и на их жизнь в целом. Среди факторов, вызывающих экстремизм в нашей стране, можно назвать, прежде всего, социально-экономические проблемы (нестабильность, безработица, бедность), а также распад прежней системы ценностей советского периода.

Развёрнутое определение экстремизма дано в специальном законе, посвящённом противодействию экстремистской деятельности³. В частности, в данном законе РФ (статья 1) указывается, что экстремизм направлен на подрыв безопасности Российской Федерации, на осуществление террористической деятельности, на возбуждение расовой, национальной, религиозной, социальной розни, связанной с насилием или призывами к насилию и др. Экстремизм и терроризм являются, по сути, разновидностями девиации в самой античеловечной преступной форме, преступлением в форме девиации⁴. Систематический характер использования насилия в целях достижения политических целей, а также повышение числа людей, вооружившихся данным методом, способствовали появлению и скачкообразной активизации общественно-политического экстремизма. Согласно материалам МВД РФ, за период 2010 - 2016 гг. в несколько раз увеличилось число преступлений экстремистской направленности⁵ (см. таблицу).

Количество правонарушений экстремистского характера в 2010-2016 гг.

Показатели	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Правонарушения экстремистского характера	118	122	230	869	1135	1531	1505

Источник: <http://xeno.sova-center.ru>.

* Научный руководитель - Лебедева Людмила Геннадьевна, старший преподаватель.

В последние десятилетия особенно широко и быстро распространялся экстремизм и экстремистская деятельность на религиозной почве. К причинам такого экстремизма справедливо относят социально-экономический кризис, который сказывается на качестве жизни населения, а также изменение политических структур. Но среди причин можно назвать также нарушения прав тех или иных религиозных и этнических групп, которые допускают должностные лица. К этим причинам добавляется также деятельность зарубежных религиозных миссионеров, способствующая разжиганию межконфессиональных противоречий⁶. Религиозный экстремизм часто приобретает религиозно-политическую форму, когда экстремизм соединяется с религиозными и националистическими идеями в политике⁷.

Государство должно устранять причины экстремизма социально-экономического и политического характера, противодействовать противозаконной деятельности, а общество, со своей стороны, должно противостоять экстремистским идеям и деятельности с помощью гуманистических идей⁸.

Важно учитывать, что в экстремизме есть и доля личностных моментов, в частности, в виде правовой и гражданской безответственности, нравственной вседозволенности и пр.⁹ Многие исследования показывают, что у нового поколения преобладают ценности самовыражения¹⁰. Это по-своему может способствовать влиянию экстремизма на молодежь, у которой не сформирована устойчивая система ценностей и низок уровень правосознания. Молодежь легко поддается идеям экстремистов, призывающих решать проблемы и добиваться личных целей путем насилия и терроризма. Молодежи недостаточно пропаганды идеалов гуманизма и духовно-нравственного воспитания. Под влиянием навязывания взглядов на почве юношеского максимализма сформировывается мнение о самом себе как о весьма значимой личности. Молодые люди в возрасте от 17 до 25 лет наиболее подвержены внушению и этим пользуются экстремистские и террористические организации. При психологической обработке человек попадает под влияние своих сверстников и друзей, своего окружения и незаметно для себя становится участником экстремистской группы.

Так как же бороться с экстремизмом? В настоящее время недостаточно пропаганды, посвященной борьбе с экстремистской деятельностью. Также необходимо, чтобы у человека развивалась духовная и интеллектуальная среда, что повысит уровень морально-нравственных качеств и снизит подверженность человека психологическому влиянию различных манипуляторов. Необходимо, как можно чаще, рассказывать о пагубности экстремизма и прививать любовь к родным и Родине, начиная со школьного возраста. Сегодня уже существуют методы работы с населением, с молодежью, но они не всегда эффективны. Следовательно, нужно заниматься изучением экстремизма и разработкой социально-психологических и специальных методов борьбы с ним.

¹ Ожегов С.И. Словарь русского языка. М. : Рус. яз., 1987. С. 787.

² Лебедева Л.Г., Ростова А.В., Ургалкин Ю.А. Феномен терроризма сквозь призму рискологических концепций // Экономика и социология. 2014. № 21. С. 20, 21.

³ Федеральный закон от 25.07.2002 N 114-ФЗ "О противодействии экстремистской деятельности". URL: <https://rg.ru/2002/07/30/extremizm-dok.html>.

⁴ Трещева Е.Е., Лебедева Л.Г. Преступление как девиация // Известия института систем управления Самарского государственного экономического университета. 2016. № 2 (14). С. 33.

⁵ Информационно-аналитический центр "СОБА". URL: <http://xeno.sova-center.ru>.

⁶ Салимов К.Н. Современные проблемы терроризма. М. : Щит, 2000. 170 с.

⁷ Садиков М.И., Ханбаев К.М. Религиозно-политический экстремизм. Махачкала : ИПЦ ДГУ, 2009. 430 с.

⁸ Шаракшанэ С. Ислам и политический экстремизм // Религия и право. 1999. № 4-5. С. 26.

⁹ Римский А.В., Артюх А.В. Экстремизм и терроризм: понятие и основные формы проявления // Научные ведомости Белгородского университета. 2009. № 16 (71). С. 248.

¹⁰ Андреева Е.Л., Мыслякова Ю.Г. Роль вузов в формировании ценностно-компетентностных кодов экономического развития регионов // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2017. № 2 (148). С. 26.

THE PROBLEM OF EXTREMISM IN MODERN RUSSIAN SOCIETY

© 2017 **Revyakina Darya Alexandrovna**

Student

© 2017 **Karimova Karina Rashitovna**

Student

Samara State University of Economics

E-mail: karinokarina@mail.ru

Keywords: extremism, terrorism, countering terrorism.

The article analyzes the state of the problem of extremism in modern Russian society. Discusses the political and religious extremism and the causes of extremism, the sources of extremism in Russia.

УДК 316

ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ В СЕМЕЙНОЙ ЖИЗНИ

© 2017 **Рудакова Алена Игоревна**

студент

© 2017 **Коротаева Татьяна Васильевна**

кандидат исторических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: alyonarudackova1@gmail.com

Ключевые слова: ценности, семейные ценности, ценностная ориентация, мировоззрение.

Раскрываются основные подходы к определению ценностных ориентаций индивида, формирующихся в процессе семейного взаимодействия.

Ценности - это существующие ориентиры в сознании человека, с помощью которых индивиды и соц. группы соотносят свои действия.

Ценности - это специфическая форма смысловых образований в личностных структурах, и поэтому они имеют непосредственное отношение к осмысленной мотивации деятельности¹.

Определение "ценность" довольно часто используется в социологической, психологической и философской литературе. Все разнообразие предметов и явлений окружающего человека мира оценивается им с точки зрения полезности, необходимости для обеспечения жизнедеятельности. Ценностью, как правило, наделены как лица, так и предметы, идеальные состояния вещей, действий, ситуации, моральные нормы, принципы. Ценностями также являются мировоззрение, взгляды, представления, идеалы, понятия о равенстве, братстве, свободе, демократии и др.

Философ и экономист Людвиг фон Мизес утверждал, что "человек в своих действиях ориентируется на шкалу потребностей и ценностей". По его словам, ценность- это важность, которую деятельный человек приписывает конечным целям, способ, которым человек реагирует на окружающие его обстоятельства. Ценность отражается в человеческом поведении².

Несомненно, для разных социальных групп свойственны разные ценности и интересы, именно поэтому, в каждой семье формируются свои ценностные установки.

К понятию ценностей могут относиться такие человеческие добродетели, как: заботливость, отзывчивость, нежность, доброта, терпение и т.д.

Система ценностей, сформировавшаяся у человека в период его взросления, воспитания и социализации, помогает упорядочить и классифицировать многообразие предметов, событий, явлений действительности исходя из их пользы, а так же необходимости. Она помогает систематизировать и организовать всевозможную информацию, которую получает человек от мира, окружающего его, для удовлетворения своих собственных желаний, потребностей и намерений. На основании этого, мы можем сделать вывод, что ценностные ориентации личности не являются чем-то произвольным. Их основа приоритетно формируется на сложившихся потребностях личности, ее стремлениях, желаниях. Из системы ценностей личности следует и мотивация деятельности, которая служит сознательным обоснованием необходимости свершения различных действий и поступков. Ценностные ориентации личности влияют на принятие подавляющего числа решений. Так в качестве примера - решение о заключении брака, а так же и о его расторжении, как правило происходит из системы ценностей, которая, в свою очередь, сама основывается на системе потребностей. Решаясь на расторжение брака, человек прежде всего мотивирует его тем, что не удовлетворяются, с его точки зрения, важные потребности. Система ценностей - один из важнейших компонентов внутренней структуры личности. С ее помощью человеку легко провести границу между важным и неважным, между существенным и несущественным, между полезным и бесполезным с точки зрения своих индивидуальных потребностей, желаний, влечений, интересов. Это дает поведению человека определенную стабильность, устойчивую направленность, организованность. Кроме этого, если мы достаточно хорошо знаем систему ценностей конкретного человека, то, в принципе, мы можем предсказать его поступки и поведение при разных жизненных ситуациях и обстоятельствах. Изучив ценностные ориентации конкретного

данного индивида, то есть то, что ему ценно, дорого, значимо, необходимо в жизни, мы можем предугадать, как человек будет реагировать на поступки в межличностных отношениях в семейной жизни. Прожив в браке, супруги достаточно хорошо познают систему ценностей друг друга и могут предвидеть поведение своего партнера.

Как правило, заключая брак, молодые люди имеют схожие общечеловеческие ценности. Похожими будут и их групповые ценности, если они относятся к одинаковой социальной группе. Впрочем, это еще не значит, что их взгляды, убеждения и представления совпадают, так как жизненный опыт, индивидуальные особенности и личная судьба каждого непременно дают такие варианты, которые бывают очень далеки друг от друга. Отсюда размолвки, непонимание, разногласия, расхождения, споры в семье между мужем и женою, особенно молодыми, и это, к сожалению, естественно и закономерно. Чтобы произошла взаимная притирка взглядов между супругами, обязательно должен пройти большой промежуток времени. Этот длительный и нелегкий процесс называется взаимной адаптацией в области индивидуальных систем ценностей.

Здоровье, семья, дети, жилье, одежда, домашний уют, успех, работа, карьера в нашем субъективном восприятии выступают как конкретные ценности. В качестве ценностей может быть практически все, что связано с удовлетворением различных потребностей человека: психологических, эстетических, физиологических, нравственных, материальных. Ценностные ориентации дают человеку возможность решить, что для него наиболее значимо и важно семейной жизни. Для кого то это может быть потомство - дети, внуки, их здоровье; для кого то - семейное благополучие, уют, ласка и нежность со стороны супруга, любовь; а еще для кого то - материальная обеспеченность и хорошие квартирные условия. А также могут быть: удовлетворенность сексуальной жизнью в браке, здоровье как свое собственное, так и партнера, хорошие взаимоотношения с родителями и родственниками, профессиональный успех и карьера.

Система ценностных ориентаций каждой семьи не является аксиомой на всем промежутке времени ее существования. В общесемейные ценности зачастую не всегда входят ценностные ориентации каждого из членов семьи. Интервал ценностных ориентаций некоторых лиц семьи может сильно отличаться от общесемейных. Чем более широкий объем индивидуальных ценностей супружества, тем более в них возможностей для взаимопонимания, т.е. для единства³. Гарантом хорошего развития и жизнеспособности семьи является наличие у супругов разнообразных ценностных ориентаций. Многообразие систем ценностей является основой для индивидуализации личности, и поэтому семья, реализующая такое многообразие, является наиболее устойчивой. Супруги в семейной жизни пытаются продвигать каждый свою модель, зачастую, сталкиваясь с трудностями материальными, бытовыми, эмоциональными, психологическими, нравственными, интимными. От желания партнеров и их потенциальных возможностей совместить свои ценностные ориентации с аналогичными понятиями супруга зависит степень удовлетворенности браком⁴.

Таким образом, можно сделать вывод, что семья - это важнейший институт в формировании ценностных ориентиров каждого человека и общества в целом. Те ценности, которые человек получил в ходе взросления от родительской семьи, он переносит и в свою собственную семью, которые, в свою очередь он должен передать следующему поколению.

¹ URL: http://studbooks.net/897393/psihologiya/tsennostnye_orientatsii_semeynoy_zhizni.

² Михайкина М.В. Изменения идеологических и ценностных ориентиров хозяйственной элиты в период экономических реформ // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2012. № 2. С. 152-156.

³ URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsennostnye-orientatsii-v-semeynoy-zhizni>.

⁴ URL: <https://articlekz.com/article/4598>.

Литвинова Л.В. Специфика воспроизводства ценностных ориентаций в семье // Ценностные ориентации личности, пути и способы их формирования : тез. докл. науч. конф. 22-23 мая 1984 г. Петрозаводск : Петрозав. гос. ун-т, 1984. С. 50-52.

VALUABLE ORIENTATIONS IN FAMILY LIFE

© 2017 Rudakova Alena Igorevna

Student

© 2017 Korotaeva Tatyana Vasilievna

Candidate of Historical Sciences, Associate Professor

Samara State University of Economics

E-mail: alyonarudackova1@gmail.com

Keywords: Values, family values, value orientation, worldview.

This article describes and reveals the main approaches to determining the individual's value orientations that are formed in the process of family interaction.

УДК 376

ПАТРИОТИЗМ В ПРЕДСТАВЛЕНИЯХ МОЛОДЕЖИ

© 2017 Рыбакина Анастасия Александровна

студент

© 2017 Коротаева Татьяна Васильевна

кандидат исторических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: rybakinanastya2013@gmail.com, korotaeva2014@yandex.ru

Ключевые слова: патриотизм, молодежь, патриотическое воспитание, гражданственность, долг, любовь, ответственность.

Исследуется, что под патриотизмом понимает молодежь, оценивается уровень патриотизма на сегодняшний день среди этой возрастной категории. Рассматриваются основные факторы, влияющие на формирование чувства любви к своей Родине у граждан.

В современном мире жестокости по отношению к другим нациям, войн между братскими народами, как никогда важно поддерживать духовные ценности в среде молодежи, ведь она - будущее нашей страны.

На сегодняшний день навязан приоритет земных интересов над ценностями нравственными и религиозными. Это главная проблема современного общества.

В научно-исследовательской литературе проблеме патриотизма уделяется явно недостаточное внимание. В изучении его природы, сущности, содержания, с учетом важнейших изменений, происшедших в нашем обществе, сделаны лишь первые шаги. Поэтому на сегодняшний день рассмотрение ряда важнейших сторон данной проблемы является одной из актуальных задач отечественной науки.

Выбранная тема является актуальной во все времена, так как молодежь - носитель перспектив.

Патриотизм обладает не только идеологическим значением, но и объединяет людей в единую гражданскую общность, основанную на готовности служить своему Отечеству. Актуальность проблемы формирования чувства патриотизма у россиян зафиксирована в государственной программе "Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации на 2016-2020 годы".

Большое внимание в разработанной программе уделяется патриотическому воспитанию российской молодежи. Молодежь всегда была авангардом общества в борьбе за социально-экономические и политические нововведения. И от того какие представления и ценности определяют гражданское сознание российской молодежи во многом зависит безопасность и благополучие нашей страны¹.

Российский патриотизм имеет свои особенности. Любовь к Родине как к месту своего постоянного существования свойственна для основной части россиян. Ни один зарубежный писатель не писал так о своей Родине, как писал Есенин, Пушкин, Достоевский, Толстой о нашей необъятной и могущественной России.

Ситуация с уровнем патриотизма в стране сейчас достаточно сложная. С одной стороны должен наблюдаться рост патриотизма из-за санкций Запада, а с другой стороны стираются грани между государствами, нациями, культурами, а следовательно и базис для патриотизма².

Для того, чтобы выяснить что именно под патриотизмом понимает молодежь и здраво оценить уровень патриотических настроений в этой возрастной категории я обратилась к современным социологическим исследованиям по этой теме.

По результатам социологических исследований Российской академии управления, уровень патриотизма у населения России значительно опускается: в 1987 году патриотами себя считали 93% опрошенных, в 1990 - 63%, в 1997 - 38%³.

Также я обратилась к статье Зайцевой О.А. 2011 года, в которой она описала исследование, целью которого было выявление факторов, влияющих на формирование патриотизма в молодежной среде. Было опрошено 50 студентов в возрасте от 17 до 23 лет.

Важно отметить показатели определения патриотизма. Как показало исследование, 67% респондентов понимают патриотизм как любовь к Родине, по 15% считают, что это понятие отражает эмоциональное отношение к Родине либо чувство привязанности и долга. При этом образцом истинного патриота студенты видят ветеранов ВОВ, военных,

а также политических персон прошлого и современности (по 20%), героев-освободителей (15%), деятелей науки и искусства (12%).

Большинство молодых россиян признают важность подвигов своих предков и даже гипотетически готовы их повторить. 30% опрошенных считают, что скорее всего повторили бы их подвиги, 20% абсолютно уверены в том, что смогли бы это сделать. Не пошли бы по стопам своих героических предшественников только 20% респондентов. Полученные данные выступают свидетельством присутствия чувства гражданского долга у российской молодежи.

Далее я проанализировала данные, указанные на сайте ВЦИОМ. Эмоциональный фон по отношению к своей стране в последние несколько лет стал куда более позитивным: россияне чаще стали выражать надежду (36% с 29% в 2014 г.), уважение (32% с 27%), любовь (24% с 16%), доверие (18% с 8%). В то же время недоверие (с 14% до 4%), антипатия (с 11% до менее 1%) и скепсис (с 8% до 1%) встречаются достаточно редко.

Чувство долга перед Отчизной в нашей стране очень сильно: 65% поддержали бы решение своих близких пойти на войну в случае необходимости (в т.ч. 49% посоветовали бы им отправиться прямо на линию фронта). Большинство опрошенных (56%) также выражают готовность в такой ситуации оказать ту или иную денежную помощь: 39% согласны отдать четверть зарплаты государству в качестве военного займа, еще 17% - выделить несколько меньшую часть своих доходов⁴.

На основе своего опроса 100 студентов СГЭУ, я сделала следующие выводы:

- Большинство опрошенных студентов частично или целиком считают себя патриотами (71,9%), что говорит о высоком уровне патриотизма в среде современной молодежи. 9 из 103 (8,7%) затрудняются ответить на данный вопрос. И только меньше четвертой части (19,4%) респондентов не считают себя патриотами вообще;

- На формирование патриотических чувств респондентов в большинстве случаев влияли родители (43,8%). На втором месте школа (21,3%), что говорит о недостатке программ патриотического воспитания в учебных учреждениях среднего образования. На третьем месте - окружающие респондентов люди (20,2%). СМИ и органы власти в формировании патриотизма у студентов занимают незначительные позиции;

- Покинуть Россию настроены 24 студента (23,3%). Не хотят уезжать 30 из опрошенных (29,1%). Большинство респондентов думают о переезде (34%), что говорит о неких недостатках России;

- Одни из главных причин миграции за границу - высокая заработная плата (34,2%) и перспективы развития (32,9%). Это говорит о том, что в пределах России существует недостаток рабочих мест с достойной заработной платой, а также недостаточно хорошие условия для развития. 29% опрошенных хотят переехать для того, чтобы сменить обстановку;

- Больше половины респондентов испытывали чувство стыда за свою страну (56,3%), что говорит о том, что молодежь переживает за репутацию своей страны;

- Внушительное количество студентов испытывали чувство гордости за свою Родину (78,6%), что говорит о духе патриотизма в среде молодежи. Не гордилось своей страной только 12 человек;

- Количество студентов, не голосующих на выборах превышает активистов на 16 человек. Этот вопрос раскрывает сегодняшнюю ситуацию. Недовольств много, а предпринимать какие-либо действия хотят не все;

- 83,5 % респондентов читали книги о Великой Отечественной войне. Это говорит о том, что молодежь знает хоть что-то о войне из художественной литературы. Могу предположить, что большинство таких книг были прочтены по заданию в школе, что может говорить о наличии патриотического воспитания в ее пределах.

Анализ имеющихся данных показывает, что Россия, несмотря на сегодняшнюю ситуацию на политической арене - истинно патриотичная страна с высокими моральными и нравственными устоями. Российская молодежь в своем большинстве понимает патриотизм как любовь к своей Родине.

Патриотическое воспитание - комплекс целенаправленных действий по формированию у граждан высокого патриотического сознания и готовности выполнять свой гражданский долг.

Цель патриотического воспитания - развитие в российском обществе высокой социальной активности, гражданской ответственности, духовности, становление граждан, обладающих позитивными ценностями и качествами, способных проявить их в созидательном процессе в интересах Отечества, укрепления государства, обеспечения его жизненно важных интересов и стабильного развития⁵.

Нельзя недооценивать роль патриотического воспитания для нашей страны. Благодаря ему формируются такие чувства, как долг, ответственность и другие важнейшие качества. Если допускать националистические настроения в среде российской молодежи, это приведет к разрушению нашего государства. Примером могут служить события в современной Украине.

На формирование чувства патриотизма влияет множество факторов, встречающихся в процессе социализации человека. В первую очередь это воспитание в семье. Если родитель негативно относится к своей стране, навряд ли он будет воспитывать в своем ребенке патриотизм. Также патриотизм прививается с помощью государственных программ, реализуемых в государственных образовательных учреждениях. В школах ежегодно проводится игра "Зарница", которая способствует формированию военно-патриотических чувств у школьников. Также к 9 мая готовятся различные доклады и сообщения про родственников, участвующих в Великой Отечественной войне. Проводятся классные часы и концерты, приуроченные к Дню Победы, по всему городу бесплатно раздают георгиевские ленточки. Чувство патриотизма частично прививается через СМИ, военные книги, различные музеи и выставки.

Для повышения уровня патриотизма в стране осуществляются различные социальные проекты, связанные с событиями Великой Отечественной войны, которые повышают степень патриотизма. Это акция "Георгиевская ленточка", движение "Бессмертный полк" и другие. Государство вводит импортозамещение для продвижения отечественной продукции. Благодаря такому вниманию со стороны государства к этой проблеме уровень патриотично настроенного населения стремительно растет.

Составной частью патриотического воспитания выступает военно-патриотическое воспитание, направленное на создание готовности к военной службе как специальному виду государственной службы. Военно-патриотическое воспитание характеризуется спе-

цифической направленностью, глубоким осознанием каждым гражданином своей роли и места в служении Отечеству, высокой личной ответственностью за выполнение требований военной службы, убежденностью в необходимости формирования нужных качеств и навыков для выполнения воинского долга в рядах Вооруженных Сил Российской Федерации, других войск, воинских формирований и органов. Патриотическое воспитание военнослужащих организуется и проводится в рамках единой системы воинского воспитания военнослужащих⁶.

Для того, чтобы будущее поколение с уважением относилось к нашей стране, необходимо:

- Применять патриотического воспитание в семье;
- Создание новых социальных проектов, приуроченных к Дню Победы;
- Применение агитаций для активного участия граждан в жизни государства;
- Увеличить число рабочих мест для студентов без опыта;
- Разработать систему поощрений для патриотов - активистов.

¹ Науменков С.М. Исследование проблем формирования патриотизма современной молодежи // Ученые записки Российского государственного социального университета. 2012. № 11 (111). С. 116-120.

² Халий И. Социология патриотизма в исторической ретроспективе и ее применение к анализу российской реальности // Социология и общество: социальное неравенство и социальная справедливость : материалы V Всерос. социол. конгресса (Екатеринбург, 19-21 окт. 2016 г.) / отв. ред. В.А. Мансуров. М. : Рос. общество социологов, 2016. С. 2200-2203.

³ Зайцева О.А. Патриотизм в среде молодежи // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2011. № 4 (104). С. 103-106.

⁴ URL: <https://wciom.ru> (дата обращения: 06.09.2017).

⁵ Коротаева Т.В. Анализ теории инновационного менеджмента в образовании // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 7. С. 39-41.

⁶ URL: <http://отечестворт.рф/metod/008/002.htm> (дата обращения: 07.09.2017).

PATRIOTISM IN THE PRESENTATIONS OF YOUTH

© 2017 Rybakina Anastasiya Alexandrovna

Student

© 2017 Korotaeva Tatyana Vasilievna

Candidate of Historical Sciences, Associate Professor

Samara State University of Economics

E-mail: rybakinanastya2013@gmail.com, korotaeva2014@yandex.ru

Keywords: patriotism, youth, patriotic education, citizenship, duty, love, responsibility.

It is investigated what youth understands as patriotism, the level of patriotism for today among this age category is estimated. The article considers the main factors that influence the formation of a sense of love for their Motherland from citizens.

РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО СЕРВИСА В САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ

© 2017 Саблина Анастасия Алексеевна*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: nastya.sablina.anastasiya@mail.ru

Ключевые слова: социально-культурный сервис, сфера услуг, классификация социально-культурных услуг, культурно-досуговая деятельность.

Рассматриваются характерные особенности социально-культурного сервиса города, его влияние на формирование ценностей современной молодежи и социализацию личности.

Опыт стран с развитой сервисной индустрией говорит о том, что плохо развитый сектор социально-культурного сервиса влияет на процесс развития современного человека. Долгое время исследователи в сфере экономики исключали сферу услуг из сферы производства. Так, например Адам Смит¹ считал, что богатство общества зависит лишь от производительного труда работ по созданию материальных благ. Такая теория оборачивается большими потерями в первую очередь в материальном производстве, и сказывается на реализации индивидуальных и интеллектуальных качеств человека.

Исследователями XX века было выявлено, что сферы услуг и производства тесно связаны и не могут существовать друг без друга. Их развитие благоприятно влияет на формирование творческого потенциала человека как главной производительной силы общества. Именно поэтому социально-культурному сервису на данный момент уделяется большое внимание². Этапы освоения человеком культуры через процессы социально-культурного сервиса ведет к формированию определенных ценностей и влияет на организацию досуговой деятельности. Пространство современности как место пребывания большей части человечества - это прежде всего город. Именно в его социокультурной среде происходят трансформации в социальных и экономических сферах. Эти процессы быстро изменяющейся реальности заставляют общество приспосабливаться к новым условиям, сложившимся в городах. Важную роль в обеспечении высокого уровня жизни населения играет социально-культурный сервис, поскольку именно он способствует обогащению духовной жизни людей и созданию условий для социально-культурной деятельности. Услуги культуры, спорта, туризма, организация отдыха и досуга являются согласно ГОСТ Р50646 - 2012 социально - культурными услугами³. Сфера социально-культурных услуг является одним из важнейших факторов реализации человеческих

* Научный руководитель - **Войткевич Наталия Ивановна**, доктор экономических наук, профессор.

потребностей, а уровень удовлетворенности в сочетании с социальной направленностью влияет на социализацию личности.

Анализ современной литературы по сервисной деятельности позволил выявить новый классификационный подход к сервисной деятельности, выделяющий гуманитарный сервис. Под ним понимается широкий спектр услуг, удовлетворяющих культурно-досуговые потребности человека (развлечения, туризм, музеи, кино, театры, балет, образование, медицина и другие)⁴. Представляется правомерным такое выделение услуг, позволяющее в управлении сервисной деятельностью учитывать характер этих услуг и особенности спроса на них.

Социально-культурный сервис города характеризуется: многообразием видов услуг, добровольностью выбора, а так же постоянным увеличением и изменением видов услуг. Среди всего многообразия видов социально - культурного сервиса можно выявить два сектора:

- устойчивые, проверенные временем услуги, носящие больше индивидуальный характер (к ним относятся, например, медицинские услуги);
- современные услуги, набирающие все большую популярность и носящие массовый характер (услуги эвент агентств, консультационные и др. услуги).

Сфера услуг, так же как и материальная сфера, зависит от состояния экономики в стране. Изучив статистические данные, представленные в табл. 1, за период с 2005 - 2015 годы по Самарской области, можно сделать вывод: наблюдается тенденция снижения числа организаций культурно-досугового типа, которые представлены клубами, дворцами и домами культуры, центрами культуры и досуга, домами учителей, врачей, агрономов, ученых, туристов, молодежи, музыкальной культурой, техническим творчеством, национальными культурными центрами и другими видами досуговых учреждений, ориентированными на культурные интересы определенных профессиональных, национальных, половозрастных и других социально демографических категорий населения. Такая же тенденция прослеживается и в отношении общедоступных библиотек: на 2015 год их число составляло 544 единицы, в то время как в 2005 году насчитывалось 872 единицы. Такая тенденция в первую очередь связана с кризисными ситуациями в экономике страны, но в значительной степени определяется снижением спроса на развивающие виды досуговой деятельности в связи с изменениями приоритетов и потребностей человека⁵.

Таблица 1

Основные показатели культуры по Самарской области

	2005	2010	2015
Число профессиональных театров, единиц	11	12	19
Численность зрителей - всего, тыс. человек	509,4	597,6	852
Число музеев, единиц	40	35	28
Число посещений музеев - всего, тысяч	948,3	837,2	980
Число учреждений культурно-досугового типа, единиц	842	728	690
Число общедоступных библиотек, единиц ¹⁾	872	824	544

Сложившаяся социально-культурная обстановка дает человеку возможность выбирать между материальными и духовными ценностями. На данный момент индустрия культуры по сути своей носит преимущественно развлекательный характер, зачастую не ставя перед собой цели духовного обогащения и просвещения общества. Явный приоритет развлекательного над духовным, отразился и на организации досугового времяпрепровождения современного человека. Отличным примером является анализ эфирного времени телепередач на "Первом канале", проведенный информационно - аналитическим центром (ИАЦ). Распределение эфирного времени на "Первом канале" представлено в табл. 2.

Таблица 2

Распределение эфирного времени по категориям передач на "Первом канале"

День недели	Новости	Фильмы	Сериалы	Развлечения	Детские	Спорт
Пн.	160 мин.	60 мин.	230 мин.	800 мин.	0	0
Вт.	160 мин.	50 мин.	395 мин.	570 мин.	0	0
Ср.	175 мин.	110 мин.	285 мин.	525 мин.	0	120 мин.
Чт.	160 мин.	110 мин.	280 мин.	660 мин.	0	0
Пт.	110 мин.	215 мин.	120 мин.	830 мин.	0	120 мин.
Сб.	100 мин.	435 мин.	0 мин.	905 мин.	15 мин.	0
Вс.	190 мин.	370 мин.	0 мин.	585 мин.	15 мин.	0
Итого	1055 мин.	1640 мин.	1360 мин.	4735 мин.	30 мин.	240 мин.

Структура тематики передач первого канала ТВ приведена на рисунке.

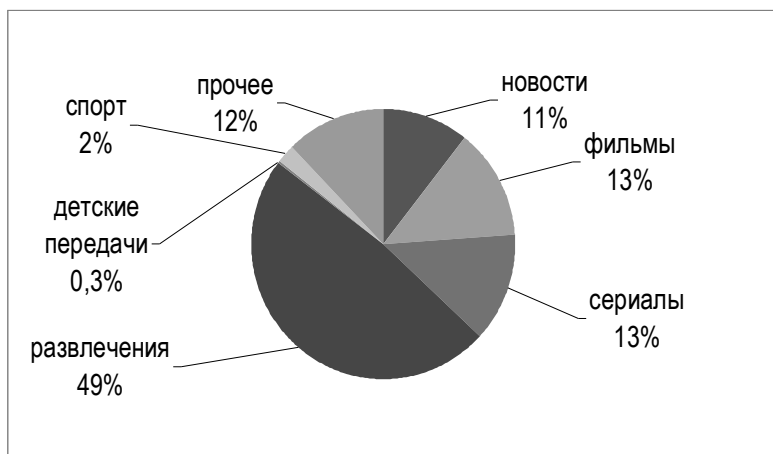


Рис. Распределение тематики передач в эфире "Первого канала"

Из данных таблицы и диаграммы видно, что эфирное времени в основном занято развлекательными передачами, художественными фильмами и сериалами. Следует согласиться с мнением группы исследователей ИАЦ о том, что "Первый канал", являющийся, по сути, официально главным государственным каналом, транслирующий передачи на всю страну, не выполняет социальную функцию, так как практически не содержит передач, способствующих развитию человека как личности, формированию характера детей, популяризации здорового образа жизни и здоровой морали"⁶.

Мы разделяем точку зрения Созинова М.В., который утверждает, что: "Рост спроса на многочисленные виды развлекательного досуга приводит к развитию индустрии отдыха и развлечений. Опасной тенденцией развития досуга является посещение горожанами неспециализированных на оказании досуговых услуг учреждений (торговые центры, супермаркеты) в поисках новых впечатлений и развлечений. Это приводит к формированию ложных досуговых ценностей у молодежи, подмены досугового времяпрепровождения другими видами деятельности, то есть потере существенных характеристик данного вида деятельности для горожанина"⁷.

¹ URL: <http://docs.cntd.ru/document/1200102288>.

² Полянскова Н.В., Хасаев Г.Р. Эффективные муниципальные практики развития социокультурной среды и музейного дела // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2015. № 9(131).С. 25-29.

³ URL: <http://docs.cntd.ru/document/1200102288>.

⁴ Аванесова Г.А. Сервисная деятельность: Историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент : учеб. пособие. М. : Аспект Пресс, 2006. 320 с.

⁵ URL: <http://samarastat.gks.ru>.

⁶ URL: <http://inance.ru/2014/12/televidenie>.

⁷ Созинова М.В. Факторы становления содержательного досуга в социальном пространстве современного города. СПб. : С.-Петербург. гуманит. ун-т профсоюзов, 2015.

DEVELOPMENT OF SOCIO - CULTURAL SERVICE IN THE SAMARA REGION

© 2017 Sablina Anastasiya Alekseevna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: nastya.sablina.anastasiya@mail.ru

Keywords: socio - cultural service, services, classification of socio - cultural services, cultural and leisure activities.

The article considers characteristics of socio -cultural service of the city, and how it affects the formation of values of modern youth and of socialization.

МИГРАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

© 2017 Темникова Дарья Алексеевна

студент

© 2017 Коротаева Татьяна Васильевна

кандидат исторических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: d.temnikova@mail.ru

Ключевые слова: миграция, социально-экономические последствия, трудовая миграция, иммигранты, миграционные процессы.

Статья посвящена анализу такого социального явления, как миграция, которая оказывает влияние на все сферы жизни человека. Рассматриваются последствия миграции, как положительные, так и отрицательные.

Миграция является сложным общественным процессом и представляет собой пространственное перемещение населения, вызываемое изменениями во всех сферах жизни людей, изменениями в развитии и размещении производства, а также экономическими бедствиями и различными политическими причинами. Данное явление на сегодняшний день приобретает все большее значение. Особое усиление объема мигрантов наблюдается в последние годы из-за сложившейся экономической ситуации в мире. Согласно докладу Международной организации по миграции в 2015 году число мигрантов в мире стало самым высоким за всю историю наблюдения, достигнув 244 млн человек. Среди стран лидеров по приему мигрантов на первом месте находится США, на втором месте - Германия, на третьем - Россия. Как можно заметить, наша страна входит в топ-10 стран с высоким числом мигрантов. По данным Росстата число мигрантов в РФ с 2010 - 2016 год значительно возросло.

Общие итоги миграции населения (по потокам передвижения)*

Годы	Прибывшие, чел.	Из них		Миграционный прирост всего, чел.
		В пределах России, чел	Из зарубежных стран, чел.	
2010	2 102 304	1 910 648	191 656	158 078
2011	3 415 055	3 058 520	356 535	319 761
2012	4 196 143	3 778 462	417 681	294 930
2013	4 496 861	4 014 620	482 241	295 859
2014	4 663 427	4 072 603	590 824	299 990
2015	4 734 523	4 135 906	598 617	245 384
2016	4 706 411	4 131 253	575 158	261 948

* Федеральная служба государственной статистики. Общие итоги миграции населения. URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/population/demo/migr1_bd.htm

Как видим из данных, указанных в таблице, число мигрантов в России с 2010 года возросло почти в 2,2 раза. В разные периоды времени развитие страны также испытывали на себе высокую степень напряженности миграции, но в отличие от них наша страна столкнулась с высокой степенью напряженности миграции в условиях, когда ее экономическая база оказалась в кризисе.

Как любое социальное явление миграция имеет ряд последствий. Анализ миграционных процессов в России за последние 10 лет показывает, что проблема с внешней незаконной миграцией продолжает оставаться острой, а ее составляющие представляют угрозу национальной безопасности нашего государства.

Последствия миграции касаются уровней образованности населения, что влечет за собой повышения уровня квалификации последних. Считается, что мигранты не обладают высоким уровнем образования, так как миграция происходит из развивающихся стран в развитые. Низкоквалифицированные кадры мобильны, но выбирают те регионы, где уровень различия в доходах ниже. Существует и обратный процесс, который заключается в том, что высококвалифицированные кадры стремятся к самореализации, и доход для них не важен. Они переезжают в те страны, где уровень дохода ниже, а значит мигранты смогут обеспечить себе более высокий уровень качества жизни. Миграция на постоянное место жительства квалифицированных специалистов, молодежи с высоким уровнем образования ведет к повышению научного, экономического потенциала страны¹.

Воздействия трудовой миграции сложно переоценить. Она происходит в основном из-за поиска населением возможного трудоустройства в другой стране с существенным повышением оплаты труда работников. Рост трудоспособного населения в России за последнее десятилетие формировался в большей мере за счет миграционных потоков. Миграция трудовых ресурсов оказывает положительное воздействие на экономику нашей страны, так как появляются дополнительные источники валютного дохода в форме поступления от иммигрантов. К отрицательным последствиям можно отнести тенденции потребления заработанных средств за границей, сокрытия доходов от налогов. При длительном использовании иностранных рабочих зависимость от их труда становится сильной, что без привлечения новых иммигрантов невозможно нормальное функционирование отраслей экономики. Перемещение рабочей силы неразрывно связано и с перемещением капитала. Люди привозят свои сбережения с собой, а часть получаемых доходов могут переводить своим семьям, оставшимся на родине.

У миграции очень много социальных последствий. Мигранты, проживающие в нашей стране, пользуются теми же общественными благами, что и коренные жители. Это часто вызывает протест со стороны постоянного населения, но исследования показывают, что зачастую мигранты создают больше ВВП, чем потребляют. Они больше мотивированы и согласны работать по 12-15 часов в сутки за минимальную заработную плату. В качестве примера можно рассмотреть вьетнамских работниц с одной из швейных фабрик в приморском крае: изо дня в день они продолжали шить даже после того, как мастер уходил в 18 часов и выключал свет².

Негативной стороной является то, что из нелегальных и незанятых мигрантов образуются преступные группировки в крупных городах России, которые создают неконтролируемый рынок товаров и услуг, не платят налоги, ведут незаконную деятельность, занимаются торговлей оружием и наркотиками³. В составе иммигрантов из-за рубежа

преобладают лица со слабым знанием русского языка, правил проживания в нашей стране и культуры российского населения, что обостряет отрицательные последствия и повышает рост социальной напряженности в регионах, где высокая миграция.

Еще одна социальная проблема - негативное отношение к мигрантам, ущемление их прав. Миграционная ситуация в России не столько вызывает определенную социально-политическую напряженность, сколько накладывается на то, что существует давно и что можно определить как кризис социально-экономической и политической идентичности нации.

Еще одной социальной проблемой является состояние здоровья мигрантов. Часто мигранты сталкиваются с серьезными трудностями в получении медицинской помощи. К наиболее выявляемым сегодня болезням среди мигрантов можно отнести инфекционные заболевания. Сведения о состоянии здоровья приезжающих в Россию иностранцев практически отсутствуют и выявляются лишь тогда, когда они попадают на стационарное лечение. Существует ряд заболеваний, которые развиваются стремительно и приводят к летальному исходу. Чаще всего мигранты не обращаются за медицинской помощью, а диагнозы ставятся вне больницы или уже после их смерти. В свою очередь, это ведет к заражению коренного населения⁴.

Таким образом, судить о последствиях миграции в России только с положительной, или только с отрицательной стороны невозможно. Миграционные потоки стимулируют рост экономики страны, способствуют социальному и экономическому развитию страны. Однако многие современные миграционные процессы приводят к возникновению проблем на социально-экономическом уровне, к конфликтам между коренным населением и иммигрантами, к росту социальной напряженности и преступности в стране.

¹ Егоров А. Великое переселение продолжается // Миграция и гражданство. 2003. № 1 (4). С. 4-5.

² Храбрый О., Кравцова М. Зона вливания // Эксперт. 2003. № 20. С. 71.

³ Костаков В. Миграции: беда или благо? // Экономист. 2000. № 2. С. 34-39.

⁴ Якунина Р.П., Юрьева О.В. Влияние миграционных процессов на здоровье населения России // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2016. № 10. С. 68-72.

MIGRATION PROCESS IN MODERN RUSSIA

© 2017 Temnikova Darya Alekseevna
Student

© 2017 Korotaeva Tatiana Vasilievna
Candidate of Historical Sciences. Associate Professor
Samara State University of Economics
E-mail: d.temnikova@mail.ru

Keywords: migration, socio-economic consequences, labor migration, immigrants, migration processes.

The article is devoted to the analysis of such social phenomenon as migration, which influences all spheres of life of human. We consider both the positive and negative consequences of migration.

ПРОБЛЕМА САМОРЕАЛИЗАЦИИ МОЛОДЕЖИ В СОВРЕМЕННОМ РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ

© 2017 Толстиков Евгений Владимирович*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: ajs.228@mail.ru

Ключевые слова: политика, государство, молодежь, самореализация.

Рассматривается проблема самореализации молодежи в современном обществе, освещен вопрос непосредственного влияния политики на молодежь.

Общественная трансформация общества в настоящее время протекает достаточно динамично. Главной ее особенностью остается то, что она затрагивает все сферы жизнедеятельности человека. Глубокие социальные изменения в большей мере затрагивают молодое поколение, а значит, отражаются на их социально-политической, нравственной и информационной восприимчивости. Конечно же, не все преобразования и события носят положительный оттенок влияния, зачастую многие события связаны с негативным восприятием и резко отрицательной реакцией: и как результат отражается на культуре, психологии и социальном воспитании. Ввиду того, что молодежь самая большая социальная общинность, она также имеет социальные и психологические особенности, которые, прежде всего, обусловлены возрастными особенностями¹. Именно поэтому молодежь - это самая восприимчивая и "чувствительная" аудитория, и своего рода лакмусовый индикатор, отражающий обстановку в обществе.

Конечно, как и иным социальным общностями - молодежи присуще культурные черты, специфические интересы, ценности, нормы поведения. Ввиду выше отмеченного стоит полагать, что проблемы российской молодежи представляют собой, по сути, проблемы не только современного молодого поколения, но и всего общества в целом, от решения которых зависит не только сегодняшний, но и завтрашний день нашего общества. А жизненные ценности сегодняшней молодежи определяют образ нашего "завтра"².

На сегодняшний день самовыражение и самореализация молодежи в России представляет некоторую опасность. Связано это с различными причинами. Так, ряд политических преобразований в России (присоединение Крыма, санкции ЕС, антироссийская политика США, экономический и финансовый кризис и тп), привел к образованию слоев оппозиций. Культурные преобразования и сопровождающаяся утрата ценностей обращает молодежь в корыстных, равнодушных жителей мегаполисов, которые в одинаковой степени передадут все мироощущение своим детям. Вдобавок к этому, с развитием информационных технологий и средств массовых медиа-контактов, молодежь оказывается

* Научный руководитель - **Чеджемов Герман Асланбекович**, старший преподаватель.

под двойным давлением субъективных сторон, которые публично выражают вою позицию по событиям в мире и обществе³. Самоуверенность утрачивает свое значение, также как и вторичным становится личностная оценка действительности.

Ограниченность молодежи в самореализации на текущее время проявляется также достаточно широко: повсеместно молодежь склонна к панибратству, вполне нормальным социальным явлениям (в том числе основанных на этнических конфликтах), девальвируется ценность творчеству и замыслу (утрачивают актуальность творческие объединения, а также прочие духовно-нравственные учреждения), теряет популярность молодежная активность в рамках волонтерства, спонсорства, если она не подкреплена возмездными отношениями. Социальная бесперспективность не позволяет молодежи обрести "силу духа" с социализирующим потенциалом. А если же смотреть в корень проблемы, то это является в полнее закономерной политикой развития молодежи, которая началась в 90-х годах XX века и стала современной социально-культурной интеграцией. При многообразии медиа-контентов, а также информационного обмена любой студент без лишних усилий может найти, воссоздать то, для чего ранее потребовались бы усилия. Не находя путей самореализации обществе, некоторая часть молодежи пытается найти себя в виртуальной реальности, целиком погружаясь в компьютерные игры и интернет, уходя от настоящей действительности. Еще один негативный аспект данного явления проявляется в существенном понижении двигательной активности, что непосредственно сказывается на здоровье и физическом развитии.

Повысить вклад молодежи в преодоление сформировавшегося кризиса может только обновленная социальная установка. Для России в частности будет полезен опыт стран Евросоюза, для которых концепция молодежи в конце 60-х годов после известных "молодежных революций", потрясших ряд стран Западной Европы и Северную Америку. Именно эти "революции" заставили правительства многих стран и международные организации обратить внимание на феномен молодежи, задуматься о месте и роли молодежи как фактора социальных перемен, о необходимости проведения и усилении особой общественной государственной молодежной политики. Значимость молодежи для России в рамках борьбы с ее социальной неуверенностью, должна вырасти, именно поэтому организация и утверждение года молодежи (2009 г.) в России не будет достаточно. Для развития самореализации молодежи важна поддержка в тех направлениях, которые ей интересны в первую очередь, это культура и спорт, инженерные информационные технологии, профилированные направления для возрастной молодежи, социальные проекты (повышающие активность инвалидов). Формирование поддержки важно начинать с ответа на вопрос "чего хочет молодежь?". В обществе, где материальное благополучие и обогащение становятся приоритетными целями его существования, соответствующим образом формируется культура и ценностные ориентации молодых людей. Доминирующим в систем ценностей современной молодежи выступают: деньги, образование и профессия, деловая карьера, возможность жить в свое удовольствие⁴. Чтобы уйти от представленных "стандартов" государству потребуется время и четко сформированный план по развитию иного мировоззрения у молодежи. Пока, в силах каждого остается сохранение индивидуальности, культурной и национальной ценностей. Для этого важны усилия всех сторон: оставаться неравнодушными, самобытными, эрудированными, с прочными

нравственными устоями, а также ориентированными на созидание и восприимчивость к новым культурным идеям. Все созданное молодежью подлежит пристальному вниманию, изучению, оценке, ведь это важно для формирования самомнения автора.

В заключение стоит привести цитату немецкого и британского социолога К. Манхейма: "В рамках общества мы не можем формулировать потребности молодежи абстрактно, мы должны это делать с учетом нужд и потребностей данного общества"⁵. В современном информационном обществе XXI в. молодой человек уже в юном возрасте приобщается к большому объему накопленных человеческих знаний, благодаря различным информационным ресурсам, однако в практическом и жизненном плане, реализация себя в обществе, период взросления и зрелости отодвигается по сравнению с предыдущими эпохами общественного развития. Так, сознанию молодых людей свойственна определенная неустойчивость, оно открыто и готово к восприятию большого информационного потока, в процессе усвоения которого формируются образцы и установки, нормы социального поведения. В результате, в современном российском обществе средствами массовой информации пропагандируются и рекламируются в основном образцы повеления, формирующие потребительскую ориентацию, достижение целей любыми путями, определенную, эгоизм, приземленности, удовлетворение сегодняшним днем. Для решения проблемы важно комплексное решение: прежде всего, основанное на государственной поддержке⁶. В силах каждого жителя страны остается только поддержка, сохранение неравнодушия к проблемам общества, и, конечно же, требуется оценка всего, что создано и создается молодежью. Всеобщая поддержка заставляет их действовать на основе не только общих установившихся требований, но и на основе собственных взглядов и представлений, тем самым проявляя индивидуальность, самобытность и самомнение⁷.

¹ Ургалкин Ю.А., Санникова О.А. Социальное неравенство студенческой молодежи как феномен современного российского общества. URL: <http://vestnik.sseu.ru/index.php?cnt=article&ida=4480>.

² Ювенология в XXI веке: комплексное междисциплинарное знание о молодом поколении / под ред. Е.Г. Слуцкого, В.В. Журавлева. СПб.: Петрополис, 2017. 216 с.

³ Лаца Я.Г. Социальная ситуация социализации и самореализации молодежи современной России. URL: <http://conf.omua.ru/concert/soinaya-siuaciya-socializacii-molodezhi-sovremennoy-rossii>.

⁴ Ургалкин Ю.А., Бондарев С.И., Чеджемов Г.А. Городской муниципалитет как основной субъект социальной политики // Проблемы развития предприятий: теория и практика : материалы 13-й Междунар. науч.-практ. конф., 27-28 нояб. 2013 г. Самара, 2013. С. 310-312.

⁵ Манхейм К. Избранное: Социология культуры. М. ; СПб.: Унив. кн., 2000. С. 234-333.

⁶ Чеджемов Г.А. Уровень и качество жизни в теории социальной политики и управления // Известия института систем управления Самарского государственного экономического университета. 2010. № 1. С. 53-57.

⁷ См. также: Основы государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года : утв. Распоряжением Правительства РФ от 29.11.2014 № 2 303-р. Доступ из справ. правового портала "Гарант";

Бохонов Г.Ю. Влияние средств массовой информации на формирование молодежи / Молодежный научно-технический вестник. 2013. № 2;

Иванова Л.А., Шеханин В.И., Корнаухова К.А. "Гибкая сила" как одно из инновационных средств психофизического развития студентов специального учебного отделения. URL: <http://vestnik.sseu.ru/index.php?cnt=article&ida=4790>.

PROBLEM OF YOUTH SELF-REALIZATION IN THE MODERN RUSSIAN SOCIETY

© 2017 Tolstikov Evgeny Vladimirovich

Student

Samara State University of Economics

E-mail: ajs.228@mail.ru

Keywords: politics, state, youth, self-realization.

This article examines the self-realization of youth in modern society. It will also be a question of the direct influence of politics on youth.

УДК 316

ВЕРОТЕРПИМОСТЬ КАК СПОСОБ РЕШЕНИЯ РЕЛИГИОЗНЫХ КОНФЛИКТОВ

© 2017 Трещева Екатерина Евгеньевна

студент

© 2017 Луганская Анна Владимировна

студент

© 2017 Лебедева Людмила Геннадьевна

доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: kateytreshcheva@mail.ru, luganskayaanna97@mail.ru, ludleb@mail.ru

Ключевые слова: веротерпимость, религиозный конфликт, религия, конфликт, религиозные войны.

Анализируются религиозные конфликты в различных конфессиях, проводится поиск их решения через призму веротерпимости.

В конце XX века в мире произошли глобальные изменения, которые способствовали возврату религии на публичную арену. Трудно найти сегодня на карте мира место, где представители различных религиозных традиций не конфликтовали бы друг с другом, отстаивая свою веру и защищая традиции предков. Религиозные конфликты приобретают все более выраженный глобальный характер, доходя до геноцида одной страны другой. Данное явление со временем обостряется, что может привести к полномасштабным

проблемам. Но для начала, следует понять, почему религия становится поводом для конфликтов.

Религия представляет комплекс верований человека в сверхъестественные силы, главным образом в Бога, и практических действий, с помощью которых люди обращаются, или пытаются контактировать с реальностью вне повседневного опыта. В ее структуру входят догматы, нормы и правила, культ, а также религиозные объединения. Она, как социальное явление, выполняет важную социальную роль. Религия регулирует поведение людей, помогает им выстраивать оптимальные отношения с миром. Но в то же время, и в своей эволюции, и сегодня она приводит к негативным последствиям: нетерпимости и порождающим ее конфликтам, войнам, вмешательству в личную жизнь и развитие личности, подавлению науки или искусства, насаждению идеи неравенства людей и так далее¹.

Для примера идеально подойдет всеми известные Крестовые походы. Эта эпоха освященных папством войн с целью освобождения христианской святыни в Палестине от мусульман и обращение еретиков и язычников в католическую веру. Такой массовый религиозный конфликт сопровождался захватом вражеских территорий, неисчислимыми жертвами и огромными разрушениями².

В православии из-за конфликта произошел раскол церкви в 17 веке, который создал старообрядчество - оппозиционную веру. Некоторые верующие отказались принимать реформы патриарха Никона. За это их прозвали старообрядцами и за отказ были подвергнуты гонениям. Главным противником реформ стал протопоп Аввакум. Во время начала репрессий его на несколько дней бросают в тюрьму без еды и воды, а затем отправляют в ссылку в Сибирь. Там Аввакум стал главным проповедником старообрядчества и именно он объединил староверов по всей Руси. Но несмотря на ссылки и гонения, протопоп и старообрядцев за отказ от уступок были сожжены в срубе в Пустозерске³.

В исламе зачинщиками религиозных конфликтов являются исламскими фундаменталистами-террористами. Это производится с намерением разжечь настоящий "мировой джихад". Исламские фундаменталисты объявили свою войну с США "священным джихадом", войной религиозной, себя величают "шахидами", своих врагов - "крестносцами"⁴. Если объединить все выше перечисленное, то вывод не утешительный. Из-за разности во взглядах и нетерпимости к чужим верам, люди разжигают на этой почве конфликты, которые ведут к бессмысленным репрессиям, убийствам и геноциду. Особенно опасным может стать распространение этой точки зрения через сеть Интернет, так как овладение им у современного человека начинается с самого раннего возраста - 3-4 года⁵. Отсюда можно прийти к выводу, что веротерпимость может стать ответом на проблему международного религиозного конфликта. Особенно веротерпимость пропагандируется в священных писаниях основных трех религий, о чем, к сожалению, забывают люди.

Например, в христианской религии христиане признавая себя в обладании только известной степени истины, они, встречая новые для них верования, не отвергают их, а наоборот изучают и проверяют по ним свои верования. Заповеди Христианства также призывают к веротерпимости. Например, "Возлюби ближнего твоего, как самого себя"⁶.

Ислам призывает всех людей жить вместе, свободно, под одним сводом законов. Он запретил любое проявление эгоизма, деспотизма, дикости и несправедливости. Ис-

лам объявил о том, что все люди являются достойными уважения, и определил человеку место выше всех остальных живых существ. Нельзя унижать человека, попирает его права, даже если это и идет на пользу всему обществу⁷.

В буддизме Будда призывает к необходимости веротерпимости к другим религиям. Среди индийских буддистов веротерпимость, является "религиозным идеалом". "Следует почитать чужую веру. Поступая так, человек способствует успеху своей веры и оказывает поддержку чужой. Поступая иначе, он подрывает корни своей веры и вредит чужой"⁸.

В мире, в котором много религиозных течений, очень важно находить ресурсы, несущие идею веротерпимости внутри самой религиозной традиции и внутри самого государства между представителями различных конфессий. Все найденные решения нужно воплощать на международном уровне, иначе мир может утонуть в религиозных конфликтах.

¹ Баранов П.А., Воронцов А.В., Шевченко С.В. Обществознание : полный справочник для подготовки к ЕГЭ М. : Астрель, 2009. С. 57-64.

² История с древнейших времен до XV века. М. : Мир книги, 2006. С. 146.

³ URL: <http://www.tvc.ru/news/show/id/61137> (дата обращения: 06.09.2017).

⁴ Религиозные войны // Российская газета. Федер. вып. № 3453.

⁵ Печерская Е.П., Звоновский В.Б., Меркулова Д.Ю., Плешаков В.А., Мацкевич М.Г. Опыт сетевого поведения дошкольников // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 9 (107). С. 146.

⁶ Заповеди, десятизловие, декалог // Атеистический словарь / под общ. ред. М.П. Новикова. 2-е изд., испр. и доп. М. : Политиздат, 1985. С. 158.

⁷ Кулиев Э. Смысловой перевод Священного Корана на русский язык. Изд. дом "УММА", 2009. С. 688.

⁸ Андросов В.П. Будда Шакьямуни и индийский буддизм. Современное истолкование древних текстов. М. : Вост. лит., 2001. С. 194.

TOLERANCE AS A METHOD OF SOLVING RELIGIOUS CONFLICTS

© 2017 Trescheva Ekaterina Evgenievna
Student

© 2017 Luganskaya Anna Vladimirovna
Student

© 2017 Lebedeva Lyudmila Gennadievna
Associate Professor

Samara State University of Economics

E-mail: kateytreshcheva@mail.ru, luganskayaanna97@mail.ru, ludleb@mail.ru

Keywords: religious tolerance, religious conflict, religion, conflict, religious wars.

The article analyzes religious conflicts in various faiths and the search for their solutions through the prism of religious tolerance.

СОЦИАЛЬНЫЕ ПРИЧИНЫ РЕЛИГИОЗНОГО ТЕРРОРИЗМА

© 2017 Тютерева Юлия Дмитриевна*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: julia.tutereva@yandex.ru

Ключевые слова: религия, терроризм, неравенство, социализация, манипулирование.

Рассмотрены социальные причины вступления людей в религиозные террористические организации, предложены меры по предотвращению распространения терроризма.

Терроризм - одна из тех угроз, что представляют опасность для любого человека, каждой страны и мирового сообщества в целом. Удар может быть нанесен совершенно неожиданно и где угодно. В настоящее время доля "светских" террористических актов сократилось по сравнению с той, что так или иначе совершается из-за радикальных интерпретаций ислама. Подобный вид терроризма опаснее для общества, так как последователи рассматривают свои действия как средство спасения как для себя, так и общества, за которое они борются. Но неправильно считать, что эти преступления осуществляются исключительно по религиозным мотивам, ведь среди их участников можно встретить не только ярких приверженцев ислама, но и маргиналов или же вполне состоятельных людей. Что же побуждает их присоединяться к террористам?

Социальные причины вступления в террористические организации различны, однако их можно разделить на личностные и те, что связаны с устройством современного общества.

Начнем с первых. Среди них можно выделить неудачную социализацию, желание получить некие блага, манипулирование и месть. Рассмотрим их более подробно.

Необходимо отметить, что наличие оплачиваемой работы существенно увеличивает качество жизни индивида, повышает его самооценку и создает предпосылки для дальнейшей социализации личности¹. Социализация, в числе прочего, подразумевает удовлетворение и духовных потребностей, то есть тех, что находятся на вершине пирамиды Маслоу. Религия - один из самых древних и эффективных институтов, выполняющих эту функцию. Именно она помогает разрешить нравственные проблемы, ответить на вопрос о смысле жизни и определить цель, которой человек будет следовать. Зачастую человек находит покой и душевное равновесие, следуя религиозным нормам². Но люди, которые не смогли пройти социализацию успешно, обращаются к сектам или террористическим формированиям, в том числе радикальным версиям ислама, которые предлагают простое решение вопросов, связанных с определением жизненных ориентиров, - "черно-белый" взгляд на мир и категоричное деление на "свой-чужой", при этом соблюдение религиозных норм не обязательно.

* Научный руководитель - **Чеджемов Герман Асланбекович**, старший преподаватель.

Например, Абдеслам Салах, один из главных организаторов терактов в Париже в ноябре 2015 г., и до этого совершал преступления, такие как кража с взломом и хранение психотропных веществ, и вел далекий от норм ислама образ жизни. Это было установлено благодаря многочисленным селфи, размещенных в интернете, на которых видно, что он не отказывал себе в развлечениях и общении с противоположным полом³.

Материальное обогащение также можно назвать в числе причин. Низкий уровень жизни и неблагоприятные социальные условия толкают людей к тем, кто обещает им светлое будущее. Например, ИГИЛ предлагает тем, кто приходит к ним, насладиться различными благами при жизни.

Манипулирование, компромат и психологическая обработка также приводят к вступлению в религиозные террористические организации. При многократном повторении какой-либо информации определенное количество людей или группа принимает услышанное за истину, а страх за свое положение в обществе заставляет выполнять требования вербовщиков, чтобы они не распространяли порочащие сведения. В свою очередь, менее образованный человек не умеет выражать и отстаивать свою точку зрения. И он подвластен манипуляции больше, нежели человек образованный⁴. Жертвенное поведение, спровоцированное вербовщиками, проявляется в насилии над теми, кто мыслит по-другому. Отождествление себя с богом и вершителем судеб, совершающим нечто "грандиозное", оправдывает любые поступки⁵.

Желание отомстить является одной из сильнейших мотиваций вступления в террористическую организацию. Корреспонденты Александр Коц и Дмитрий Штешин, исследовавших феномен женского терроризма в Чечне, утверждают, что это один из основных способов привлечения к незаконной деятельности вдов в качестве террористок-смертниц⁶.

Но и современное общество под влиянием технологий стремительно меняется, что в свою очередь способствует распространению терроризма. В развитии человечества, в созданном нами мире, существуют, с одной стороны, противоречия, которые побуждают людей к деструктивным действиям, а с другой - возможности, которые позволяют их осуществить.

Во-первых, современное общество неоднородно, разрыв между развитыми и развивающимися странами огромен, и в рамках одной страны между бедными и богатыми значителен. Религиозный терроризм предлагает радикальный способ устранения социального неравенства и построения другого общества, где коллективные интересы ставятся выше личных.

Во-вторых, сегодняшнее общество и посттрадиционное, и политрадиционное. Посттрадиционная культура не дала социуму четкого понимания и решимости быть готовым умереть за свободу слова, многопартийность или теорию эволюции, в отличие от радикальных течений ислама, где есть свой смысл веры и цели и ясный способ их достижения. Кроме того, происходит интеграция локальных сообществ, что ведет к изменениям и размываниям традиций, характерных для них, что в свою очередь приводит к незнанию собственной культуры, невежеству. Таким образом, религиозные суррогаты становятся способом заполнения дефицита общества в смысле⁷.

В-третьих, современные технологии играют огромную роль в обеспечении возможности сохранения и развития терроризма:

- Интернет позволяет управлять огромным количеством людей удаленно, без непосредственного контакта, вербовать новых adeptов, получить доступ к потенциально опасной информации;

- Все значимые технологические и технические объекты потенциально опасны и могут быть использованы во время совершения террористических актов - высотные сооружения, транспорт, электричество;

- Ускорение общественной жизни, вызванное использованием акселераторов (автомобиль, компьютер, мобильный телефон) порождает социальную неустойчивость, так как общество как система без них не может существовать и развиваться.

Единственного решения проблемы распространения терроризма нет, но, тем не менее, следует выделить ряд мер, которые в комплексе смогут дать положительный результат и снизить уровень религиозного терроризма:

1. Распространение актуальной информации о профилактике вербовки и возможных сценариях жизни людей, вступающих в террористические организации;

2. Предупреждение экстремистских настроений в среде молодежи, склонной в силу возраста к героизации и романтизации всего необычного;

3. Улучшение преподавания на всех уровнях образования гуманитарных дисциплин для устранения невежества и прививания ценностей, традиционных для данного социума;

4. Поиск точек соприкосновения и мирного сосуществования между приверженцами различных религий;

5. Отказ от развития технологий, ставящих под угрозу существования человечества;

6. Поиск путей, способных сгладить социальное неравенство между бедными и богатыми.

¹ Чеджемов Г.А., Борисов С.В. Некоторые аспекты качества жизни в регионах России // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2012. № 12 (98). С. 128-131.

² Еланская Е.А., Чеджемов Г.А. Социализация как важнейший фактор формирования личности в обществе // Известия Института систем управления Самарского государственного экономического университета. 2017. № 1 (15). С. 47-50.

³ Сурма И.В., Шангараев Р.Н. Религиозно-политический терроризм и его социально-исторические корни // Обозреватель. 2017. № 7 (330). С. 48-59.

⁴ Нуриева С.Д., Чеджемов Г.А. Манипуляция массовым сознанием в современном обществе // Известия Института систем управления Самарского государственного экономического университета. 2017. № 1 (15). С. 81-83.

⁵ Усатенко О.Н. Феномен жертвенности и его значение для психологической практики // Вестник Финансового университета. Гуманитарные науки. 2016. № 1. С. 125-131.

⁶Доронин С.П., Федорова К.В., Феномен женского терроризма и проблема его интерпретации в обществе // Казанский педагогический журнал. 2016. № 3 (116). С. 172-177.

⁷ Тимошук А.С. Социологический контекст современного терроризма // Создание воспитательной антиэкстремистской и антитеррористической среды в современном вузе : материалы междунар. науч.-практ. конф. 2016. С. 269-274.

SOCIAL CAUSES OF RELIGIOUS TERRORISM

© 2017 Tiutereva Julia Dmitrievna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: julia.tiutereva@yandex.ru

Keywords: religion, terrorism, inequality, socialization, manipulation.

The article considers the social causes of people's entry in religious terrorist organizations, as well as proposed measures to prevent the spread of terrorism.

УДК 316.4

ЭВТАНАЗИЯ КАК СОЦИАЛЬНОЕ ЯВЛЕНИЕ: МОРАЛЬНО-ЭТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

© 2017 Фадеева Анастасия Евгеньевна*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: anastasiafadeeva@inbox.ru

Ключевые слова: эвтаназия, добровольная эвтаназия, активная эвтаназия, разрешение эвтаназии.

Рассматривается проблема эвтаназии в современном обществе, аргументы "за" и "против" ее законодательного введения, а также отношение к эвтаназии в России и зарубежных странах.

Достаточно спорным и неоднозначным вопросом современности, вызывающим бурные дискуссии и обсуждения социологов, медиков и философов по всему миру, является проблема эвтаназии.

Если не прибегать к медицинским терминам и определениям, то эвтаназией можно назвать практику прекращения жизни человека, который страдает неизлечимым заболеванием и, при этом, испытывает нестерпимые страдания.

Значение термина "эвтаназия" исходит от греческих слов "eu" - хорошо, благо и "thanatos" - смерть. Впервые данный термин "эвтаназия" был употреблен еще в XVI веке английским историком, философом и политиком Фрэнсисом Бэконом в труде "О достоинстве и приумножении наук". Согласно воззрениям Бэкона, эвтаназия представляет собой

* Научный руководитель - **Чеджемов Герман Асланбекович**, старший преподаватель.

легкую и безболезненную смерть, о чем говорят цитаты из его трудов: "заснул глубоким сладким сном" и "сделать самую смерть более легкой и спокойной".

Что касается классификации видов эвтаназии, то выделяют два ее основных вида: пассивная и активная. Пассивная эвтаназия предполагает намеренное прекращение медицинскими работниками процедур поддержания жизнедеятельности тяжелобольного пациента. Активная эвтаназия заключается во введении пациенту соответствующих препаратов, которые влекут за собой смерть. Некоторые ученые-медики относят такой вид эвтаназии к разновидности самоубийства, только с врачебной помощью.

Также выделяют классификацию видов эвтаназии с точки зрения добровольности данной процедуры, иначе говоря - добровольную и недобровольную. Добровольная эвтаназия представляет собой просьбу или же согласие больного на ее проведение, недобровольная - осуществляется с согласия близких родственников, при этом больной находится в бессознательном состоянии¹.

Категории "эвтаназия" обязательно должно сопутствовать два обязательных условия:

- Легкая, безболезненная смерть (как упоминалось еще в трудах Бэкона);
- Добровольное решение человека, решившегося на данный шаг.

Естественно, что одним из важнейших условий эвтаназии должна быть безболезненность процедуры ухода из жизни. Иначе говоря, если человека столкнут с девятнадцатого этажа или застрелят - это уже не будет являться эвтаназией.

Вторым, но не менее важным условием эвтаназии, является полное понимание и убежденность человека в том, что именно смерть для него будет большим благом, чем жизнь, так как страдания и мучения уже невыносимы. Иными словами, смерть в данной ситуации должна являться "единственным выходом". Единственным исключением может быть бессознательное состояние человека (например, кома), когда за него принимают решение близкие родственники.

Эвтаназия является в современные дни одним из самых обсуждаемых и острых вопросов современности. Множество мнений и аргументов "за" и "против" приводится на данный счет.

К самым широко распространенным аргументам "за" относят:

- Человек вправе сам распоряжаться собственной жизнью, в том числе касаясь того, продолжить ее или же оборвать;

- Тяжело больной зачастую имеет желание избавить своих близких от, в первую очередь, морального и, в том числе, финансового "бремени". Это определяет альтруистическую составляющую вопроса;

- По мнению многих авторитетных ученых и медиков, эвтаназия является милосердием, благом. Именно она способна избавить от мучений тяжелобольного пациента;

- Содержание и непрерывное лечение "безнадежно больных" требует больших затрат финансовых средств, что составляет экономическую составляющую данного вопроса.

В то же время, существует не малое количество противников эвтаназии. Ими приводятся следующие аргументы "против":

- Активная эвтаназия представляет собой, своего рода, самоубийство, только с помощью врачей. Данного аргумента придерживаются, в первую очередь, глубоко верующие люди, так как самоубийство, согласно религиозным верованиям, - это один из самых страшных грехов;

- Возможность появления в недалеком будущем необходимых лекарств и новых методов лечения, а также более эффективных болеутоляющих средств;

- С введением эвтаназии на законодательном уровне, возможен риск злоупотреблений этим со стороны медицинского персонала собственных, в какой-то степени даже корыстных, целях².

Естественно, что у каждого человека или гражданина какой-либо страны свое мнение касательно данного вопроса.

Например, целую волну возмущения у жителей Лондона вызвала недавняя новость о том, что в одной из лондонских больниц 11-месячного малыша ждет эвтаназия. Мальчик, по имени Чарли Гард, страдает от совершенно редкого неизлечимого заболевания - синдрома истощения митохондриальной ДНК. Тысячи угроз различного содержания поступало в адрес работников данной больницы.

А вот, например, в Голландии в 2016 году на рассмотрение поступал законопроект о легализации эвтаназии для здоровых людей. Речь идет о тех, "кто потерял смысл жизни" и больше не желает жить. Данную ситуацию вполне можно назвать легализацией самоубийств, только с чужой помощью.

Или же, к примеру, Бельгия является единственной страной, где законом разрешено проводить эвтаназию в отношении несовершеннолетних детей абсолютно любого возраста в случае смертельного заболевания. Впервые после принятия данного законопроекта, такая процедура была проведена в 2016 году.

Какие именно страны имеют законное право на проведение эвтаназии? К счастью или же сожалению, таких стран не очень много. Среди них: Нидерланды, Швейцария, Бельгия, США (только в 4 штатах - Орегон, Вашингтон, Вермонт и Монтана, в общем, по стране эвтаназия запрещена), Люксембург и т.д.

Что же касается Российской Федерации, то у нас эвтаназия законодательно запрещена и наказывается в соответствии с Уголовным кодексом РФ, наравне с другими преступлениями³. В некоторых случаях это приводит к попыткам самоубийства тяжелобольных. Кроме того, возрастает число родственников, которые хотят "помочь" уйти из жизни близкому человеку.

Такой акт умерщвления произошел в Республике Коми, когда женщине, больной раком, была введена смертельная доза этилового спирта. Однако, вина, попавших под подозрение врачей, так и не была доказана. Данный случай вызвал большой резонанс общественности и позволил напомнить о том, что данная проблема все еще остается одним из наиболее важных и до сих пор нерешенных вопросов.

Очень важным фактором, оказывающим влияние на данную проблему, является уровень медицинской помощи и оснащенности медицинских учреждений. "Говоря о региональных различиях в сфере услуг, необходимо отметить уровень здравоохранения, который характеризует обеспеченность медицинскими учреждениями и персоналом, отражает потенциальную возможность получения качественной медицинской помощи"⁴.

В 2017 году был проведен опрос, где задавали единственный вопрос: "Нужно ли разрешить эвтаназию в России?". Итоги опроса следующие: 73% людей высказалось "за", соответственно, 27% - "против". "Сторонники" эвтаназии аргументировали это правом неизлечимого человека прекратить свои страдания, а "противники" считают, что вопрос прекращения жизни слишком неоднозначен.

В любом случае, вопрос о разрешении эвтаназии в Российской Федерации неоднозначен и до конца не изучена готовность общества к данному шагу⁵.

¹ Капинус О.С. Эвтаназия в свете права на жизнь. М., 2006. С. 4.

² Румянцев О.Г., Додонов В.Н. Юридический энциклопедический словарь. М., 1996. С. 165-170.

³ Сальников В.П., Кузнецов Э.В., Старовойтова О.Э. Право на смерть в системе соматических прав человека // Современное медицинское право в России и за рубежом : сб. науч. тр. М., 2013. С. 25.

⁴ Чеджемов Г.А., Борисов С.В. Некоторые аспекты качества жизни в регионах России // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2012. № 12 (98). С. 127-131.

⁵ Эвтаназия // Этика / А.А. Гусейнов, Р.Г. Апресян. М., 2000. С. 96-98.

EUTHANASIA AS A SOCIAL PHENOMENON: MORAL AND ETHICAL ASPECTS

© 2017 Fadeeva Anastasiya Evgen`evna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: anastasiafadeeva@inbox.ru

Keywords: euthanasia, voluntary euthanasia, active euthanasia, euthanasia resolution.

The article discusses the problem of euthanasia in modern society, the arguments "for" and "against" its legislative introduction, as well as the attitude towards euthanasia in Russia and foreign countries.

УДК 316.42

ПОТРЕБИТЕЛЬСТВО КАК СОЦИАЛЬНАЯ ПРОБЛЕМА ОБЩЕСТВА

©2017 Федосеева Екатерина Александровна*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: fedoseevakate@mail.ru

Ключевые слова: потребительство, общество потребления, реклама, мода, потребительский кредит, потребности.

Описывается потребительство как явление современного общества, приводятся механизмы поддержания потребительства. Через статистику потребительских кредитов оцениваются масштабы данного явления. Кроме того, рассмотрены основные негативные следствия потребительства.

* Научный руководитель - Чеджемов Герман Асланбекович, старший преподаватель.

В мировом масштабе в 2016 году было произведено товаров и услуг на 75,5 трлн. долл. Это на 14,4% больше, чем в 2010 году. В среднем ВВП России растет со скоростью 3% в год и в 2016 году он составил 85,9трлнруб (1,3 трлн долл.)¹.Рост экономики благоприятно сказывается на настроениях в обществе: растет количество рабочих мест и расширяется предложение на полках ретейлеров. Как следствие, удовлетворяются все первичные потребности общества.

Чтобы оттянуть наступление кризиса перепроизводства, рынок активно стимулирует спрос посредством основного двигателя торговли - рекламы. На сегодняшний день реклама распространена в телевидении, печатных изданиях, интернете и социальных сетях, в частности. Она не просто рассказывает о товарах и услугах, она стремится сформировать представление реципиентов о современной жизни и сыграть на их желании подражать. Тем самым поддерживается общество потребления, это современное общество индустриально развитых стран, характеризующееся массовым потреблением товаров и услуг и формированием соответствующих установок.

Проблема возникает в момент, когда покупка того или иного товара происходит не вследствие объективной потребности в этом товаре, а в связи с его символическим значением, с целью демонстрации социального статуса. Индивиду становится важно не само обладание вещью, а то, что это обладание дает: цельность образа, сформированного средствами массовой информации. Таким образом, индивид пытается удовлетворить уже социальные потребности: потребность в одобрение, признании, потребность причастности к той или иной социальной группе. Человек, как неотъемлемая часть жизни социума и его структурная ячейка, занимает особое место и играет главную роль в развитии общества. В связи с этим, можно сказать, что именно человек, его ценности, нормы, потребности и способности являются причиной перемен в обществе и его отдельных элементах².

Искусственным стимулятором спроса наряду с рекламой выступает и мода, которая диктует правила внешнего вида, фигуры человека, обстановки жилища и многое другое. Особенно сильно влиянию моды подвержены молодые люди (15-35 лет), так как в этом возрастном отрезке характерна острая необходимость в признании со стороны общества. Потребности и стимулы определяют деятельность человека как субъекта общественных отношений, в полной мере испытывающего влияние социального окружения, социальной системы в целом³.

Эволюция потребительства хорошо прослеживается в статистике объемов предоставленных потребительских кредитов (см. таблицу). За 6 лет потребительское кредитование в России выросло более чем в 3 раза.

Объемы потребительского кредитования в России*

Год	Объем потребительского кредитования (трлн.руб.)
2010	3,2
2011	4,1
2012	5,6
2013	7,7
2014	6,6
2015	11,3
2016	11,4

* Центральный банк Российской Федерации : [офич. сайт]. URL: <http://cbr.ru>.

Банки активно создают предложение кредитных карт и потребительских кредитов и рекламируют их всеми доступными способами. Тем самым у индивидов складывается представление о потребительских кредитах как о норме, имеющей место в жизни каждого человека, что побуждает к еще большему потреблению.

Интеграция потребительских кредитов в повседневность чревата или инфантильностью сознания, неспособностью адекватно сопоставить расходы с доходами, или же чрезмерной тревожностью, вызванной нависшими обязательствам, страхом внезапно остаться без заработка. И то и другое пагубно влияет на психику человека⁴.

Возникает вопрос: чем же плоха идея потребительства?

Во-первых, потребительство не способствует истинному научно-техническому прогрессу, оно способствует развитию бизнеса. Процесс потребительства рождает мнимый прогресс: выпускается новый смартфон с рядом совершенно новых функций и увеличенных возможностей. Однако, производителю совершенно не выгодно создавать смартфон, который будет функционировать длительное время. Бизнес заинтересован в том, чтобы потребитель как можно скорее пришел за новым товаром, и для этого совершает предумышленное физическое и моральное изнашивание продаваемого товара.

Другая область, затронутая потребительством, экологическая. Линейные циклы производства в начале потребляют природные материалы, а в конце наряду с продуктом производят отходы, которые загрязняют окружающую среду. Таким образом, в сфере экологии можно выделить две проблемы: использование невозобновимых природных ресурсов и загрязнение природы неразлагающимися отходами. По прогнозам некоторых специалистов, уже в ближайшем будущем природное сырье не сможет оставаться "двигателем экономики"⁵.

В-третьих, потребительство отодвигает на задний план духовные ценности⁶. Нельзя утверждать, что потребительство уничтожает духовность, однако в потребительском обществе она не играет главную роль и, поэтому, упрощается для использования в коммерческих целях (насколько это возможно). Так, например, предметы искусства нередко становятся элементом дизайна того или иного товара, при этом о заложенной в предмете искусства идее никто из потребителей не задумывается.

С точки зрения экономики жизнь индивида выражена в стадиях воспроизводственного процесса. Однако, глобализация пронизывает все сферы общественной жизни: экономическую, политическую, научную, религиозную, нравственную⁷. Как следствие, прогресс государства зависит от более широких параметров, нежели ВВП. В частности, от приоритетов и стремлений людей, их представлении о счастье⁸.

¹ Федеральная служба государственной статистики : [официальный сайт]. URL: <http://www.gks.ru>.

² Милова Ю.А., Чеджемов Г.А. Человек эпохи перемен: новая реальность // Известия института систем управления Самарского государственного экономического университета. 2015. № 2 (12). С. 59-64.

³ Ургалкин Ю.А., Бондарев С.И., Чеджемов Г.А. Экономическое поведение человека в условиях становления рыночной экономики // Экономика и социология. 2014. № 4 (24). С. 20-23.

⁴ Вотинцева Н.Н., Ильин А.Н. Культура потребления и реклама : монография. Пермь : ПИЭФ, 2014. 132 с.

⁵ Мячина Л.Я. Экологизация экономики и проблемы природопользования // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2014. № 2 (112).

⁶ Бернадская К.В. От потребительства к непреходящим ценностям // Вестник МГУКИ. 2015. № 4 (66).

⁷ Чеджемов Г.А. Основные факторы социальной стратификации российского общества в условиях его трансформации // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2006. № 2 (25). С. 141-143.

⁸ Бойко С.В., Кафтан В.В., Магомедова А.М. Характеристика потребительских духовных ценностей // Философский и социальные проблемы общественного развития. 2015. № 3 (17).

Гурова О.Ю., Толкачева А.Н. Критический подход к потреблению и исследования потребления в постсоветских обществах // Лабиринт. 2014. № 2.

CONSUMERISM AS A SOCIAL PROBLEM OF SOCIETY

© 2017 Fedoseeva Ekaterina Alexandrovna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: fedoseevakate@mail.ru

Keywords: consumerism, consumer society, advertisement, fashion, consumer credit, needs.

In the article consumerism is described as a phenomenon of the modern society. There is also description of the tools to maintain consumerism. With the help of consumer credit statistics the relevance of consumerism is estimated. What is more, some negative consequences of consumerism are considered.

УДК 316

ВЛИЯНИЕ СМИ НА ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ МОДЕЛИ МОЛОДЕЖИ

© 2017 Чипирова Анастасия Валериевна*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: chip0012@yandex.ru

Ключевые слова: СМИ, телевидение, жестокость, сознание, психика, влияние ТВ.

Проведена оценка негативного влияния от просмотра видеороликов на сознание человека, в особенности на сознание ребенка.

* Научный руководитель - Чеджемов Герман Асланбекович, старший преподаватель.

Телевидение играет огромную роль в современной жизни. С его помощью люди узнают новую информацию, следят за последними новостями, а также проводят свое свободное время за просмотром развлекательных передач и интересных фильмов.

В период трансформации общества большое влияние на его структуру стали оказывать социально-психологические факторы, такие, например, как мобильность психики, выражающаяся в отношении к сложившимся условиям как к дающим возможность проявить себя и самостоятельно принимать решения или, напротив, как к условиям отсутствия заботы со стороны государства, ведущей к потере жизненных ориентиров и ценностей, способности к самоидентификации, пересмотру устоявшихся норм нравственности¹.

Для многих просмотр телевизора- лучший вид досуга; самое гениальное, что только мог придумать человек, но, если углубиться в статистику, можно доказать обратное. Рассмотрим факты пагубного влияния ТВ на психику человека, а также эксперимент, который, к сожалению, до сих пор остается мало известным.

В 2016 году в России был проведен опрос населения, в котором ученые пытались выяснить сколько времени люди уделяют просмотру телевизора в день, в неделю, в месяц.

Им удалось установить, что ТВ в стране смотрит практически все население. При этом, 70% жителей делают это ежедневно, 91%- несколько раз в неделю.

Время просмотра телевизора зависит от возраста смотрящего. Чем старше, человек- тем больше он находится за просмотром данного источника СМИ.

Также ученые выяснили сколько каналов в день смотрят различные возрастные группы населения:

- от 4 до 17 лет - 57%, 5 каналов;
- от 18 до 34 лет - 58%, 6 каналов;
- от 45 до 54 лет - 76%, 9 каналов;
- старше 55 лет - 83%, 9 каналов².

Исходя из приведенной выше статистики, мы видим, что больше всего телевизор смотрят люди старше 55 лет, т.е. по большей части пенсионеры. Остальные группы также смотрят ТВ, но в меньшей степени.

Обратим ваше внимание на первую возрастную группу (от 4 до 17 лет). В этом возрасте сознание и психика человека не до конца сформированы, что приводит к тому, что все увиденное сразу откладывается в памяти. Также известен тот факт, что ребенок подсознательно копирует поведение взрослого и других детей, а значит и то поведение, которое он может увидеть на экране³.

Кто не согласится с тем, что в настоящее время по ТВ можно увидеть огромное количество сцен, содержащих драки, насилие и убийство. Значительная часть новостей посвящается событиям, связанным с криминалом. Из новостной сводки можно заметить, что все чаще встречаются преступления, которые, по своему содержанию, похожи друг на друга.

Психолог Альберт Бандура проводил эксперимент, в котором участвовали три группы дошкольников и большая кукла-клоун Бобо. Он снял видеоролик, в котором женщина издевается над куклой: пинает, бьет и даже стучит по ней молотком. Данное видео показали первой группе детей. Второй группе показали ролик без насилия, а третьей группе не показали ничего.

Затем их завели в комнату, где находилась кукла. Первая группа начала бить куклу так же, как делала это женщина в фильме. Один из них поднес игрушечный пистолет, который находился в комнате, к ее голове и начал говорить о том, как выстрелит ей в голову.

В других группах дети не проявляли никакой агрессии.

Психолог объявил о своем эксперименте научному сообществу. Некоторые ученые проявили скептицизм к его теории, аргументируя тем, что кукла - неодушевленный предмет.

Тогда Альберт Бандура заснял фильм с участием живого человека, который был одет в костюм клоуна, собрал еще больше детей и показал им запись. Дошкольники били живого клоуна с той же жестокостью, что и игрушечного.

Психолог проделал этот эксперимент с целью доказать, что ребенок копирует поведение взрослого⁴. С помощью этого эксперимента также можно доказать неоспоримый факт того, что жестокость на экране влияет на детское сознание.

Еще одним примером могут послужить недавние события, произошедшие в школе в Ивантеевке. 5 сентября 2017 года девятиклассник напал на свою учительницу по информатике, ударил ее кухонным топориком по голове. Подросток взрывал в школе педарды и вел стрельбу из пневматического оружия. Пятнадцатилетний школьник кричал о том, что пришел, чтобы умереть⁵.

Позже оказалось, что мальчик был фанатом фильма "Колумбайн", основанного на реальных событиях. Сюжет фильма заключается в том, что 2 парня пришли в школу с оружием и устроили массовое убийство. 13 человек было убито и 26 ранено. После этого старшеклассники убили себя.

Позже оказалось, что мальчик из Ивантеевки мечтал сделать это на протяжении трех лет, со дня просмотра фильма. Он впервые посмотрел его, когда ему было 13 лет. Фильм оказал существенное влияние на еще неокрепшую психику подростка.

В заключение хотелось бы обратить всеобщее внимание на то, что мы смотрим, показываем нашим детям и какой пример подаем подрастающему поколению своим поведением.

¹ Чеджемов Г.А. Основные факторы социальной стратификации российского общества в условиях его трансформации // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2006. № 7 (25). С. 141-143.

² Статистика просмотра телевизора за 2016 год. URL: <http://www.totalview.ru/telesmotrenie-v-2016-godu>.

³ Смирнова Е.О. Детская психология : учеб. для вузов. 3-е изд., перераб. СПб. : Питер.

⁴ Бандура А. Теория социального научения. СПб. : Евразия, 2000.

⁵ URL: <http://www.ntv.ru/novosti/1924264>.

MEDIA INFLUENCE ON BEHAVIOR PATTERNS OF YOUNG PEOPLE

© 2017 Chipirova Anastasia Valerievna

Student

Samara State University of Economics

Email: chip0012@yandex.ru

Keywords: Media, television, violence, consciousness, psyche, the influence of TV.

The evaluation of the negative impact from watching the videos on human consciousness, particularly the consciousness of the child.

СУИЦИДАЛЬНЫЙ ТУРИЗМ КАК СОЦИАЛЬНЫЙ ФЕНОМЕН

© 2017 Шаповалова Ангелина Романовна*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: angelina.sha17@gmail.com

Ключевые слова: эвтаназия, суицидальный туризм, права человека, легализация, добровольное самоубийство.

Рассмотрены возможности совершения добровольной эвтаназии в странах, легализовавших данную процедуру для иностранных граждан, а также сам процесс ассистируемого самоубийства в некоммерческих организациях путем безболезненной инъекции.

Не всех людей, страдающих неизлечимыми болезнями, привлекает жизнь, полная боли и страданий. По существующему в некоторой части общества мнению, человек имеет право на достойную смерть, избавляющую его от непрекращающихся мучений. Однако с любой точки зрения врач обязан облегчать страдания умирающего всеми доступными ему и законными способами. Но порой это невозможно, поэтому с каждым годом становится все больше желающих, готовых распрощаться с жизнью наиболее деликатным путем.

Около 800 тысяч человек умирают из-за самоубийств каждый год, то есть в среднем акты суицида происходят каждые 40 секунд. Многие из этих попыток совершаются людьми, которые страдают неизлечимыми болезнями. В наше время смертельно больные люди и люди с невыносимыми формами инвалидности имеют возможность оборвать жизнь, совершив ассистируемое самоубийство, обычно путем принятия смертельного вещества.

Так называемая добровольная эвтаназия (ассистируемое самоубийство) законодательно разрешена в немногих странах мира: Швейцарии (Цюрих), Бельгии, Канаде, Колумбии, Люксембурге, Нидерландах, и в шести штатах США (Калифорния, Колорадо, Монтана, Орегон, Вермонт и Вашингтон).

В нашей стране активная эвтаназия по желанию пациента однозначно приравнивается к убийству¹, а также этот вопрос регулируется Федеральным законом "Об основах охраны здоровья граждан в РФ"².

Попытки внесения поправки в 2007 году в УК РФ и разрешение эвтаназии в России были встречены бурным негодованием общественности. Огромное влияние на общественное сознание оказали и религиозные воззрения, бытующие в христианстве, исламе, иудаизме, препятствующие намеренному лишению жизни человека человеком. На данный момент около 1,5% швейцарских смертей составляют ассистируемые самоубийства.

* Научный руководитель - **Чеджемов Герман Асланбекович**, старший преподаватель.

Поэтому легализация эвтаназии может оказать большое влияние на демографическую ситуацию в РФ. На уровень смертности прямым образом воздействуют показатели заболеваемости (показатель первичной заболеваемости, показатель распространенности, число случаев утраты трудоспособности, инвалидизация)³. Благодаря легализации эвтаназии показатель смертности в нашей стране значительно увеличился бы.

В этом отношении Швейцария является единственной страной, которая оказывает помощь в добровольной эвтаназии для иностранных граждан. В связи с этим можно объяснить растущую популярность суицидального туризма за последнее десятилетие.

Эвтаназия разрешена в швейцарском кантоне Цюрих с 1941 года, но узаконена для граждан Швейцарии - с 2006 года, а для иностранных граждан - с 2011-го⁴. И пока мировое сообщество ведет жестокие дискуссии о запрете или легализации эвтаназии, в Цюрихе ежегодно растет число приезжих в один конец, 200 человек ежегодно добровольно уходят здесь из жизни. А за последние четыре года, согласно статистике, опубликованной JournalofMedicalEthics, число иностранцев, въезжающих в Швейцарию ради эвтаназии, увеличилось вдвое.

Само слово "эвтаназия" в переводе с греческого означает "хорошая смерть". Различают два вида эвтаназии - активную и пассивную. Под активной эвтаназией понимается введение больному препаратов, ускоряя данным вмешательством его смерть.

При пассивной эвтаназии врач не вмешивается в жизнь пациента в целях ускорения его смерти, но и не оказывает, по просьбе больного, необходимую помощь для prolongation жизни.

В Швейцарии ассистируемое самоубийство является законным, при отсутствии корыстных мотивов. Человек, которому помогают совершить самоубийство должен быть совершеннолетним, полностью дееспособным и согласиться с актом самоубийства.

С 1980-х гг., был издан закон, трактующийся как официальное разрешение учредить некоммерческую деятельность организаций, в которых смертельно больные люди и люди с тяжелыми невыносимыми формами инвалидности получают возможность закончить жизнь путем совершения ассистируемого самоубийства.

На данный момент существуют две крупные организации для швейцарцев, которые базируются в Женеве и Цюрихе, а так же для иностранцев: Dignitas⁵, неподалеку от Цюриха.

Организация Dignitas была основана в 1998 году швейцарским юристом Людвигом Минелли. В рамках возможностей, имеющихся в распоряжении ассоциации, Dignitas осуществляется консультация в отношении всех вопросов жизни и в трудных жизненных обстоятельствах. Преобладающее число попыток самоубийства ведет за собой тяжелые последствия. Кроме того, самоубийство- по-прежнему является табу. Поэтому Dignitas участвует в проведении и уточнении фактов добровольного суицида.

Люди, страдающие от смертельной или неизлечимой болезни вправе сделать запрос на помощь им в сопровождении самоубийства.

Затем организация закупает необходимые лекарства для совершения добровольной эвтаназии, а именно смертельный, быстродействующий и совершенно безболезненный барбитурат, который растворяют в обычной питьевой воде. После его приема, паци-

ент засыпает в течение нескольких минут, после чего сон переходит спокойно и совершенно безболезненно в смерть.

Естественно, каждое разрешенное использование смертельного лекарства требует присутствия швейцарского врача, ибо только таким путем препарат может быть легально закуплен.

Для иностранных граждан организация призывает врачей, которые сотрудничают с Dignitas. После углубленной оценки письменного заявления и медицинской информации заявителя, и, по крайней мере, двух очных встреч с лицом, согласившимся на добровольную эвтаназию, рецепт на эвтаназию может быть выдан.

С этого времени, член Dignitas может договориться о времени его сопровождаемого самоубийства. Всегда есть как минимум два ассистента, которые могут свидетельствовать ход событий.

Dignitas подчеркивает важность привлечения друзей и родственников в процесс "Долгого путешествия", которые окажут помощь погибающему. Все это требует тщательной подготовки и рассмотрения подходящего времени, чтобы попрощаться.

На основании всего вышеперечисленного можно сказать, что споры вокруг легализации эвтаназии, а, в особенности, разрешения эвтаназии для иностранных граждан, будут продолжаться еще долгие годы. Но, несмотря на сложность проблемы, нужно не переставать продолжать искать достойный путь ее решения, идя на компромиссы и избегая крайностей.

¹ Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 N 63-ФЗ (ред. от 29.07.2017) (с изм. и доп., вступ. в силу с 26.08.2017).

² Федеральный закон "Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации" от 21.11.2011 № 323-ФЗ (последняя редакция).

³ Глинский В.В. Периодизация демографической ситуации. Перспективы национального проекта по улучшению демографической ситуации // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2008. № 10 (48).С. 30-31.

⁴ Швейцарский Уголовный Кодекс от 21 декабря 1937 года. Вторая книга. Первый раздел. 1. Статья 115 "Склонение к самоубийству и пособничество в самоубийстве".

⁵ URL: <http://www.dignitas.ch> (дата обращения: 26.09.2017).

SUICIDAL TOURISM AS A SOCIAL PHENOMENON

© 2017 Shapovalova Angelina Romanovna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: angelina.sha17@gmail.com

Keywords: euthanasia, suicide tourism, human rights, legalization, voluntary suicide.

This article considers the possibility of committing voluntary euthanasia in countries that legalized the procedure for foreign citizens, as well as the process assisting suicide in nonprofit organizations, by painless injection.

ФИЛОЛОГИЯ И ЯЗЫКОЗНАНИЕ

УДК 811.111

КВАНТИТАТИВНЫЙ ПРОСТРАНСТВЕННЫЙ АСПЕКТ В ЛИРИКЕ И.Р. БЕХЕРА

© 2017 Ефремова Юлия Ивановна

кандидат филологических наук, доцент

© 2017 Петрянина Ольга Валерьевна

кандидат филологических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: yul-efrem@yandex.ru, petryaninaolga@rambler.ru

Ключевые слова: пространственные отношения, квантитативность, дейкис, морфологические и синтаксические единицы, лексема, оппозиция.

Рассматривается пространственная квантитативность в лирике И.Р. Бехера, т.е. пространственные признаки вещей, такие как величина, размер, объем и т.д., так как подобные признаки становятся основным средством реализации художественного смысла стихотворения. Выявляются основные характерные языковые средства описания данного аспекта пространственных отношений.

В четырех стихотворениях И.Р. Бехера с доминантой пространственных отношений пространство расширяется, характеризуется широтой, становится всеохватывающим.

В стихотворении "IndersommerlichenGlut" это выражается следующим образом:

Wiesen, Wasser - eins und eben,

Hügelwelle, Wellenflut

Erde, Himmel wie ein Schweben

IndersommerlichenGlut¹.

Следовательно, данное пространство простирается не только снизу вверх (Erde, Himmel - семантика данных существительных выстраивает вертикальную ось пространства), но и по горизонтальной оси (Hügelwelle, Wellenflut - "волнообразность" заложенная в семантике данных существительных предполагает горизонтальность ее протяжения)². Все данные существительные объединены словосочетанием "einsundeben". Таким образом, создается картина широты, всеобъемлемости художественного пространства данного стихотворения.

Пространство в стихотворении "VertrauteGegend" приобретает всеохватывающий характер и это выражается соединением существительных различных грамматических категорий в одно целое: "siebenStraßen" и "derBrunnen", "Wolkengründe" и "kleineWagen", "Marktplatz" и "Leute", "Sträucher" и "Zaun" - все это и есть "vertrauteGegend".

Как следует из вышеприведенных примеров - существительные относятся к разным грамматическим категориям, лексико-грамматическим разрядам и составляют оппозиции. Причем здесь имеет место перечисление всех существующих категорий существительного (род, число, падеж), это и является языковым средством всеобъемлемости пространства данного стихотворения.

Широтой пространства характеризуется и стихотворение "AlshätteichvorZeiten".

Zur Seite mir seit Jahren
Nur manchmal da und dort
Habichvondirerfahren -
EswareinBlick, einWort.

Всеобъемлемость пространства "du" выражается в данном примере соединением союза "und" и наречий "da, dort", обозначающих местоположение. При этом наречие "da" указывает на местоположение в какой-либо точке пространства на незначительном удалении от лирического "ich", наречие "dort" используется для дейктического обозначения точки на некотором расстоянии от лирического центра. Словосочетание "daunddort" в данном контексте выступает синонимом местоименного наречия, обозначающего местоположение "überall".

И, наконец, широта мира в стихотворении "Hoch überderStadt" выражается семантикой наречия "weit":

Und die Welt ist
wehendundweit!

При анализе структуры художественного пространства стихотворений И.Р. Бехера имел место количественный признак "объем", "широта", который выражался следующими языковыми средствами:

1) сочетанием существительных Erde, Himmel, Hügelwelle, Wellenflut, Wiesen, Wasser семантика которых отражает художественное пространство;

2) соподчинением обобщающему словосочетанию "vertrauteGegend" множества существительных (Straßen, Brunnen, Wolkengründe, Marktplatz), принадлежащих разным грамматическим категориям и лексико-грамматическим разрядам;

3) сочетанием при помощи соединительного союза "und" и наречий "da, dort", первое из которых указывает на незначительное удаление от лирического центра, а второе используется для дейктического обозначения точки на некотором расстоянии от лирического центра;

4) семантикой наречия "weit".

Художественное пространство десяти стихотворений с доминантой пространственных отношений определяется количественным признаком "близко/далеко". На основе этого пространственного признака, как правило, строятся отношения между лирическими центрами - лирическим "ich" и лирическим "du"³.

По данным нашего фактического материала чаще всего языковым средством выражения пространственного признака "близость" явилось наречие образа действия *nah*. Например:

Im dem Café

Hoch über der Stadt

Nahe dem Turm

Mit dem Goldenem Zifferblatt...

Und du kamst schwebend **nah**, ...

Ich kam mir selber **nah** in deiner Nähe

Помимо вышеназванного языкового средства, признак "близко" передавался семантикой контактных глаголов: *hören*, *sehen*, *anrühren*, *schauen*, *sagen*:

Er **rührt** sie **an**, sie ist es und **sagt** ihr Dank ...

Du glaubst an Gott. Du **hörst** wie er im Gras

Ganz leise wächst. Du **hörst** ihn,

wie er donnert...

В стихотворении "Hoch über der Stadt" близость лирических "ich"

и "du" выражается также устойчивым словосочетанием "Hand in Hand":

Saß ein Liebespaar

Hand in Hand

Что касается количественного пространственного признака "далеко", то он передавался в стихотворениях И.П. Бехера чаще всего лексемой "fern". Например:

Ich bin ein **fernes**, **fernes** Zeichen...

Und es ruft mich **fern**, ...

Таким образом, ведущим аспектом при реализации пространственных моделей в лирике И.П. Бехера является количественный аспект, представленный отдельно или в сочетании с другими пространственными аспектами. Отсюда и наше читательское восприятие поэтического мира лирики И.П. Бехера как всеобъемлющего, простирающегося по вертикали и горизонтали, безграничного, открытого, развернутого.

В десяти стихотворениях И.П. Бехера с доминантой пространственных отношений художественное пространство характеризуется количественным признаком "близко/ далеко". Признак "близко" выражается в анализируемом материале чаще, наречием "nah", а также семантикой контактных глаголов "hören, sehen, anrühren, schauen, sagen" и устойчивым выражением "Hand in Hand". Пространственный признак "далеко" выражается семантикой лексики "fern", а также наречием "unerreichbar"⁴.

¹ Здесь и далее цитаты по: Becher J. R. Liebe ohne Ruh 1913 -1956. Liebesgedichte. Aufbau - Verlag Berlin, 1961. 256 S.

² Ефремова Ю.И. Моделирование категории пространственности в немецком языке (на материале жанровых разновидностей немецкой сказки) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Самара, 2008. 22 с.

³ Минц З.Г. Структура "художественного пространства" в лирике А. Блока // Ученые записки Тартуского университета. Тарту, 1970. Вып. 251. С. 203-293.

⁴ См. также: Белякова О.В. Лингвистическое обеспечение англоязычных лингвокультурных сценариев // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2014. № 5 (115). С. 117.

THE SPATIAL QUANTITATIVE ASPECT OF I.R. BEKHER'S LYRICS

© 2017 Efremova Yuliya Ivanovna

Candidate of Philological Sciences, Associate Professor

© 2017 Petryanina Ol'ga Valer'evna

Candidate of Philological Sciences, Associate Professor

Samara State University of Economics

E-mail: yul-efrem@yandex.ru, petryaninaolga@rambler.ru

Keywords: spatial relations, quantitateness, deixis, morphological and syntactic units, lexeme, opposition.

In article the spatial quantitateness in I.R. Bekher's lyrics, i. e. spatial signs of things, such as quantity, size, volume, etc. is considered. Similar signs become the main means of implementation of art sense of the poem. The main distinctive language means of the description of this aspect of the spatial relations are revealed.

ФИЛОСОФИЯ

УДК 330.1 + 340.1

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРАВА ЧЕЛОВЕКА: ОПЫТ ФИЛОСОФСКОГО ОСМЫСЛЕНИЯ

© 2017 Гурьянов Николай Юрьевич

кандидат философских наук, доцент

Самарский государственный технический университет

© 2017 Гурьянова Анна Викторовна

доктор философских наук, доцент, зав. кафедрой философии

Самарский государственный экономический университет

E-mail: nik.guryanow@yandex.ru, annaguryanov@yandex.ru

Ключевые слова: права человека, экономические права, естественные права, свобода, личность, государство, гражданин.

В статье с философской точки зрения анализируются экономические права, входящие в общую систему прав и свобод человека. Осуществляется сопоставление и концептуальное прояснение таких понятий, как "права человека" и "свободы человека", "права человека" и "права гражданина", права "первого" и "второго поколений". Раскрывается диалектическая взаимосвязь экономических и политических прав человека.

Права и свободы человека являются одной из важнейших правовых категорий, так как именно в них закрепляется свобода народа и каждого отдельного индивида от административного произвола. Под правами человека традиционно понимается совокупность нормативным образом оформленных особенностей бытия личности, которые представляют собой неотъемлемые и необходимые способы и условия ее взаимоотношений с другими индивидами, обществом, государством¹. Категорическое соблюдение основных прав и свобод человека в современном мире при всеобщем характере их реализации считается важнейшим условием достижения устойчивости и стабильности в его развитии. В конечном итоге, все наиболее сложные феномены государственно-правового порядка находят свое отображение в системе прав человека, которые выступают своего рода основой, базисом всего социального бытия.

Следует подчеркнуть, что права и свободы являются социально значимыми не только для отдельного человека как их непосредственного носителя и выразителя, но и для общества, и для государства в целом. Для человека как личности они выступают

гарантом обеспечения необходимых условий для его свободного и достойного существования. В плане взаимодействия личности и общества они предстают в качестве естественных прав человека, обеспечивающих возможность его участия в решении вопросов устройства и управления этим обществом. Экономические и социальные условия, необходимые человеку для удовлетворения его насущных жизненных потребностей, как материального, так и духовного характера, также обусловлены возможностью и успешностью реализации его основных прав и свобод².

Широко применяемые в современной научной литературе концептуальные обозначения "права человека и гражданина" и "свободы человека и гражданина" иногда трактуются как синонимы. Однако следует все же выделять некоторые нюансы в их интерпретации. Так, в преобладающем большинстве случаев, когда речь ведется о "правах" человека, это как бы автоматически подразумевает наличие некоего субъекта, на которого, собственно, и ложатся соответствующие данному праву обязанности. Когда же говорят о "свободах" человека, тем самым предполагают запрет на отрицание или ограничение этих свобод, действующий в отношении неопределенного круга субъектов, которым вменяется в обязанность уважение данных свобод. Каждый субъект тем самым как бы предстает в качестве их потенциального нарушителя³.

Следует разграничивать также понятия "права человека" и "права гражданина". Очевидно, что в любом государстве содержание и объем прав и обязанностей является более широким у гражданина, чем у негражданина. Однако в государствах правового типа имеет место сближение правовых статусов "гражданина" и "негражданина" за счет признания за последним все более расширенного круга прав и свобод. Более того, в современном мире права человека, благодаря их масштабно и практически повсеместному признанию и распространению, подвержены постепенной трансформации в права гражданина. В этом смысле для правового статуса гражданина правовой статус человека становится как бы обобщающим, родовым понятием, "В результате восприятия государствами международных стандартов само понятие человека и во внутригосударственном праве приобретает правовой характер и обозначает граждан данного государства, а также иностранцев и лиц без гражданства, находящихся на его территории. И права человека - это такие права, которые принадлежат каждому человеку независимо от его гражданской принадлежности"⁴.

В современной научной литературе представлены различные подходы к классификации прав и свобод человека. Обычно в особую группу выделяется совокупность естественных прав человека с акцентировкой их имманентности самой человеческой природе. Тем самым подчеркивается первичность их существования, а также догосударственный, дополитичный характер⁵. Естественными правами человека считаются его право на жизнь, свободу вероисповедания, свободу выражения мнений и пр.

Экономические права человека (наравне с правами культурными) обычно относят к области прав человека "второго поколения". Они представляют собой совокупность конституционных прав, которыми определяются юридические возможности человека в экономической сфере. К экономическим правам относятся право частной собственности (в том числе, право частной собственности на землю), право наследования, свобода предпринимательской деятельности (хозяйственной инициативы) и свобода труда.

Экономические права связаны с поддержанием и нормативным закреплением социально-экономических условий человеческого бытия. Ими определяется положение

человека в таких сферах его социальной активности как труд, быт, занятость, благосостояние, социальная защищенность и др. Цель экономических прав состоит в создании условий, при которых человек может чувствовать себя свободным от нужды и страха. Их степень реализованности во многом определяется состоянием ресурсов и самой экономики, - поэтому, по сравнению с правами "первого поколения" (например, гражданскими и, политическими) гарантии реализации экономических прав развиты сегодня в значительно меньшей степени.

Отличительными особенностями экономических прав человека могут считаться следующие: 1) распространенность данных прав на одну конкретную, а именно, социально-экономическую сферу человеческого бытия; 2) допустимость в их базовых положениях "нестрогих" формулировок, носящих, по преимуществу, рекомендательный характер (например, "удовлетворительное существование", "благоприятные условия труда", "достойная жизнь" и т.п.); 3) непосредственная зависимость возможности реализации экономических прав от уровня развития ресурсов и экономики.

Долгое время права человека "второго поколения" считались второстепенными, и возможность их регулирования государством оценивалась, в основном, отрицательно. Причина этого кроется в устоявшемся представлении о том, что однозначно определить и четко квалифицировать данные права не представляется возможным, так ими не порождаются непосредственные обязанности государства, связанные с их обеспечением и правовой защитой⁶. Однако впоследствии данная тенденция сменилась признанием неравновесности прав экономического и политического порядка. В современном мире абсолютно бесспорной является значимость экономических прав в плане обеспечения правового статуса личности.

Сегодня "идеал свободной человеческой личности, свободной от страха и нужды, может быть осуществлен, только если будут созданы такие условия, при которых каждый может пользоваться своими экономическими, социальными и культурными правами так же, как и своими гражданскими и политическими правами"⁷. В этой связи обязанности государства в области защиты экономических прав человека сводятся к осуществлению прогрессивных экономических реформ, обеспечению полноценного участия своих граждан в процессе экономического развития, справедливого распределения получаемых при этом выгод, к активации имеющихся ресурсов в целях предоставления гражданам равных возможностей для использования своих экономических прав.

¹ Гурьянов Н.Ю. Права и свободы человека и гражданина - сущностные элементы правовой культуры // *Философия. Наука. Культура*. Вып. 13. М.: Изд-во МГУ, 2006. С. 87.

² См.: Козлова Е.И., Кутафин О.Е. Конституционное право России. М.: Норма, 2004. С. 235.

³ См.: Страшун Б.А. Конституционные перемены в Восточной Европе. М.: Юрид. лит., 1991. С. 89.

⁴ Эбзеев Б.С. Конституция. Демократия. Права человека. М. - Черкасск: Изд-во АО "Пул", 1992. С. 120.

⁵ См.: Гурьянов Н.Ю. Правовая культура: индивидуальный и социальный аспекты. Самара: СГАСУ, 2012. С. 98.

⁶ См. подробнее: Гурьянов Н.Ю., Гурьянова А.В. Философско-правовые воззрения немецких классиков в контексте современной философии права // *Вестник Тверского государственного университета*. 2016. № 3. С. 185-194.

ECONOMIC RIGHTS OF THE HUMAN BEING: EXPERIENCE OF PHILOSOPHICAL COMPREHENSION

© 2017 Guryanov Nikolay Yuryevich

PhD in Philosophy, Associate Professor
Samara State Technical University

© 2017 Guryanova Anna Victorovna

PhD in Philosophy, Associate Professor, Chair of the Philosophy Department
Samara State University of Economics

E-mail: nik.guryanow@yandex.ru, annaguryanov@yandex.ru

Keywords: human rights, economic rights, natural rights, freedom, person, state system, citizen.

In the article economic rights included into a total system of human rights and freedoms are analyzed from the philosophical point of view. Comparison and conceptual clarification of such concepts as "human rights" and "human freedoms", "human rights" and "rights of the citizen", rights of the "first" and of the "second generations" are made. Dialectical relations between the economic and political rights are shown.

УДК 101.3 + 330.1

К ВОПРОСУ О ФИЛОСОФСКИХ ОСНОВАНИЯХ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ ЭКОНОМИКИ

© 2017 Гурьянова Анна Викторовна

доктор философских наук, доцент, зав. кафедрой философии
Самарский государственный экономический университет

E-mail: annaguryanov@yandex.ru

Ключевые слова: экономика, экологическая экономика, философия, функции философии, экосистема, биосфера, выживание человечества.

Анализируется экологическая экономика как формирующаяся наука междисциплинарного характера, выявляются ее философские основания. Рассматриваются и критически оцениваются имеющиеся подходы к интерпретации ее предметного поля и содержательной направленности. Раскрывается роль философии и ее базовых функций в переоценке социокультурных и мировоззренческих ценностей современного человечества.

Развитие современной науки осуществляется весьма динамично, что выражается в появлении в ней новых исследовательских проблем и дисциплин, во все более интенсивных междисциплинарных взаимодействиях и усиливающихся интегративных тенденциях. В соответствии с этими новыми веяниями современная философия также расширяет спектр своих исследовательских интересов. Если в первой половине XX века внимание философов привлекали к себе, в основном, традиционные ("естественные") отрасли знания о природе, такие как биология, химия, физика и др., то вторая половина столетия ознаменовалась повышенным философским интересом к области "синтетического" естествознания, включая кибернетику, информатику, космонавтику и пр. дисциплины, ориентированные на применение методологии "точных" наук. XXI век стал временем формирования в науке особых комплексных областей знания - социальной экологии, социальной информатики, глобалистики, ноосферологии и др., где необходимыми составляющими предметного поля выступают социально-гуманитарная и, в частности, философская проблематика. Адептами указанных направлений открываются новые интегративные "социоестественные" законы, отражающие специфику коэволюции природы, общества и человека, намечаются перспективы гармонизации взаимодействий между отдельными элементами данной системы¹.

Отмеченная выше тенденция сопряжена с вовлечением в сферу философского анализа не только традиционных объектов "наук о природе", но и более сложной проблематики, затрагивающей совместное бытие человека, общества и биосферы. Кроме того, нарастает тенденция изучения общества и человека с естественнонаучных позиций, что находит отражение в восприятии человечества как части природы, в изучении проблем современной цивилизации с позиции "наук о природе", в распространении на область исследования социальных объектов синергетической методологии и пр. В контексте перечисленных начинаний осуществляется развитие новой междисциплинарной области современного научного знания - экологической экономики².

Данная дисциплина находится на сегодняшний день в стадии формирования, поэтому специалисты по-разному трактуют ее предметное поле и содержательную направленность. Одни считают, что экологическая экономика является специализированной отраслью экономики природопользования; другие придерживаются мнения, что она выступает не более чем инструментом последовательной реализации концепции устойчивого развития; третьи полагают, что она должна заниматься исследованием экономики как части общей экосистемы Земли. В первом случае предмет экологической экономики трактуется излишне узко, что приводит к пониманию данной дисциплины как отраслевого специализированного экономического знания. Вероятно, поэтому экологическая экономика, признаваемая многими западными учеными в качестве самостоятельной области научных изысканий, пока еще не получила подобной оценки у отечественных специалистов³.

Вторая интерпретация является более точной, но тоже недостаточной: ее сторонники представляют экологическую экономику как инструмент продления исторической жизни человечества, как одно из наиболее эффективных на сегодняшний день средств

выживания. История нашей планеты знает уже несколько переломных моментов - "бифуркаций", первая из которых связана с возникновением жизни в ее естественной форме, биосферы; вторая - со становлением социальной действительности, руководимой целеполагающим сознанием человека, и техносферы, совершенствуемой и усложняемой человечеством в течение всей его социальной истории. Третья бифуркация, определяемая реалиями существования современного человечества, знаменует собой его возможный выход (или же, напротив, невозможность подобного выхода) на новый космический уровень бытия⁴.

Третий подход к пониманию экологической экономики является, по всей видимости, наиболее предпочтительным, так как в нем дается расширительная трактовка ее предмета. Экономика здесь трактуется в качестве неотъемлемой части экосистемы Земли, и потому выдвигается требование построения современной социально-экономической системы на основе ее совместимости с этой общей экосистемой. Однако в реально существующей экономике данное требование категорически не выполняется ввиду ее полной несовместимости и десинхронизации с экосистемой. Более того, отношения между этими двумя сферами с течением времени становятся все более напряженными, особенно на фоне усиливающегося экономического роста.

Сегодня вектор развития экономики медленно, но неуклонно направляет человечество к гибели. Следовательно, простое здравомыслие диктует осознание потребности глобальной перестройки современного мира и, в частности, создания особой экологической экономики, функционирующей в условиях разумного баланса с биосферой и не разрушающей естественную среду обитания человека. Если человечество хочет выжить, оно неизбежно столкнется с необходимостью переосмысления и изменения самих основ экономики. Это, в свою очередь, актуализирует потребность выявления и проработки философских оснований экологической экономики как важнейшей отрасли современного научного знания. У экологической экономики должна быть своя специфическая философия, отличная от стандартных установок техногенно ориентированной цивилизации.

Наша современность возлагает на социальную мысль и, в частности, на философию важнейшую миссию - осуществить переоценку базовых социокультурных и мировоззренческих ценностей человечества. Философией должна быть разработана новая концепция человека, переосмысливающая его место в мире и способы взаимодействия с природой, должны быть определены критерии и сформулированы принципы нового гуманизма, ноосферного мышления, глобальной этики и пр. Все это должно привести к масштабной переоценке ценностей и переориентации научно-технического прогресса в соответствии с императивом выживания как высшей ценностью современной цивилизации.

"В наше трудное и сложное время мы начинаем осознавать, что поиск мудрости - главная задача, стоящая сейчас перед человечеством", - читаем по этому поводу у А. Кинга и Б. Шнайдера⁵. Обретение мудрости есть важнейший фактор исторического взросления человечества, содействовать осуществлению которого как раз и призвана современная философия. За период двух с половиной тысячелетий своего существо-

вания философией был накоплен колоссальный опыт изучения человека, свойственных ему ценностных мотиваций, ориентаций, способов осуществления им преобразовательной деятельности в мире. Актуализируя этот неоценимый опыт, современная философия призвана осуществить интеграцию фундаментальных форм взаимоотношений человека с миром в их деятельностно-практическом, познавательном и ценностном аспектах. Философия также может способствовать формированию новых гуманистически ориентированных ценностей человечества, которые будут содействовать преодолению конфронтационности и губительного потребительского отношения к природе.

Современная философия способна осуществлять теоретический анализ проблемы выживания человечества посредством реализации своих базовых функций. Так, мировоззренческая функция философии позволяет моделировать пути выживания цивилизации и ее перехода на новый виток развития в контексте общественно-исторической и, далее, космической эволюции. При этом необходимая для анализа информация, затрагивающая специфические особенности бытия природы, общества и человека, поставляется за счет реализации философией ее гносеологической функции. Интегративная функция философии состоит в ее способности воссоздавать целостную картину мира и человеческого бытия, преодолевая фрагментарность представлений частнонаучного характера. Особое значение в условиях современности отводится аксиологической функции философии, которая позволяет осуществлять оценку наличных форм деятельности и способов познания с позиций их соответствия этическим принципам и гуманистическим идеалам. Эвристическая функция философии способствует выработке альтернативных теоретико-методологических моделей выживания человечества.

В целом, философская рефлексия проблематики выживания человечества способствует обретению современным человеком нового видения мира, органично встраивающегося в фундамент многих гуманистически ориентированных научных дисциплин, в том числе, экологической экономики.

¹ См. подробнее: Урсул А.Д. Путь в ноосферу. Концепция выживания и устойчивого развития человечества. М. : Луч, 1993.

² См.: Гурьянова А.В., Фролов В.А. Мировоззренческое содержание фундаментальных экономических категорий: опыт философского осмысления // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2016. № 12 (146). С. 11.

³ См.: Guryanova A., Guryanov N., Frolov V., Tokmakov M., Belozeroва O. Main Categories of Economics as an Object of Philosophical Analysis // Russia and the European Union: Development and Perspectives. Springer, 2017. P. 221.

⁴ См. подробнее: Экологическая экономика и устойчивое развитие: от глобальной модели к региональной практике. Уфа : ВЭГУ, 2003.

⁵ Цит. по: Хефлинг Г. Тревога в 2000 году: Бомбы замедленного действия на нашей планете. М. : Мысль, 1990. С. 24.

TO THE QUESTION OF PHILOSOPHICAL FOUNDATIONS OF ECOLOGICAL ECONOMY

© 2017 Guryanova Anna Victorovna

PhD in Philosophy, Associate Professor, Chair of the Philosophy Department
Samara State University of Economics
E-mail: annaguryanov@yandex.ru

Keywords: economy, ecological economy, philosophy, functions of philosophy, ecosystem, biosphere, survival of humanity.

The article analyses ecological economy as a forming interdisciplinary science, finds out its philosophical foundations. Different approaches to interpretation of its subject field and content orientation are discussed and critically evaluated. The role of philosophy and its basic functions in revaluation of socio-cultural and worldview values of modern humanity is shown.

УДК 168.2

СОБСТВЕННОСТЬ КАК ПРЕДМЕТ ФИЛОСОФСКОГО АНАЛИЗА

© 2017 Гурьянова Анна Викторовна

доктор философских наук, доцент, зав. кафедрой философии
Самарский государственный экономический университет
E-mail: annaguryanov@yandex.ru

Ключевые слова: собственность, отчуждение, свободная воля, договор, Платон, Аристотель, Гегель.

В статье с философской точки зрения рассматривается понятие собственности. Анализируются показательные в этой области концепции античных философов и представителей немецкой классической философии. Обосновывается дискуссионный характер рассматриваемой проблемы.

Уже достаточно давно в спектр внимания философов попала экономическая категория "собственности", вызвавшая в их среде бурные дискуссии. Главными вопросами здесь были следующие: 1) Какую роль собственность играет в развитии человеческой культуры и цивилизации? 2) Чем именно является собственность для человека - благом или злом?¹ В контексте поставленных вопросов принципиальную значимость приобретает утверждаемая форма собственности - частная или общественная. Начиная с Платона, философы ведут нескончаемый спор о том, какая из этих двух форм собственности является более предпочтительной. Сам Платон, как известно, был по мировоззрению

"коммунистом". Он считал частную собственность губительной и не допускал ее наличия у правящих в государстве сословий (правителей-философов и воинов-стражей). Взамен частной собственности философ в своей теории идеального государства ратовал за приоритет собственности общественной.

В противоположность Платону Аристотель полагал, что частная собственность (но не чрезмерная, а представленная в разумных, умеренных формах) является необходимым условием существования "среднего класса". Средний класс - это главная опора государства, гарант его социального и политического процветания. В развитых странах мира средний класс составляет на сегодняшний день до 80% народонаселения. На нем зиждется благополучие и стабильность данных стран. Аристотель специально подчеркивал, что человек, который не имеет собственности, как, впрочем, и тот, который имеет ее чрезмерно, склонны к противоправным деяниям. Такие граждане не могут способствовать сохранению стабильности в обществе.

"В каждом государстве, - отмечал Аристотель, - есть три части: очень состоятельные, крайне неимущие и третьи, стоящие посередине между теми и другими. Так как, по общепринятому мнению, умеренность и середина - наилучшее, то, очевидно, и средний достаток из всех благ всего лучше. При наличии его легче всего повиноваться доводам разума... Государство более всего стремится к тому, чтобы все в нем были равны и одинаковы, а это свойственно преимущественно людям средним... Они не стремятся к чужому добру, как бедняки, а прочие не посягают на то, что этим принадлежит, подобно тому, как бедняки стремятся к имуществу богатых. И так как никто на них и они ни на кого не злоумышляют, то и жизнь их протекает в безопасности"².

В отличие от Аристотеля, в работах Ж. Мелье собственность в любых ее видах признается злом. "Почти повсюду, - читаем у французского философа, - распространено и узаконено заблуждение, заключающееся в том, что люди присваивают себе в частную собственность земные блага и богатства, вместо того чтобы, как следовало бы, всем владеть и пользоваться ими на началах равенства... Благодаря этому каждый старается всякими способами, хорошими или дурными, обладать как можно большим богатством, потому что жадность ненасытна, и она, как известно, является источником всех зол... Вследствие этого наиболее сильные, наиболее хитрые, наиболее ловкие, а часто даже и худшие и недостойнейшие оказываются наделенными наилучшими земными благами и житейскими удобствами"³.

Понятие "собственности" является ключевым в философской системе Гегеля. Немецкий классик, как и Аристотель, критикует платоновский проект обобщественного имущества и отвергает эгалитаризм в духе Ж. Мелье. Уравнение собственности Гегель считает неправомерным. В его "Философии права" лейтмотивом проводится мысль о ценности частной собственности⁴. Только благодаря собственности, считает Гегель, человек превращается в личность. Но обращение в собственность самого человека недопустимо. Для Гегеля абсолютным приоритетом выступает господство лица над вещью.

Философ проясняет понятие "собственности" в его взаимосвязи с понятием "отчуждения"⁵. Согласно Гегелю, собственность подразумевает факт обладания вещью на основе договора при условии, что все остальные люди будут считать ее моей, а я буду признавать за другими людьми право на владение их вещами. Следовательно, призна-

вая за другими людьми право собственности, каждый индивид тем самым подтверждает факт ее наличия у себя. Подобное признание собственности, по Гегелю, является законным, но не отождествляется им с понятием владения. Чаще всего распоряжение вещью как собственностью и владение ей совпадают, но в некоторых случаях человек может предоставить право владеть своей вещью кому-то другому, в результате чего этот последний, не обладая правом собственности на данную вещь, получит на нее право распоряжения.

Гегель специально подчеркивает, что "правовое есть сторона моей абсолютной свободной воли, объявившей нечто своим. Эту волю другие должны признать, поскольку она существует сама по себе и поскольку ранее указанные условия соблюдены. Собственность имеет, таким образом, внутреннюю и внешнюю стороны. Первая - это акт моей воли, который должен быть признан как таковой, вторая же, взятая сама по себе, представляет собой вступление во владение"⁶. Если нечто является моей собственностью, значит, я имею право отчуждать его от себя в пользу кого-либо другого.

Но подобного рода отчуждение может считаться законным лишь тогда, когда оно осуществляется в соответствии с моей свободной волей. Свободная воля выражается в том, что каждый человек имеет право на владение вещами (собственность), на заключение соглашений с другими людьми (договор) и на восстановление своих нарушенных прав (неправда и преступление) в случае, если это необходимо. Возможность отчуждения собственности Гегель связывает с понятием договора: "Для отчуждения в пользу другого, - пишет он, - требуется мое согласие передать ему вещь и его согласие принять ее: это обоюдное согласие, если оно взаимно высказано и объявлено действительным, называется договором "pactum"⁷.

Следует также отметить, что далеко не все человеческие блага могут быть подвергнуты процедуре отчуждения. А точнее, отчуждаемыми являются лишь внешние блага, представляющие собой собственность в юридическом смысле данного слова. Если же речь идет о внутренних благах, - например, о нравственности, свободе воли, чести, религиозных пристрастиях и пр. - все они предстают в качестве неотчуждаемых.

Как видим, в своем отношении к собственности философы разделились во мнениях. С философской точки зрения этот вопрос и сегодня остается открытым и дискуссионным.

¹ См.: Гурьянова А.В., Фролов В.А. Мировоззренческое содержание фундаментальных экономических категорий: опыт философского осмысления // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2016. № 12 (146). С. 10.

² Цит. по: Правовая мысль: Антология / авт.-сост. В.П. Малахов. М.: Акад. проект; Екатеринбург: Деловая книга, 2003. С. 101.

³ Цит. по: Мир философии. Ч. 2: Человек. Общество. Культура / сост. П.С. Гуревич, В.И. Столяров. М.: Политиздат, 1991. С. 419-420.

⁴ См. подробнее: Гегель Г.В.Ф. Философия права. М.: Мысль, 1990. 528 с.

⁵ См. подробнее: Гегель Г.В.Ф. Философская пропедевтика // Работы разных лет. В 2 т. Т. 2 / Г.В.Ф. Гегель. М.: Мысль, 1971. С. 7-209.

⁶ Цит. по: Мир философии. Ч. 2 ... С. 41.

⁷ Там же. С. 43.

PROPERTY AS A SUBJECT OF PHILOSOPHICAL ANALYSIS

© 2017 Guryanova Anna Victorovna

PhD in Philosophy, Associate Professor, Chair of the Philosophy Department

Samara State University of Economics

E-mail: annaguryanov@yandex.ru

Keywords: property, alienation, free will, contract, Plato, Aristotle, Hegel.

The article discusses the concept of property from the philosophical point of view. Significant in this field conceptions of ancient philosophers and German classics are analyzed. Discussion character of the problem is shown.

УДК 1

СОВРЕМЕННОЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЕ МЫШЛЕНИЕ КАК ФАКТОР СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ УПРАВЛЕНИЯ ПРОМЫШЛЕННЫМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ

© 2017 Краснов Сергей Валентинович

старший преподаватель

Самарский государственный экономический университет

E-mail: Tacit63@rambler.ru

Ключевые слова: экономика, сознание, мышление, парадигма, информация, общество, динамика, производство.

Рассматривается роль нового экономического мышления, сложившегося в информационную эпоху, в становлении современных методов управления современной компанией.

Как писал Н.А. Бердяев, человеческое творчество развивается в рамках тех представлений о мире, которые господствуют в данный момент. Даже если предположить, что информационное общество имеет чисто технический характер, следует признать вслед за Бердяевым, Ясперсом, Хайдеггером и др., что техника есть особая сфера духовности; техника основана на стремлении человека к активному овладению духом природы, к господству над ней. Эта активность и лежит в основе современного экономического мышления, которое неизбежно претерпевает изменения при переходе к информационному обществу¹.

Одним из главных условий, обеспечивающим устойчивое экономическое развитие является формирование современного экономического поведения. Каким должно быть

это новое экономическое поведение? Опыт экономически развитых стран - Северной Америки, Европы. Юго-Восточной Азии, да и нашей страны свидетельствует о том, что экономическое поведение предполагает не только особые организационные формы управления, особый тип функционирования институтов управления людьми и т.п. но и то, что М. Вебер в применении к развитию европейского капитализма назвал "капиталистическим духом". Если отвлечься от той формы, которая обусловлена принадлежностью автора данного высказывания к немецкой философской традиции, то можно утверждать, что Вебер среди факторов экономического развития выделял именно то, что принято теперь называть "экономическим мышлением".

Экономическое мышление, как и всякое другое представляет собой систему, которая разрабатывает свои способы видения мира и человека, принципы его практического действия. Экономическое мышление вовсе не ограничивается сферой экономики, присущее ему видение мира и человека распространяется на все области социального бытия - социальные отношения, политику, религию, искусство и т.п. Вместе с тем, принципы практического действия, присущие экономическому мышлению определяют поведение носителей этого мышления в экономической сфере.

К. Ясперс писал о составляющих экономического мышления: "в возникновении современного технического мира неразрывно связаны между собой естественные науки, дух изобретательства и организация труда. Эти три фактора сообща обладают рациональностью. Каждый из этих факторов имеет свои истоки и связан потому с рядом независимых от других факторов проблем". Таким образом: экономическое мышление индустриального общества базируется на рациональном подходе к жизни, выработанном в протестантизме (об этом много писал М. Вебер)².

Экономическое мышление представляет собой социально-историческое образование - т.е. экономическое мышление существует в рамках определенной исторической эпохи. Каждый новый тип экономического мышления вытесняет старый на периферию экономической жизни, маргинализирует его. Он устраняет возможности функционирования старых типов экономического мышления, поэтому развитие экономики представляет собой смену типов экономического мышления. Определенный тип экономического мышления господствует в той или иной исторической эпохе, но в периоды, когда одна историческая эпоха сменяет другую, коллективное и индивидуальное сознание становится полем взаимодействия, взаимовлияния, конкурирования различных типов экономического мышления, которые ведут между собой поимом-таки дарвиновскую борьбу за существование. Но тип экономического мышления не исчезает, пока хотя бы один человек руководствуется ею в своей жизнедеятельности.

Современная парадигма экономического мышления сформировалась в рамках новоевропейского рационализма и базируется на основе философских направлений, восходящих к XVII - XVIII вв. Речь идет, прежде всего, о философии Д. Локка, дополненных в XIX в. утилитаристской этикой И. Бентам³.

Исходным пунктом этого учения было убеждение в том, что сознание человека, как и его тело, подчиняется механическим законам и вся деятельность человека, особенно в экономической сфере является цепью событий, связанных друг с другом жесткой и одно-

значной причинно-следственной связью, которой возможно руководить с помощью специально выработанных технологий. Такой подход получил название "технократического". Таким образом, мы можем утверждать, что парадигмой (исходной концептуальной схемой, моделью постановки проблем и их решения, набором методов исследования, господствующих в течение определенного исторического периода) экономического мышления индустриального общества был технократизм. При технократическом подходе к действительности экономическая деятельность человека понималась, как то, что может целиком регулироваться лишь принципами научно-технической рациональности и экономической выгоды.

Основанный на этой парадигме тип экономического мышления включает в себя следующие составляющие: 1. Понимание труда как главного занятия в жизни человека. 2. Рациональную организацию труда 3. Уверенность в том, что главная цель труда - получение и увеличение заработной платы. 4. Утверждение профессии как форма существования человека. 5. Стремление к наживе как самоцели. 6. Стремление к расширенному производству, во что бы то ни стало. 7. Понимание человека лишь как "производственный фактор". 8. Ориентация почти исключительно на материальное производство. 9. Убежденность в универсальности принципов экономики западного типа. 10. Убежденность в том, что честность лучшая гарантия успешного бизнеса.

Уже во второй половине XX в. выявились недостатки подобного подхода, он переставал быть эффективным, особенно там, где в условиях применения "высоких технологий" возрастала роль личной ответственности и инициативы работника. Еще раньше. Уже в первые десятилетия XX в. этот подход был, подвергнут критике в рамках прагматизма. Феноменологии. Русской религиозной философии. Идеи Бердяева, Булгакова, Гуссерля, Дьюи, Хайдеггера и др. к концу века перестали быть только частью философской мысли и наряду с теми требованиями, которые предъявляют к человеку современные информационные технологии стали истоком формирования парадигмы нового экономического мышления информационного общества.

Здесь выделяются два подхода. Первый реализуется в духе ньютоновских традиций и включает в себя комплекс идей, методов, ценностей и норм в рамках одной или нескольких научных дисциплин. Это в основном познавательный подход, имеющий отношение к науке вообще.

Другой подход, наоборот, применим в широком социальном и экономическом контексте, выходящем за пределы одной дисциплины⁴. Для него характерны прикладное применение знаний, междисциплинарность, разнородность и организационное многообразие, связь с культурной и социальной сферами производства и использования знаний, понимание важности обеспечения качества с учетом социальных критериев.

Этот тип экономического мышления включает в себя следующие составляющие: 1. Труд, по крайней мере, для заметной части общества, превращается в разнородность творческой деятельности. 2. Основным стимулом труда становится самореализация. 3. Преодолевается господство производства материальных благ над людьми и основной формой жизнедеятельности становится развитие человеческих способно-

стей. 4. Образование, сфера досуга и т.п. становятся равноправными секторами экономики. 5. Менеджмент начинает ориентироваться не столько на универсальные схемы "работы с людьми" сколько на национальные (в том числе и этические) традиции межчеловеческих отношений. 6. Технологическое управление людьми заменяется иными формами отношений, учитывающими человеческую индивидуальность. 7. Получают признания специфические национальные модели экономического развития, сочетающие принципы рыночной экономики с национальными традициями хозяйствования. 8. Основным видом собственности становится интеллектуальная собственность.

Возникает то, что принято теперь называть "идеологией управления". Многие экономисты считают ее одним из важнейших факторов роста компаний. Они совершенно правы, так как идеи эти идеи служат формой представления и разъяснения целей, принципов и задач управления, ценностей, норм, правил, стереотипов поведения и взаимоотношений в коллективе. С их помощью формируются настроения, вкусы, предпочтения и иные элементы социальной психологии в компании. Примеров компаний, имеющих развитую идеологию управления не так много, но по общему признанию будущее - именно за такими кампаниями.

¹ Краснов С.В. Изменение парадигмы экономического мышления в условиях формирования информационного общества // Вестник Самарской государственной экономической академии. 2002. № 2. С. 182.

² Громов Г.Р. Очерки информационных технологий. М., 2002. С. 59-60.

³ Еляков А.Д. Сущность социальной информации (философско-методологический анализ) // Вестник Самарской государственной экономической академии. 1999. № 1. С. 98.

⁴ Гурьянова А.В., Фролов В.А. Мировоззренческое содержание фундаментальных экономических категорий: опыт философского осмысления // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2017. № 1. С. 9.

MODERN ECONOMIC THINKING AS A FACTOR IN IMPROVING THE ORGANIZATION OF INDUSTRY MANAGEMENT

© 2017 Krasnov Sergey Valentinovich

Senior lecturer

Samara State University of Economics

E-mail: Tacit63@rambler.ru

Keywords: economy, consciousness, thinking, the paradigm, the information society, the dynamics of production.

This article examines the role of new economic thinking that has developed in the information age, its role in the development of advanced modern company management techniques.

О РОЛИ ЛИЧНОСТИ В СПЕЦИФИКАЦИИ ИДЕИ ПРОГРЕССА

© 2017 Маховиков Александр Евгеньевич

кандидат философских наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: shentala_sseu@inbox.ru

Ключевые слова: личность, мировоззрение, прогресс, свобода, ценность, мировоззренческая универсалия, цивилизация, культурная традиция.

Рассматривается тезис о решающей роли личности в спецификации идеи прогресса в условиях формирования современной западной цивилизации. Это связано с тем, что идея прогресса появилась раньше этой цивилизации в период раннего средневековья, когда западное общество, так же как и восточноевропейское, находилось на ступени традиционного типа цивилизационного развития, и идея прогресса была обусловлена христианской идеей понимания развития человека и общества как движения от "града земного" к "граду Божьему". Однако в рамках формирования на Западе новых цивилизационных оснований в эпоху Возрождения и Нового времени последний был просто отменен, и смысл цивилизационного развития был ограничен только "градом земным". В этих условиях результатом спецификации идеи прогресса становится формирование совершенно иного смысла идеи прогресса, в соответствии с которым уже его основной и главной целью становится в процессе цивилизационного развития удовлетворение индивидуально-эгоистических интересов и потребностей исключительно самой личности.

Феномен личности с момента своего возникновения сразу становится главным критерием различения цивилизационных ценностей Запада и Востока, так как выраженная в нем культурная традиция понимания сущности и природы человека соотносима только с западной цивилизацией. Подобной мировоззренческой универсалии в понимании человека как базовой цивилизационной ценности в традиции Востока не возникает. На Западе же личность в процессе формирования системы цивилизационных ценностей не просто становится мировоззренческой универсалией, но и приобретает решающую роль в определении пути её цивилизационного развития. Это связано с тем, что единственно значимой для этой цивилизации целью, а, следовательно, и смыслом её развития становится исключительно удовлетворение интересов и потребностей этой самой личности. Это вполне логично вытекает из понимания личности как универсума, ведь больше ничего нет, личность сама на себе субстанциально замкнута, поэтому есть только интересы и потребности её самой. У человека как личности с этого времени нет, и не может быть никакой другой цели, так как она теперь сама микрокосм, универсум, целая и самостоятельная Вселенная. Наиболее полно это значение личности выразил известный католический философ XX в. Ж. Маритен: "человек как личность теперь готов всему противостоять...; его притязания... будут безграничны; и материальное благополучие покажется ему долгом перед собственным положением"¹.

Хорошо известно, что понимание развития западной цивилизации наиболее полно нашло свое отражение в идее прогресса. Но здесь мы не можем сразу не заметить, что идея прогресса появилась раньше этой цивилизации в период раннего средневековья. В этот период западное общество, также, как и восточноевропейское, находилось на ступени традиционного типа цивилизационного развития, и идея прогресса была обусловлена христианской традицией понимания развития человека и общества как движения от "града земного" к "граду Божьему". Однако в рамках формирования новых цивилизационных оснований в эпоху Возрождения и Нового времени последний был просто отменен и смысл цивилизационного развития был ограничен только "градом земным"². Это потребовало изменения и спецификации понимания идеи прогресса и решающую роль здесь приобретает личность, так как она присваивает себе в рамках новой цивилизационной идентичности ценность Абсолюта. Результатом такой спецификации идеи прогресса становится формирование совершенно иного смысла идеи прогресса, в соответствии с которым его основной и главной целью цивилизационного развития становится удовлетворение индивидуально - эгоистических интересов и потребностей личности. Ведь ничего важнее и более значимого в мире "града земного" просто не существует.

Поэтому можно сказать, что именно личность задает вектор цивилизационного развития Запада и проявляется это наиболее заметно в спецификации идеи прогресса. Нельзя не признать, что успехи западной цивилизации в достижении этой единственно значимой для неё цели за последние несколько столетий её существования достаточно заметны. Это и строительство индустриального, а затем и переход к постиндустриальному обществу, стремительное развитие науки, техники, новых технологий, увеличение уровня и качества потребления, средней продолжительности жизни, развитие медицины, образования и других сфер жизнедеятельности человека. На волне этих успехов сегодня западная цивилизация характеризует сама себя как общество потребления. Следуя известному лозунгу: "чем больше вы потребляете, тем лучше вы живете", за последние полвека эта цивилизация смогла потребить столько же товаров и услуг, сколько все предыдущие поколения. Более того, потребление усилиями личности постепенно превращается в идеологию и духовную ценность этой цивилизации и это как нельзя лучше подтверждает американский аналитик Виктор Лебов: "Наша огромной производительности экономика требует, чтобы мы сделали потребление нашим образом жизни, чтобы мы превратили покупку и потребление товаров в ритуалы, чтобы мы искали в потреблении духовное удовлетворение, удовлетворение собственного "Я"³.

Однако мы являемся свидетелями того, что такой стремительный прогресс совершенно не приблизил западную цивилизацию к поставленной перед ней цели, так как у личности сегодня никак не меньше потребностей, чем в прошлом, и вряд ли кто сможет сказать, когда в будущем это вообще станет возможным. Получается, что спецификация идеи прогресса как нового понимания пути цивилизационного развития - это движение без конца, а движение, которое никогда не может достигнуть имеющуюся перед ним цель, как известно, теряет смысл. Очевидно, именно это имел в виду Ф. фон Хайек, утверждая, что "прогресс - это движение ради самого движения". Подтверждением этого является и мнение академика РАН В.С.Степина, что прогресс в рамках западной цивилизации по сути дела превращается в самоценность, то есть, "...он напоминает двухколесный велосипед, который тогда устойчив, когда движется, а как только остановится - упадет"⁴. Трудно определить смысл идеи прогресса в рамках западной культурной традиции и в его основном требовании о гармоничном и всестороннем развитии личности, так как

это ведь универсум и его развитие не допускает перехода в иное качество, он всегда содержит в себе все возможные атрибуты своего существования. И если развитие всегда связано с переходом от менее совершенного к более совершенному качеству, то личность как универсум не может перейти в свое иное качество, то есть личность или есть или её нет. В этой связи можно вспомнить и утверждение К.Ясперса, что "...прогресс может быть в знании, технике, в создании предпосылок новых человеческих возможностей, но не в субстанции человека, не в его природе, возможность прогресса в сфере субстанциального опровергается фактами"⁵.

Значит, понять смысл идеи социального прогресса, а, следовательно, и смысл развития западной цивилизации становится возможным только в том случае, если мы определим его спецификацию через решающую роль личности. Тогда принципиальная недостижимость цели цивилизационного развития вполне компенсируется требованием личности свести весь смысл человеческой деятельности к удовлетворению своих потребностей. Для человека это вполне доступно и понятно, практически осязаемо и исключает известные трудности при достижении каких-либо трансцендентных, идеальных целей в определении цели и смысла своей деятельности. Но здесь мы вынуждены зафиксировать тот факт, что цели и смысл существования человека и человека-личности как мировоззренческой универсалии в рамках западной цивилизации совершенно не совпадают. Это связано, прежде всего, с тем, что поставленная перед человеком цель удовлетворения всех его потребностей им абсолютно недостижима, но личность как основная базовая мировоззренческая ценность этой цивилизации заставляет принять эту цель как единственное и необходимое условие существования человека.

Решающую роль личности в определении задач цивилизационного развития через спецификацию идеи прогресса можно выделить и в понимании человека как абсолютно свободной личности. Кстати, например, у К.Поппера прогресс так и определяется как свобода. Подобное понимание идеи прогресса мы можем встретить, например, и у известного профессора Иллинойского университета (США) Г.С. Киселева, который твердо убежден, что "идея прогресса выявляет новое качество западной цивилизации, присущее только ей, способствующее постепенному освобождению личности от природной необходимости и от "вторичной природы", социальности. И на примере Запада история наглядно продемонстрировала возможности такого освобождения - явного свидетельства прогресса"⁶.

И вновь мы вынуждены констатировать, что и здесь цель и смысл развития человека и личности в таком понимании идеи прогресса совершенно не совпадают. Это связано с тем, что если мы допускаем возможность достижения личностью абсолютной свободы и её способность преодолеть природную и социальную необходимость, то должны допустить, что и реальный человек может быть абсолютно свободным. Однако в этом случае он будет должен отказаться от своего собственного онтологического основания как существа природного и социального. Что же получится у нас в этом случае? Человек будет абсолютно свободен от окружающего его мира природной необходимости, и уже не будет его составной частью или он когда-нибудь станет абсолютно свободен от социальной реальности и отменит собственную природу как существа социального, или, в конце концов, он станет настолько свободным, что изменит, переконструирует или вообще отменит прежнюю и создаст новую природу самого человека? И если для человека-личности как мировоззренческой универсалии в рамках западной техногенной цивилизации

лизации представляется это возможным и даже рассматривается как цивилизационная ценность и смысл цивилизационного развития, то мы должны в этом случае предположить, что при достижении этой цели, существующей сегодня природы человека уже просто не будет, так как будет отсутствовать его собственное онтологического основания. Но сегодня мы видим, что это совершенно не смущает современную личность, ведь в рамках современной западной цивилизации решающую роль в создании, обосновании, а также и спецификации цивилизационных ценностей личность присваивает себе. Это в полной мере проявилось и в спецификации идеи прогресса, где личность удовлетворяя свои интересы и потребности, саму цивилизацию ведет к недостижимой цели.

¹ Маритен Ж. Интегральный гуманизм // Философ в мире / пер. с фр., послесл., коммент. Б.Л. Губмана. М.: Высш. шк., 1994. С. 64.

² Маховиков А.Е. Прогресс как идея без абсолютного смысла в русской религиозно-философской традиции к.ХІХ - н.ХХ вв. // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2008. № 8. С. 148-152.

³ Степин В.С. Философия и эпоха цивилизационных перемен.// Вопросы философии. 2006. № 2. С. 25.

⁴ Там же. С. 20.

⁵ Ясперс К. Истоки истории и её цель // Смысл и назначение истории : пер. с нем. М.: Политиздат, 1991. С. 258.

⁶ Киселев Г.С. "Тайна прогресса" и возможность истории // Вопросы философии. 2009. № 9. С. 6.

ON THE ROLE OF THE INDIVIDUAL IN THE SPECIFICATION OF THE IDEA OF PROGRESS

© 2017 Makhovikov Alexander Evgenievich

Candidate of Philosophy, Associate Professor

Samara State University of Economics

E-mail: shentala_sseu@inbox.ru

Keywords: personality, worldview, progress, freedom, value, worldview universal, civilization, cultural tradition.

The thesis of the decisive role of the individual in the specification of the idea of progress in the conditions of the formation of modern Western civilization is considered. This is due to the fact that the idea of progress emerged earlier than this civilization during the early Middle Ages, when Western society, as well as Eastern Europe, was at the stage of the traditional type of civilizational development, and the idea of progress was conditioned by the Christian idea of understanding the development of man and society as a movement from "Hail of the earth" to "the degree of God." However, within the framework of the formation of new civilizational grounds in the West in the Renaissance and Modern Times, the latter was simply abolished and the meaning of civilizational development was limited only to the "hail of the earth". In these conditions, the result of the specification of the idea of progress is the formation of a completely different meaning of the idea of progress, in accordance with which the satisfaction of the individual - selfish interests and needs of the individual alone becomes his main and primary goal in the process of civilizational development.

НУЖДАЕТСЯ ЛИ ПАТРИОТИЗМ В ОБОСНОВАНИИ?

© 2017 Фролов Вячеслав Андреевич

кандидат философских наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: frolov5070@yandex.ru

Ключевые слова: духовность, патриотизм, патриотическое воспитание, национальная идея, государственная программа патриотического воспитания.

В статье актуализируется задача выявления основания патриотизма. В качестве такого ментального основания постулируется духовность как фундамент всех основных нравственных качеств личности.

Сегодня одним из главных вызовов для РФ является необходимость укрепления государства (экономики, армии, образования), чтобы выстоять перед угрозами западного мира и занять достойное место среди технологически развитых стран Земли. Причем, все яснее становится необходимость формирования всеобъемлющей защиты страны на всех направлениях. Одно из важнейших направлений стратегии научно-технологического развития РФ требует эффективного ответа российского общества на большие вызовы с учетом взаимодействия человека и природы, человека и технологий, социальных институтов на современном этапе глобального развития, в том числе применяя методы гуманитарных и социальных наук. Эффективный ответ может появиться при условии объединения нации на пути быстрого и качественного развития страны. Президент В.В. Путин считает, что одним из главных факторов такого объединения и полной мобилизации россиян может служить национальная идея, в качестве которой может выступать патриотизм как результат духовного воспитания. За последние два десятилетия много сделано в деле организации работы по формированию патриотизма у граждан России, особенно у молодежи. Например, принято четыре государственных программы патриотического воспитания в России. Но, тем не менее, социологические исследования показывают, что сдвиги в этом направлении недостаточны. Конечным показателем экономического развития страны является рост общественной производительности труда, и этот показатель растет недостаточно быстро¹. Об этом говорил президент на очередной встрече с представителями СМИ и гражданами России весной 2017 году, при этом он подчеркнул, что одним из важнейших факторов ускорения развития России является мобилизация всего населения и она возможна на основе патриотизма. Поэтому сегодня по-прежнему актуальна необходимость выявления новых возможностей повышения эффективности патриотического воспитания, способных сделать патриотизм национальной идеей.

Актуальность решения поставленной задачи подтверждается результатами анализа сегодняшнего состояния общественного сознания российского общества. Этот анализ показывает, что события 90-х годов прошлого столетия, связанные с разрушением системы воспитания в России, продолжают оказывать негативное влияние на сознание рос-

сиян. "Поэтому необходимы срочные меры по усилению духовного воспитания с целью нейтрализации нарастающей в обществе бездуховности, особенно у молодежи, так как именно бездуховность, отравившая ядом невежества и произвола социальный организм России, и есть основополагающая причина ее кризисного состояния, внутренняя угроза национальной безопасности"².

Это ставит перед наукой задачу: найти эффективные основания реального повышения уровня патриотизма российской молодежи и всего активного населения России.

На наш взгляд патриотизм невозможно воспитать только призывами и проводимыми мероприятиями, даже самыми эффективными, например, такими как возвращение Крыма в состав России и проведение шествий "Бессмертный полк". Теоретический анализ показывает, что патриотизм не является самодостаточным, а лишь проявлением более глубокой сущности сознания человека и его отношения к миру. В качестве этой сущности, по-нашему мнению, выступает духовность и поэтому именно она должна стать объектом анализа и объектом педагогических усилий общества сама по себе. Поэтому задача современных исследований заключается в том, чтобы с помощью научного анализа обосновать факт фундаментальности духовности как главного ментального условия, фундирующего патриотизм, а также разработать методологические основания формирования духовности и ее реализации в воспитании патриотизма.

Анализ современных публикаций связанных темой патриотизма и духовности показывает, что в них отсутствует проблема соотношения этих понятий, выявления их иерархии. Эта пара понятий и их соотношение чаще всего используется в текстах интуитивно. Часть авторов справедливо подчеркивают фундаментальность духовности, это например: И.А. Ильин, М.К. Мамардашвили, В.А. Сухомлинский, И.Т. Фролов и др.

И.А. Ильин считает, что "В основе патриотизма лежит акт духовного самоопределения. Патриотизм может жить и будет жить лишь в той душе, для которой есть на земле нечто священное, которая живым опытом испытала объективность и безусловное достоинство этого священного - и узнала его в святынях своего народа"³.

На факт фундаментальности духовности как основы всех нравственных и интеллектуальных качеств обращают внимание и религиозные и светские мыслители, философы, культурологи, психологи и т.д. "Ведь именно духовность облагораживает и стимулирует интеллект, обеспечивая способность судить, размышлять, открывать, обобщать и схватывать отношения" утверждает Р. Рибо⁴.

"Дух - высшая способность человека, позволяющая ему стать источником смысла, личного самоопределения, осмысленного преобразования действительности; способность, открывающая возможность дополнить природную основу индивидуального и общественного бытия миром моральных, культурных и религиозных ценностей" отмечает И.Т. Фролов⁵.

Среди современных авторов придерживаются уверенности в фундаментальности духовности Матвеева С.В., Филинова Н.В., Матвеев П.А. : "Чтобы патриотизм вновь стал несомненной ценностной установкой, как обязательное условие возрождения страны и оздоровления нации, и при этом не произошло бы скатывания общественного мироощущения, мироощущения на позиции маргинализма и национализма, необходимо, прежде всего, оздоровление духовных основ жизни россиян"⁶.

Н.И. Мушенок, оценивая значение духовности, пишет: "Как способ, как образ бытия в целом духовность открывает человеку доступ к любви, совести и чувству долга; к праву, правосознанию и государственности; к искусству и художественной красоте, к очевидности и науке, к молитве и религии - только она может указать человеку, что есть подлинно главное и ценнейшее в его жизни; дать ему нечто такое, чем стоит жить, за что стоит нести жертвы"⁷.

"По мысли Ильина, далеко не каждому суждено любить свою Родину, и, соответственно, стать патриотом. Это объясняется отсутствием у людей духовного начала, преобладанием лично-эгоистических или эгоистических классовых интересов над более возвышенными, в том числе истинно патриотическими"⁸.

Но многие авторы переворачивают эту иерархическую конструкцию. Например, Шумилина Ю.В. и Мезенцева Е.А. считают, что ослабление духовных основ развития общества связано только с недооценкой патриотизма: "Недооценка патриотизма приводит к ослаблению духовных, социальных, культурных основ развития общества", так как именно "уровень патриотичности его приоритетность определяет духовное возрождение общества, государства"⁹.

Памятушева В.В. утверждает, что оздоровление России надо начинать "с восстановления здорового национального самосознания и утверждения патриотизма, как важнейшей социокультурной ценности современного российского общества, как основы общенациональной идеологии"¹⁰.

Большинство авторов выражают точку зрения первичности патриотизма как основания духовности уже в названии своих статей:

Иванова С.Ю. "Патриотизм как фактор развития духовности русского народа и российского общества" (URL: <http://www.chestisvet.ru/index.php4?id=105>);

Хайрулин Ш.Ш. "Формирование духовности курсанта через воспитание патриотизма" (Журнал гуманитарных наук. 2016. № 15. С.141-143);

Брикунова О.О. "Патриотизм как основа духовно-нравственного воспитания молодежи" (Система ценностей современного общества. 2016. № 49. С.129-132);

Мухамадеева В.У. "Воспитание патриотизма через краеведческую деятельность как одно из главных условий развития духовности и нравственности в образовательном пространстве" (Сильвестровские педагогические чтения "Духовность и нравственность в образовательном пространстве: традиции и современность православия". Материалы педагогических чтений / отв. ред. О.Р. Каюмов. 2017. С. 123-126);

Бахтин Ю.К. "Патриотическое воспитание как основа формирования нравственно здоровой личности" (Молодой ученый. 2014. № 10. С. 349-352).

В приведенных примерах видна слабая степень понимания современными исследователями истинного соотношения духовности и патриотизма. Отсюда следует актуальная необходимость глубокого научного анализа выявления роли духовности как одного из глубинных факторов патриотизма, способного обеспечить мобилизацию российского народа на защиту России с помощью осознанного сплочения и наращивания интеллектуальных, творческих и физических усилий, направленных на укрепление экономической, военной, научной и организационной мощи нашей страны.

Поэтому главная задача научного анализа духовности: выявление и обоснование ее фундаментальной роли в формировании патриотизма, а также разработка методологии и системы основных мероприятий, способствующих формированию духовности у граждан России и, в первую очередь, у молодежи.

Новая научная идея требуемого анализа заключается в том, что патриотизм, как чувство любви к Родине, не является самодостаточным. То есть сам патриотизм оказывается проявлением более фундаментального качества сознания, психики и духовной жизни человека, оказывается следствием, формой существования и реализации духовности человека как основания и патриотизма и других нравственных качеств. Именно поэтому попытки развить (воспитать) у россиян чувство патриотизма, как самостоятельного явления, не всегда удаются.

Выявление истинной связи духовности и патриотизма позволит направить усилия общества на воспитание собственно духовности и тем самым создать основания для развития патриотизма и сделать его национальной идеей.

¹ Гурьянова А.В., Фролов В.А. Мировоззренческое содержание фундаментальных экономических категорий: опыт философского осмысления // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2016. № 12 (146). С. 6-14.

² Ахвердова О. Духовность как основа высшего образования // Высшее образование в России. 2006. № 4. С. 82.

³ Ильин И.А. Почему мы верим в Россию : сочинения. М. : Эксмо, 2007. С. 277.

⁴ Рибо Р. Психология чувств. Киев, 1887. С. 75.

⁵ Философский словарь / под ред. И.Т. Фролова. 7-е изд., перераб. и доп. М. : Республика, 2001. С. 171.

⁶ Матвеева С.В., Филинова Н.В., Матвеев П.А. Патриотическое воспитание как фактор формирования ценностных установок в высшей школе // Проблемы современного педагогического образования. 2016. № 51-5. С. 275.

⁷ Мушенок Н.И. Психология самосознания в системе научного и религиозного знания. Самара : СГПУ, 2006. С. 70.

⁸ Кобзистая М.В., Ледовских Е.А. Патриотическое воспитание личности в эпоху перемен // Современные проблемы гуманитарных и общественных наук. 2014. № 4. С. 133.

⁹ Шумилина Ю.В., Мезенцева Е.А. Патриотическое воспитание как необходимое условие духовно-нравственного воспитания // Система ценностей современного общества. 2016. № 49. С. 154-159.

¹⁰ Памятушева В.В. Воспитание патриотического сознания студенческой молодежи // Евразийский Союз Ученых (ЕСУ). Философские науки. 2015. № 4 (13). С. 30.

DOES PATRIOTISM IN SUPPORT?

© 2017 Frolov Vyacheslav Andreevich

Ph.d. (philos.), Associate Professor

Samara State University of Economics

E-mail: frolov5070@yandex.ru

Keywords: spirituality, patriotism, patriotic education, national idea, the State program of patriotic education.

In the article raises the task of identifying the grounds of patriotism. As such a mental reason postulated spirituality as the Foundation of all major moral qualities.

ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И ЗДОРОВЫЙ ОБРАЗ ЖИЗНИ

УДК 37.01

ЗАНЯТИЯ ФИТНЕС-АЭРОБИКОЙ СТУДЕНТОК КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ ЧАСТЬ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ

© 2017 Алексина Анастасия Олеговна

аспирант, преподаватель

© 2017 Алексин Антон Юрьевич

старший преподаватель

© 2017 Гасилина Ольга Михайловна

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: ms.anastasia1992@mail.ru, antonio407@mail.ru, olyagasilina@mail.ru

Ключевые слова: фитнес-аэробика в сфере услуг физической культуры и спорта, новые направления физической культуры, особенности фитнес-культуры.

Проведен анализ развития фитнес-аэробики в сфере услуг физической культуры и спорта, приведены особенности фитнес-культуры, проанализированы новые направления физической культуры.

В современном мире роль спорта постоянно растет, ведь именно он выступает одним из основных средств общественного развития индивида, интенсивного улучшения личностных качеств, а кроме того улучшения важных свойств двигательной системы; укрепления нервной системы; улучшения работы сердца и сосудов, органов дыхания; повышения иммунитета, а также изменения отношения к жизни. Спорт пронизывает все уровни современного социума, оказывая широкое воздействие на основные сферы жизнедеятельности общества. Он влияет на национальные отношения, деловую жизнь, общественное положение, формирует моду, этические ценности, образ жизни людей. То есть физическая культура представляет собой одно из неотъемлемых слагаемых культуры человека и общества, а физическое развитие - есть важное орудие многостороннего и слаженного формирования индивида. Именно поэтому вопросы развития и совершенствования физической культуры всегда актуальны¹.

Мир постоянно прогрессирует. И с каждым годом появляются новые виды физических упражнений, которые направлены на оздоровление и развитие физических качеств людей. Одним из видов физической культуры стал "фитнес", который пришел в Россию из Нью-Йорка. Фитнес сегодня - это альтернативная реальность физического воспитания.

Фитнес - это целенаправленный процесс оздоровления, основанный на добровольном выборе двигательной активности, для поддержания и укрепления здоровья, для снижения риска различных заболеваний и их профилактики, для вступления в число людей, ведущих здоровый образ жизни с целью личной самореализации, физического совершенствования, внешней привлекательности на фоне интересных занятий и получения удовлетворения от них. Занятия фитнесом включает в себя не только приобретение физической формы, но и интеллектуальное, эмоциональное, социальное, духовное начало². Наиболее популярным, массовым и востребованным видом физической культуры в среде студенческой молодежи в последние годы были и остаются фитнес и его разновидности. К фитнесу относятся различные направления, такие как аэробика, степ-аэробика, силовая аэробика, пилатес, а также авторские оздоровительные методики, различные инновационные технологии, но их объединяет одна цель "физическая нагрузка ради здоровья".

Как известно, длительные учебные занятия, проведение долгого времени за компьютером вынуждают студентов вести малоподвижный образ жизни, результатом чего выступает непривлекательная физическая форма, а в худшем случае - ухудшение состояния их здоровья. Следовательно, очень важно уделять время физическим нагрузкам, так как у обучающихся его, как правило, не хватает, следует разработать эффективные спортивно-оздоровительные программы, которые студент сможет освоить в учебных заведениях, систематически посещая занятия физической культуры. Однако тренировки, построенные на стандартных спортивных играх и физических упражнениях, не вызывают интереса у современной молодежи. Однообразные нагрузки не удовлетворяют их, формируя негативное отношение к такому предмету, как физическая культура, тем самым снижая посещаемость занятий по этой дисциплине, поэтому важно выработать специальную методику проведения занятий.

Если обратиться к современной Стратегии развития физической культуры и спорта в Российской Федерации до 2020 года, то мы сможем заметить, что одним из приоритетных направлений физического воспитания студентов является внедрение новых интересных форм организации учебных занятий, которые помогут привлечь молодежь и повысить уровень их физической подготовленности³.

Чтобы заинтересовать студентов в занятиях двигательной активности, необходимо идти в ногу со временем. А по многочисленным опросам наблюдается, что универсальным видом физической культуры, привлекательным для студенческой молодежи, является фитнес. В специализированной литературе это понятие разделяется на физический и общий фитнес.

Физический подразделяется на фитнес оздоровительный, направленный на достижение физического благополучия и профилактики различных заболеваний, и на спортивно-ориентированный фитнес, которым занимаются люди, чтобы развить свои способности на достаточно высоком уровне.

Не смотря на то, что сегодня наиболее привлекательным для молодежи является физический фитнес, для учебных заведений больше подойдет общий, целью которого является "оптимальное качество жизни, включающее компоненты различных сфер жиз-

ни". В нем используются силовые тренировки (с отягощением), направленные на укрепление мышц; аэробные тренировки, улучшающие работу сердечнососудистой и дыхательной систем; тренировки на развитие гибкости и подвижности суставов (стретчинг, пилатес).

Для занятий фитнесом характерны следующие особенности:

- разнообразные физические упражнения (со спортивным инвентарем, на тренажерах и пр.);
- связь двигательной активности с музыкой;
- высокая эмоциональность занятий;
- возможности творческого самовыражения, получения удовольствия от выполнения различных двигательных действий;
- повышение культуры движений;
- приобретение специальных знаний и умений по самоконтролю. Эффективность различных направлений фитнеса заключается в комплексном воздействии на моторику, дыхательную и нервную системы организма.

Подводя итог вышесказанному можно сделать вывод что, интерес среди студентов к фитнес-культуре обусловлен эффективностью, доступностью и эмоциональностью. Такие занятия позволяют студентам не только скорректировать фигуру, повысить иммунитет, но и получить массу положительных эмоций.

Если студент желает совместить приятное с полезным для здоровья и фигуры, то следует выбрать такое направление, как аэробика. Данное направление фитнеса не требует жестких диет и тяжелых физических нагрузок, но, тем не менее, предоставляет возможность менять программу своих тренировок.

Фитнес-аэробика - это комплекс упражнений, в которых дыхательные движения сочетаются с движениями тела. Степень нагрузки этого занятия позволяет поддерживать работоспособность на жизненном уровне. Ритмическая гимнастика улучшает обмен веществ, тем самым способствуя похудению. После 20 минут движения в аэробном режиме начинается расщепление жиров и запускается механизм похудения. На пути к красивому телу современные девушки доводят свой организм до истощения. Но есть способ намного эффективнее - начать заниматься фитнес - аэробикой.

Таким образом, мы пришли к выводу, что спорт - это многогранная активная жизнедеятельность, которая плотно вошла в жизнь человека. Но далеко не каждый индивид получает удовольствие от тренировок, а ведь есть современное направление, которые помогают это исправить. Занятия с использованием фитнес-программ позволяют повысить уровень физической подготовленности и интерес к дисциплине "физическая культура" студентов СГЭУ. Помимо этого фитнес - аэробика как современная форма физического воспитания в СГЭУ направлена на выработку здорового образа жизни студенческой молодежи и получения удовольствия от занятия спортом.

¹ Значение спорта в современном мире. URL: <http://xn--80aqqdgdhbb4i.xn--p1ai/znachenie-sporta-v-sovremennom-mire> (дата обращения: 25.04.2017).

² Понятие фитнес. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki> (дата обращения: 25.04.2017).

³ Стратегия развития физической культуры и спорта на период до 2020 года. URL: <http://www.minsport.gov.ru/activities/federal-programs/2/26363>;

Полова А.О. Тенденции развития услуг физической культуры и спорта // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2015. № 9 (131). С. 84-89.

FITNESS AEROBICS FOR FEMALE STUDENTS AS PART OF A HEALTHY LIFE STYLE

© 2017 **Aleksina Anastasia Olegovna**

Postgraduate, Lecturer

© 2017 **Aleksin Anton Yurievich**

Senior Lecturer

© 2017 **Gasilina Olga Mihaylovna**

Student

Samara State University of Economics

E-mail: ms.anastasia1992@mail.ru, antonio407@mail.ru, olyagasilina@mail.ru

Keywords: fitness-aerobics in the sphere of physical culture and sport, new directions in physical education, particularly the fitness culture.

The analysis of development of fitness aerobics in the sphere of physical culture and sports, are the features of the fitness culture, analyzes the new directions of physical culture

УДК 159.963

ЗДОРОВЫЙ СОН В ЖИЗНИ СТУДЕНТА

© 2017 **Боякова Виктория Геннадьевна**

студент

© 2017 **Лазарева Наталья Владимировна**

доктор медицинских наук, профессор

Самарский государственный экономический университет

E-mail: viktoriaboia@yandex.ru

Ключевые слова: здоровый сон, режим, умственная работа, студенты.

Рассматривается проблема недосыпания студентов, возникающая в большинстве случаев из-за нехватки времени. Данная проблема с каждым годом все больше набирает обороты, ухудшает состояние здоровья и волнует общество.

Учеба оказывает большое влияния на жизнь студентов и предполагает высокую степень нагрузок. Правильный распорядок дня очень важен для предотвращения переутомления. По причине нехватки времени студенты часто пренебрегают сном, что в дальнейшем негативно сказывается на здоровье¹. Следует ежедневно следовать постоянному плану. И сон должен занимать в нем значительное место.

Во время сна происходит восстановление организма, а также освобождение головного мозга от лишней информации. Сон является обязательной и наиболее полноценной формой ежедневного отдыха. Нормой считается сон длительностью 7,5-8 часов. Непра-

вильно организованный сон для студента может стать причиной болезней, вялости, усталости, депрессий, а также агрессивности.

Если на сон уходит меньше времени, это отражается в снижении продуктивности и психо-эмоциональном состоянии: постепенно перестает усваиваться новая информация, а поступившая за день будет забываться ночью². Научкой было установлено, что в процессе сна происходит восстановление энергетических запасов, израсходованных во время работы. Врачами рекомендован сон исключительно на правом боку со слегка согнутыми в коленях ногами. Такая поза для сна способствует расслаблению всех мышц и снятию напряжения.

За 1,5 часа до сна следует прекращать умственную работу, так как деятельность мозга еще не прекращается сразу же после окончания. Таким образом, умственный труд, выполняющийся перед сном, ухудшает процесс засыпания, а также приводит к вялости, плохому самочувствию и головным болям³. Спать рекомендуется с открытыми окнами, или же проветривать комнату незадолго до сна.

В последнее время глобальной проблемой становится недосыпание. По данным Всемирной организации здравоохранения, за последние 100 лет человек стал спать в среднем на 20% меньше. Недосыпание вредно тем, что в состоянии бодрствования различные участки мозга переходят в фазу медленного сна⁴. Тогда человек "зависает" в одной точке, становится рассеянным, понижается активность мозга, теряется внимание, а также ухудшается его общее состояние. По некоторым данным известно, что продолжительность сна большинства студентов составляет 6-7 часов, или даже меньше. Регулярное недосыпание может привести к отмиранию клеток мозга.

Нашим предкам для того чтобы выспаться было достаточно шести часов сна. Ведь они спали в двух разных фазах, с периодом бодрствования, который разделяет две эти фазы. Время бодрствования между фазами считалось особым и даже священным. В это время люди занимались духовными практиками, размышлениями, а также использовали время для чтения. Это наиболее комфортный вариант многофазного сна, который можно дополнить 30 минутами сна для адаптации. Формула для сна: один раз четыре часа + один раз 2 часа = 6 часов.

Самую эффективную технику сна придумал Баки Фуллер. Ее суть в том, что спать нужно по 30 минут 4 раза в день каждые 6 часов. Он утверждал, что чувствовал себя очень энергичным. Данный цикл сна является самым экстремальным.

Эффективной и комфортной для многих техникой сна является "сверхчеловек". Люди ощущают прилив силы, чувствуют себя здоровыми. Существенным недостатком является то, что нельзя нарушать режим сна и пропускать хотя бы один сон. Такой сон практиковали Леонардо да Винчи и Сальвадор Дали. Формула для сна: 6 раз по 20 минут каждые 4 часа = 2 часа.

Уинстон Черчилль ложился спать в 3 часа ночи и просыпался в 8 утра, и спал после обеда около часа. Формула для сна: 1 раз ночью по 5 часов + 1 раз днем по 1,5 часа = 6,5 часов.

Для того чтобы легко просыпаться, нужно рассчитать промежуток времени, когда организм будет находиться в фазе быстрого сна⁵. Именно в это время легче всего будет проснуться (см. таблицу).

Норма часов в зависимости от фазы быстрого сна

Когда нужно проснуться	Когда лечь спать
6:00	(20:45, 22:15)
6:30	(21:15, 22:45)
7:00	(21:45, 23:15)
7:30	(22:15, 23:45)
8:00	(22:45, 00:15)
8:30	(23:15, 00:45)
9:00	(23:45, 01:15)
9:30	(00:15, 01:45)

Хороший сон является залогом здоровья. Высыпающиеся люди живут намного дольше. Во сне. Когда наш организм расслаблен, усиливается выработка омолаживающих гормонов. Хорошо высыпающийся человек запоминает в два раза больше информации, чем страдающий бессонницей. Поэтому не стоит пренебрегать сном, и стоит хорошо выспаться.

¹ Григорьева С.А., Некрасова Е.Н. Здоровый образ жизни: нормы и реалии сна подростков и студентов // Научное сообщество студентов XXI столетия. Гуманитарные науки. № 14. URL: <http://sibac.info/11203>.

² Исаева А.М., Антонен К.В. Влияние сна на успеваемость студентов // Международный студенческий научный вестник. 2017. № 2.

³ Семенова А.Ю. Здоровье населения и приоритеты устойчивого развития социо-эколого-экономической системы региона: мнение экспертов // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2017. № 1 (147).

⁴ Федореев А.Е. Особенности сна у студенческой молодежи // Молодежь и наука : сб. материалов VII Всерос. науч.-техн. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых, посвящ. 50-летию первого полета человека в космос. 2011. URL: <http://conf.sfu-kras.ru/sites/mn2011/section11.html>.

⁵ Елисеев Р.И. Влияние продолжительности сна на здоровье, успеваемость и социальную активность студентов // Sci-article. Публикация научных статей. 2016. № 33.

HEALTHY SLEEP IN THE LIFE OF THE STUDENT

© 2017 **Boyakova Victoria Gennadyevna**
Student

© 2017 **Lazareva Natalia Vladimirovna**
Doctor of Medical Sciences, Professor
Samara State University of Economics
E-mail: viktoriaboya@yandex.ru

Keywords: healthy sleep, mode, mental work, students.

The article deals with the problem of students' lack of sleep, which arises in most cases due to lack of time. The given problem every year more and more grows, worsens a state of health and excites a society.

ВЛИЯНИЕ ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫХ ВИДОВ ГИМНАСТИКИ НА СОСТОЯНИЕ ОПОРНО-ДВИГАТЕЛЬНОГО АППАРАТА СТУДЕНТОК ПОДГОТОВИТЕЛЬНОЙ ГРУППЫ

© 2017 Ивахова Алена Михайловна

студент

© 2017 Николаева Ирина Валерьевна

кандидат педагогических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: alyona_ivakhova@mail.ru

Ключевые слова: опорно-двигательный аппарат, оздоровительная гимнастика.

Процесс образования в наше время не обеспечивает студентов двигательным режимом в достаточной мере. Это сказывается и на осанке, и на стопах, и на самочувствии в целом. На укрепление опорно-двигательной системы могут положительно влиять отмеченные авторами средства из оздоровительных видов гимнастики.

Об осанке остро стоит вопрос в оздоровлении учащейся молодежи. Осанка - это привычное положение тела человека в покое (стоя, сидя) и при передвижении¹. Форма позвоночника и грудной клетки, угол наклона таза и состояние плечевого пояса, верхних и нижних конечностей, тонус мышц, участвующих в сохранении равновесия - всем этим определяется осанка. Плохая осанка портит фигуру, снижает работоспособность и негативно влияет на общее физическое развитие.

Обучение в университете предполагает большой объем учебной работы и напряженную умственную деятельность. От объема физических нагрузок в течение дня и рабочей недели зависит динамика умственной работоспособности и сохранение у студентов высокой умственной активности на протяжении всего учебного периода. Систематические занятия физической культурой, повышение физической работоспособности улучшают функционирование опорно-двигательного аппарата, а это, в свою очередь, положительно сказывается на умственной работоспособности студентов. Следовательно, физическая культура - одно из основных средств поддержания своего здоровья, формирования здорового образа жизни, а также обеспечения активности. Тесная взаимосвязь работающих мышц и функционирование различных органов, мобилизация внутренних резервов и возможностей студента - это основа оздоровительного эффекта от занятий физической культурой.

Главнейшая задача в оздоровительной физической культуре - это подбор правильных средств и методов развития основных двигательных качеств, при этом учитывая особенности женского организма. Благодаря этому улучшилось бы физическое здоровье студенток и состояние их опорно-двигательного аппарата на занятиях физической культурой².

На сегодняшний день существует множество традиционных систем физических упражнений и видов спорта, культивируемых в системе физического воспитания в вузах³.

Традиционно, большой популярностью у студентов пользуются игровые виды спорта⁴. В частности, волейбол - один из любимых видов спорта у студентов Самарского государственного экономического университета⁵. Также многие студенты отдают предпочтение силовым видам спорта⁶.

Большое значение в применении разработанных комплексов физических упражнений из средств оздоровительной гимнастики студенток подготовительной группы на занятиях по физической культуре имеет их дозировка и последовательность⁷. Для того чтобы повысить эффективность этих средств восстановления очень важно обеспечить постоянный контроль над их действиями, а не только правильный подбор и своевременность применения. Для оценки эффективности улучшения функций опорно-двигательного аппарата, нужно сопоставить исходные данные с результатами на начало и конец учебного года.

В этом исследовании мы рассмотрим влияние методики проведения комплексов оздоровительных физических упражнений, которые направлены на улучшение опорно-двигательной системы студенток, на занятиях физической культурой. Особенностью проведения занятий в экспериментальной группе является то, что на фоне общего укрепления организма и развития определенных двигательных навыков, вводились комплексы таких оздоровительных упражнений, которые воздействуют на укрепление опорно-двигательного аппарата студенток и улучшение его состояния. Таким образом, годовой цикл был разделен на 3 этапа.

Одним из главных критериев показателей состояния опорно-двигательного аппарата являются тесты, определяющие его функциональные возможности. Мы изучили изменение показателей, которые характеризуют основные функции опорно-двигательного аппарата у студенток контрольной и экспериментальной групп, но какой-то значительной разницы в показателях исходного тестирования обеих групп мы не увидели.

Мы проанализировали результаты исследования силовой выносливости мышц спины. Это является одним из важнейших показателей функционального состояния опорно-двигательного аппарата у студенток. В экспериментальной группе к концу исследования произошли значительные изменения. Результаты выросли на 55,1%, в то время, как в контрольной группе изменений практически не было, там прирост составил всего 1%. Также, мы рассмотрели специальные антропометрические показатели позвоночника и стопы, так как они являются наглядными показателями изменения состояния опорно-двигательного аппарата. У студенток в экспериментальной группе были замечены положительные изменения длины позвоночника на 0,4 см, а у студенток контрольной группы всего на 0,1 см.

Если исследовать разницу в расстоянии от 7-го шейного позвонка до углов лопаток справа и слева, можно убедиться, что при нарушении этой разницы, уменьшается экскурсия грудной клетки, становится поверхностное дыхание, снижается емкость легких, а это приводит к головной боли и дискомфорту во всем организме. Исследовав этот показатель, мы выяснили, что у студенток экспериментальной группы произошли изменения в положительную сторону - разница расстояния от 7-го шейного позвонка сократилась на 20% (0,1 см), а у студенток контрольной группы изменений не произошло.

Проанализировав результаты исследования разницы расстояния от углов лопаток по горизонтали до середины позвоночника, означающих симметричность их положения, мы можем определить, как изменяется кривизна позвоночника в грудном отделе. Если эта кривизна есть, то функциональная способность позвоночника ухудшается, а выносливость к длительной статической нагрузке снижается. На начальном этапе в обеих группах результаты были примерно одинаковые. Но уже к концу исследования у экспе-

риментальной группы наблюдалась положительная динамика. На 25% уменьшилась разница расстояний от углов лопаток. Это говорит о том, что позвоночник стал немного выпрямляться, потому что чем меньше эта разница, тем меньше кривизна позвоночника. В контрольной группе изменения не были замечены.

Об изменениях, который происходят в поясничном отделе нам дает исследование разницы расстояния от яремной вырезки до передних верхних подвздошных костей. Искривление в поясничном отделе позвоночника может привести к нарушению функционирования органов малого таза. В экспериментальной группе на начало исследования был показатель 0,3 см, а в контрольной- 0,4 см. К концу исследуемого периода у экспериментальной группы разница сократилась на 0,1 см, у контрольной группы не изменилась.

Уплотнение стопы влияет на положение таза и позвоночника, а это нередко приводит к нарушению осанки. Состояние сводчатости стопы мы определяли через отпечаток стоп. Отклонения были у студенток обеих групп. К концу исследования у студенток в экспериментальной группе состояние стоп улучшилось на 15%, а у студенток в контрольной группе ухудшилось на 1%.

Таким образом, проанализировав состояние позвоночника по специальным основным показателям, было замечено, что у студенток в экспериментальной группе положительные изменения произошли по всем параметрам. Это говорит о положительном влиянии комплекса физически упражнений, которые направлены именно на улучшение состояния опорно-двигательного аппарат студенток подготовительной группы.

Полученные в ходе нашего исследования данные позволяют сделать вывод, что, при улучшении функционального состояния опорно-двигательной системы студенток, улучшаются и результаты антропометрических измерений, что мы и наблюдали у студенток в экспериментальной группе.

¹ Казакова О.А., Асеева М.М., Соловьева И.В., Денисова В.А. Влияние комплексного упражнения на развитие силовых способностей у студенток вузов, занимающихся аэробикой // *OlymPlus*. Гуманитарная версия. 2017. № 2 (5). С. 30-32.

² Иванова Л.А., Шеханин В.И., Корнаухова К.А. "Гибкая сила" как одно из инновационных средств психофизического развития студентов специального учебного отделения // *Вестник Самарского государственного экономического университета*. 2013. № 6 (104). С.50-52.

³ Шиховцов Ю.В., Николаева И.В., Николаев П.П. Хронометрирование действий подающего и принимающего подачу игроков и алгоритм действий игрока на приме подачи в волейболе // *Вестник Самарского государственного экономического университета*. 2004. № 2. С. 408-411.

⁴ Николаева И.В., Шиховцов Ю.В., Николаев П.П. Тактика приема подачи как составляющая часть физкультурно-спортивного образования волейболистов // *Научные исследования Самарского государственного экономического университета: итоги и перспективы* : сб. науч. тр. к 80-летию СГЭУ / отв. ред. А.П. Жабин. Самара, 2011. С. 264-270.

⁵ Шиховцов Ю.В., Николаева И.В., Демидкина И.А. Современная методика регистрации временных параметров в волейболе // *Вестник Самарского государственного экономического университета*. 2007. № 1. С. 192-198.

⁶ Николаев П.П., Николаева И.В., Шиховцов Ю.В. Система подготовки спортсменов в высшей школе: пауэрлифтинг (силовое троеборье) : учеб. пособие. Самара : Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2016. 112 с.

⁷ Иванова Л.А., Казакова О.А., Звонова Т.А. Формирование когнитивных способностей на занятиях в специальном учебном отделении // *Вестник Самарского государственного технического университета. Серия "Психолого-педагогические науки"*. 2014. № 3 (23). С. 70-79.

INFLUENCE OF GYMNASTICS OF HEALTHCARE ON THE STATUS OF SUPPORT-RELOCATION OF THE STAFF OF STUDENTS OF THE PREPARATORY GROUP

© 2017 Ivakhova Alyona Mikhailovna
Student

© 2017 Nikolaeva Irina Valerievna
Candidate of Pedagogics, Associate Professor
Samara State University of Economics
E-mail: alyona_ivakhova@mail.ru

Keywords: musculoskeletal system, health gymnastics.

The process of education in our time does not provide students with the motor regime in full. This affects posture, legs and overall health. Strengthening of the musculoskeletal system, it is possible to positively influence the means defined in this article from the health-improving kinds of gymnastics.

УДК 796.325

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИГРЫ В ЗАЩИТЕ НА ОСНОВЕ ИНТЕНСИФИКАЦИИ ТЕОРЕТИЧЕСКОГО РАЗДЕЛА ПРОГРАММЫ ПОДГОТОВКИ ВОЛЕЙБОЛИСТОВ

© 2017 Карева Юлия Юрьевна
преподаватель

© 2017 Шиховцов Юрий Владимирович
кандидат педагогических наук, профессор

© 2017 Николаева Ирина Валерьевна
кандидат педагогических наук, доцент

© 2017 Кудинова Юлия Викторовна
старший преподаватель

Самарский государственный экономический университет
E-mail: irina.nikolaeva@ro.ru

Ключевые слова: волейбол, защитные действия, программа, совершенствование, теоретический раздел, интенсификация, типовые ситуации, алгоритм, факторы, тактические задачи, оптимальные расстановки.

Рассмотрены вопросы интенсификации теоретического раздела программы подготовки волейболистов в защите. Разработаны и представлены базовые элементы процесса интенсификации защитных действий волейболистов.

Мастерство защитников в современном классическом волейболе в тактико-техническом плане несколько отстает от мастерства нападающих игроков¹. Это касается волейболистов всех возрастов и уровней спортивной подготовленности. Создавшееся положение постепенно превращает высоко-эмоциональную и зрелищную спортивную игру в скучный обмен ударами, снижает массовость и приток перспективной молодежи в детские спортивные школы, приводит к некоторой утрате позиций российского волейбола на мировой арене, что свидетельствует о актуальности настоящего исследования². На наш взгляд, отставание защиты от нападения определяется несовершенством методики подготовки игроков защитного плана, нацеленной, как правило, на практическое "натаскивание" тактико-технических приемов игры³. Теоретические вопросы организации защитных действий в поле в учебно-тренировочном процессе волейболистов-защитников представлены недостаточно.

Цель исследования - совершенствование тактических действий волейболистов в защите на основе интенсификации теоретического раздела подготовки.

Задачи исследования:

- 1) выявить типовые игровые ситуации в системе "Нападение-Защита";
- 2) установить факторы, влияющие на эффективность защитных действий в условиях соревнований;
- 3) разработать алгоритм ориентировочной деятельности волейболиста-защитника;
- 4) разработать методику совершенствования защитных действий, базирующуюся на интенсификации теоретического раздела программы подготовки волейболистов.

Методы исследования:

- 1) теоретический анализ и обобщение данных специальной литературы;
- 2) педагогические наблюдения за соревновательной деятельностью;
- 3) анкетирование тренеров и спортсменов;
- 4) хронометрирование основных тактико-технических действий волейболистов в процессе соревновательной деятельности;
- 5) математическая статистика.

Результаты исследования. Изучение, анализ и обобщение данных специальной литературы позволили сделать заключение о недостаточной разработанности проблемы совершенствования защитных действий волейболистов. Можно с уверенностью констатировать, что в связи с качественным изменением тактического рисунка игры, возрастанием скоростно-силовых параметров исполнения технических приемов технологии совершенствования тактико-технических действий волейболистов в защите требуют доработки в соответствии с современным состоянием игрового процесса.

Проведенное исследование позволило выявить основополагающие элементы интенсификации теоретического раздела подготовки волейболистов в защите. Рассмотрим каждый из них в отдельности.

Типовые игровые ситуации в системе "Нападение-Защита". Анализ специальной литературы показал, что в данной системе возможны 5184 игровых ситуаций. Назовем их теоретически возможными. В результате педагогических наблюдений за соревновательной деятельностью мужских команд и анкетирования тренеров и волейболистов

установлено, что для практического волейбола характерно значительно меньшее число игровых ситуаций - 9. Такие ситуации называются типовыми и определяются они зоной атаки (2, 3, 4.), характером блокирования (одиночное, двойное, тройное) и системой игры в защите (система трех защитников).

Факторы, определяющие эффективность игры в защите. В процессе анкетирования тренеров и волейболистов высокой квалификации выявлены 11 факторов, в той или иной степени, влияющие на результативность защиты в поле. Причем, отношение тренеров и волейболистов к ним неоднозначное. Так, тренеры считают главенствующим фактором, определяющим успешность защитных действий, "Задание тренера по организации защитных действий". Волейболисты поставили данный фактор лишь на седьмое место. Единодушны представители обеих групп анкетизируемых по отношению к такому фактору, как "Система игры в защите обороняющейся команды", определив второй порядок приоритета этому фактору

К числу наиболее приоритетных факторов тренеры и волейболисты относят: "Зона, из которой выполняется нападающий удар" и "Характер блокирования". Менее значимыми факторами респонденты считают: "Взаимодействия нападающих игроков соперника в период подготовки к атаке" (тренеры - порядок приоритета - 10, волейболисты - 11), "Система игры в нападении атакующей команды" (тренеры - 12, волейболисты - 9), "Индивидуальные особенности и уровень подготовленности игроков обороняющейся команды" (тренеры - 7, волейболисты - 10). Таким образом, определяющими факторами, влияющими на эффективность защитных действий, являются: зона атаки, характер блокирования и система игры в защите. Именно данные факторы определяют типовые игровые ситуации в системе "Нападение-Защита".

Алгоритм ориентировочной деятельности волейболиста-защитника разработан на основе изучения деятельности различных фаз развития атаки⁴, временных параметров защитных действий⁵, вероятностного распределения попаданий мяча в площадку⁶. С этой целью использовалась специальная аппаратура⁷. Определено, что ориентировочная деятельность защитника протекает в виде трех фаз: подготовительной, основной (рабочей) и заключительной⁸.

Наивысшей степенью экстремальности отличается рабочая фаза деятельности защитника, – фаза взаимодействия игрока с мячом, направленным атакующим игроком при выполнении нападающего удара. Кратковременность (0,29-0,76 с) (исслед. авт.) рабочей фазы предъявляет высокие требования к уровню тактико-технической и скоростной подготовленности защищаемого игрока. Даже малейшие ошибки при взаимодействии игрока с мячом ведут к неминуемому проигрышу розыгрыша очка. Поэтому особое внимание должно обращаться на деятельность защитника в более длительной подготовительной фазе (продолжительность 2,27-4,23 с), где волейболист должен по действиям соперника точно определить место защитных действий и своевременно переместиться к нему.

Оптимальные расстановки волейболистов, принимающих нападающие удары соперника установлены с использованием метода математического моделирования⁹.

Решение тактических задач на персональных компьютерах применялось с целью закрепления в умственном плане, полученных на предыдущих этапах интенсификации теоретического раздела подготовки волейболистов. Занимающимся предлагалось решить ряд тактических задач - определить оптимальные расстановки защитников в конкретных типовых ситуациях¹⁰. При этом создавались условия временного дефицита. Комплексно оценивались время и правильность решения задачи.

Представленные выше направления учебно-тренировочной деятельности были положены в основу интенсификации теоретического раздела программы подготовки волейболистов. С целью освоения предлагаемого выше материала теоретическая часть занятия была увеличена до 10%. После прочного закрепления теоретических сведений в умственном плане занимающиеся переходили ко второй части учебно-тренировочного занятия - практической, где обучение (совершенствование) защитных действий осуществлялось по общепринятой методике: от индивидуальных к групповым, затем - к командным тактико-техническим действиям и взаимодействиям.

Результаты проведенного исследования позволили сформулировать следующие выводы:

1) вопросы интенсификации защитных действий в поле на основе повышения роли теоретического раздела в программе подготовки волейболистов-защитников в специальной литературе изучены недостаточно;

2) установлены элементы интенсификации теоретического раздела программы подготовки волейболистов в защите: а) типовые игровые ситуации в системе "Нападение-Защита"; б) факторы, определяющие эффективность защитных действий; в) сведения об оптимальных расстановках игроков; г) алгоритм ориентировочной деятельности защитника; д) решение тактических задач на персональных компьютерах;

3) включение в учебно-тренировочный процесс волейболистов элементов интенсификации защитных действий в поле способствуют повышению эффективности игры в защите в соревновательных условиях.

¹ Резервы повышения эффективности тактических действий волейболистов в защите / Ю.В. Шиховцов, И.В. Николаева, П.П. Николаев, Л.А. Мокеева // Ученые записки университета имени П.Ф. Лесгафта. 2014. № 11 (117). С. 166-171.

² Волейбол: проблема совершенствования тактики защиты и пути ее решения / А.А. Паняшин, Ю.В. Шиховцов, И.В. Николаева, Ю.В. Кудинова // OlymPlus. Гуманитарная версия. 2016. № 1 (2). С. 40-41.

³ Николаева И.В., Шиховцов Ю.В., Иванова Л.А. Современный подход к методике формирования навыков приема подачи у квалифицированных волейболистов : монография. Самара : Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2015. 116 с.

⁴ Шиховцов Ю.В., Николаева И.В., Демидкина И.А. Современная методика регистрации временных параметров в волейболе // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2007. № 1. С. 192-198.

⁵ Паняшин А.А., Шиховцов Ю.В., Николаева И.В. Временной дефицит - характерная черта защитных действий в современном волейболе // OlymPlus. Гуманитарная версия. 2015. № 1. С. 88-91.

⁶ Николаева И.В., Сивакова Н.В. Вероятность поражения различных зон волейбольной площадки при подачах соперника в современном волейболе // Спортивные игры в физическом воспитании, рекреации и спорте : материалы III Междунар. науч.-практ. конф. Смоленск, 2005. С. 97-100.

⁷ Технические устройства для исследования защитных действий в волейболе / Ю.В. Шиховцов, И.В. Николаева, Ю.В. Кудинова, Л.Г. Шиховцова // Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта. 2016. № 1 (131). С. 281-287.

⁸ Шиховцов Ю.В., Николаева И.В., Николаев П.П. Хронометрирование действий подающего и принимающего подачу игроков и алгоритм действий игрока на приеме подачи в волейболе // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2004. № 2. С. 408-411.

⁹ Использование метода математического моделирования для определения оптимальных расстановок игроков при отражении атак соперника в волейболе / С.И. Макаров, Ю.В. Шиховцов, И.В. Николаева, С.Ф. Лучков // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2004. № 2. С. 399-407.

¹⁰ Шиховцов Ю.В., Колеманова И.В., Грязнов С.А. Использование современных информационных технологий для контроля уровня тактической подготовленности волейболисток // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2002. № 1. С. 272-275.

INCREASE IN EFFICIENCY OF DEFENSIVE PLAY ON THE BASIS OF INTENSIFICATION OF THE THEORETICAL SECTION OF VOLLEYBALL PLAYER TRAINING

© 2017 Kareva Yuliya Yurevna

Teacher

© 2017 Shikhovtsov Yuri Vladimirovich

Candidate of Pedagogics, Professor

© 2017 Nikolaeva Irina Valerevna

Candidate of Pedagogics, Associate Professor

© 2017 Kudinova Yuliya Viktorovna

Senior Lecturer

Samara State University of Economics

E-mail: irina.nikolaeva@ro.ru

Keywords: volleyball, defense actions, program, improvement, theoretical section, intensification, standard situation, algorithm, factors, tactical tasks, optimum arrangements.

In the article questions of the theoretical section of preparation volleyball players in defense are considered. Basic elements of intensification of defense actions of volleyball players are developed and presented.

ФИЗИЧЕСКОЕ ВОСПИТАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ СТУДЕНТОВ

© 2017 Лысакова Кристина Юрьевна*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: hatelovee20@gmail.com

Ключевые слова: физическая культура, физическая подготовленность, физическая и умственная работоспособность, студенты.

Рассматривается структурная форма организации процесса в современных условиях физического воспитания студента. Проведен анализ, определяющий качество уровня физической и функциональной подготовки студентов, посещающих различные формы учебных занятий по физическому воспитанию в вузах.

В настоящее время значительное число научных исследований посвящено решению актуальных проблем физического воспитания студенческой молодежи¹. Одна из наиболее важных проблем - это состояние физического здоровья современных молодых людей. По данным специальных мониторингов, лишь 10 % молодежи имеют близкий к норме уровень здоровья и физического развития. Так же специалистами зафиксирован резкий рост сердечнососудистых и костно-мышечных заболеваний, что в большей степени обусловлено недостаточным уровнем двигательной активности молодых людей. В высшие учебные заведения приходят 50 % молодых людей, имеющих 2 или 3 различных вида болезней, и только около 15 % выпускников можно условно считать здоровыми людьми². Следующая проблема - это снижение эффективности образовательных технологий в системе физического воспитания студентов высшей школы. Научные исследования, которые проводят в образовательных учреждениях, показывают картину резкого ухудшения уровня физической подготовленности студентов к нагрузкам и здоровья, которые им могут встретиться в следующей трудовой деятельности.

В отборе на престижные профессии, помимо тестов, которые определяют профессиональную компетентность, необходимо пройти так же медицинский осмотр³.

Отметим, что сегодня преподаватели кафедр физического воспитания направляют студентов лишь на сдачу зачета по данному предмету, а не на то, что бы у студента формировалась специальные умения, знания норм здорового образа жизни, укрепления уровень своего здоровья и т.п. Следовательно, необходимы качественные изменения в структуре и методах проведения физических занятий в вузах с целью исправления данной ситуации⁴. Этим подтверждается актуальность работы.

* Научный руководитель - Николаева Ирина Валерьевна, кандидат педагогических наук, доцент.

Одним из главных путей внедрения структурных и качественных преобразований в учебный процесс физического воспитания студентов является изменение формы и методики занятий, которые проводятся с целью повышения уровня развития физических качеств, улучшения здоровья, подготовки к предстоящей трудовой и социальной деятельности, улучшения здоровья. К подобным современным формам проведения учебных занятий по дисциплине "Физическая культура" относятся: специализированные занятия по избранным видам спорта, индивидуальные программы, модульное обучение студентов.

Непосредственно, в основе методики проведения со студентами занятий в форме специализаций лежит спортивно-видовой подход - педагогическое направление физического воспитания студентов в вузе на основе занятий одним или несколькими видами спорта с использованием современных технологий подготовки спортсменов⁵. направленных в учебный процесс и способствующих реализации индивидуальной двигательной потребности, повышению физической и специальной подготовки молодежи в студенческие годы формированию спортивной культуры⁶.

Модульные программы обучения основываются на последовательном развитии у студентов основных двигательных навыков: бега, ходьбы, передвижения на лыжах, плавания и т.п. Занятия со студентами проводятся по разным модулям, которые идут последовательно друг за другом. Как правило, на 1 курсе присутствуют: лыжная подготовка, легкая атлетика, спортивные игры (футбол), на 2 курсе: легкая атлетика, коньки, плавание, спортивные игры (баскетбол, волейбол). В модульную систему обучения входят блоки учебных занятий (количество занятий 12-16 по каждому блоку) методико-практические занятия и обязательный прием контрольных и технических нормативов теоретические. Сегодня данная форма занятий преобладает в большинстве вузах нашей страны.

Методико-практические занятия предусматривают освоение студентами основных способов методов формирования учебных, жизненных умений, профессиональных и навыков средствами физической культуры, а так же спорта.

Учебно-тренировочные занятия направлены на достижение высоких результатов в избранном виде спорта, приобретение опыта творческой практической деятельности.

Средствами практического раздела, направленными на обеспечение необходимой двигательной активности студентов, достижение и поддержание оптимального уровня физической и функциональной подготовленности в период обучения в вузе, являются отдельные виды легкой атлетики (в основном прыжковые и беговые), спортивные игры, плавание, туризм, лыжные гонки, упражнения профессионально-прикладной физической подготовки и силовой направленности⁷.

Практический раздел предусматривает как воспитание физических качеств, так и обучение занимающихся новым двигательным действиям.

В свете вышеизложенного было принято решение провести исследования, определяющие качество уровня физической и функциональной подготовки студентов, посещающих различные формы учебных занятий по физическому воспитанию в вузах. Целью исследований было выявление наиболее эффективной формы проведения занятий. В исследованиях принимало участие 300 юношей - студентов 1 курса обучения (по

100 человек выборочно с каждой формы обучения). Выбор студентов для исследования было осуществлялся произвольно, с помощью компьютерных программ.

Исследовались: уровень развития быстроты (время преодоления 100 м дистанции), уровень развития силы (количество подтягиваний на перекладине), уровень развития гибкости (наклоны вперед в положении сидя), функциональная готовность (время преодоления 3000 м дистанции, тест с приседаниями). Считают, что результаты данных тестов наиболее точно будут свидетельствовать о физической форме человека.

В ходе исследований получены данные о приросте уровня развития физических качеств и функциональной готовности студентов. Студенты, занимающиеся по программам спортивных специализаций, и студенты модульной формы обучения незначительно (по Δ критерию Стьюдента) повысили уровень своей подготовки. У студентов, занимающихся по индивидуальным программам, уровень функциональной подготовки повысился (по 1-критерию Стьюдента) статистически достоверно.

Прирост уровня развития физических качеств и функциональной готовности у студентов

Спортивные специализации - сила	10 + 3	14 + 3	Недостоверно
Быстрота	14 + 4	12 + 2	Недостоверно
Гибкость	7 + 2	10 + 4	Недостоверно
Выносливость	15 + 4	13 + 2	Недостоверно
Функциональная готовность	5,3±0,6	5,1±0,4	Недостоверно
Быстрота	16 + 3	13 + 2	Недостоверно
Гибкость	8 + 3	11 + 2	Недостоверно
Выносливость	15 + 2	14 + 2	Недостоверно
Модульное обучение сила	8 + 4	12 + 3	Недостоверно
Функциональная готовность	5,5±0,3	5,2±0,5	Недостоверно
Индивидуальные программы - сила	7 + 2	10 + 2	Недостоверно
Быстрота	17 + 4	14 + 3	Недостоверно
Гибкость	6 + 3	10 + 3	Недостоверно
Выносливость	18 + 2	14 + 3	Недостоверно
Функциональная готовность	5,6±0,4	4,8±0,2	P < 0,01;

Полученные данные свидетельствуют о возможности выбора преподавателями кафедр физического воспитания наиболее подходящей (с материально-технической, климатической материально-технической и других сторон) формы проведения учебных занятий со студентами. Прирост уровня развития физических качеств и двигательных способностей демонстрируют студенты всех исследуемых форм обучения. Но, по данным исследований не зафиксировано достоверного, статистически значимого прироста. Данный факт можно объяснить тем, что у студентов, которые посещают занятия модульного обучения, значительная часть времени тратится на разучивание технических действий и приемов в ущерб развитию физических качеств. Студенты, которые посещающие занятия в форме спортивных специализаций, наоборот, концентрируют время на развитии какого-либо одного качества

В заключение отметим, что перспективной формой организации процесса физического воспитания им представляется индивидуализация учебного процесса с учетом уровня функционального и физического состояния молодых людей⁸. Данная форма позволяет привлекать к практическим занятиям студентов с разным уровнем физической и технической подготовки и студентов специальных медицинских групп.

¹ Шиховцов Ю.В., Колеманова И.В., Грязнов С.А. Использование современных информационных для контроля уровня тактической подготовленности волейболисток // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2002. № 1. С. 272-275.

² Осипов А.Ю. Методы объективной оценки уровня здоровья и функциональной готовности студентов // В мире научных открытий. Красноярск, 2012. № 5.1 (29). С. 126 -137.

³ Васенков Н.В. Динамика состояния физического здоровья и физической подготовленности студентов // Теория и практика физической культуры. 2010. № 5. С. 91-92.

⁴ Шиховцов Ю.В., Николаева И.В., Демидкина И.А. Современная методика регистрации временных параметров в волейболе // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2007. № 1. С. 192-198.

⁵ Использование метода математического моделирования для определения оптимальных расстановок игроков при отражении атак соперника в волейболе / С.И. Макаров, Ю.В. Шиховцов, И.В. Николаева, С.Ф. Лучков // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2004. № 2. С. 399-407.

⁶ Иванова Л.А., Казакова О.А. Студенческий спорт как спорт высоких спортивных достижений // Концепт. 2014. № 10. URL: <http://e-koncept.ru/2014/14273.htm> (дата обращения: 25.10.2017).

⁷ Николаев П.П., Николаева И.В., Шиховцов Ю.В. Система подготовки спортсменов в высшей школе: пауэрлифтинг (силовое троеборье) : учеб. пособие. Самара : Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2016. 112 с.

⁸ Николаев П.П. Методические основы индивидуализации тренировочного процесса в женском силовом троеборье // Физическая культура: воспитание, образование, тренировка. 2016. № 6. С. 48.

PHYSICAL EDUCATION OF MODERN STUDENTS

© 2017 Lysakova Kristina Yurievna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: hatelovee20@gmail.com

Keywords: physical culture, physical readiness, physical and mental performance, students.

The article considers the structural form of the organization of the process in the modern conditions of physical education of the student. The analysis that determines the quality of the level of physical and functional training of students attending various forms of training sessions on physical education in universities is carried out.

К ВОПРОСУ ОБ ОСОБЕННОСТЯХ ПИТАНИЯ СПОРТСМЕНОВ

© 2017 Никифорова Анжелика Михайловна*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: angeln97@mail.ru

Ключевые слова: спортсмен, спортивное питание, натуральная еда, рацион, спортивная деятельность, спортивные результаты.

Рассматриваются вопросы особенного подхода к рациону питания спортсменов. Проведено исследование, посвященное питанию спортсменов. Сформулированы основные правила питания спортсменов.

Спортивная деятельность характеризуется значительными физическими и психоэмоциональными нагрузками¹. Тренировочный и соревновательный режим предъявляет высокие требования к уровню технической, тактической, специальной физической подготовленности спортсменов². Переезды в иные климатические условия и часовые пояса, значительные физические нагрузки требуют соблюдения режима отдыха, сна, питания³. Чтобы компенсировать энергозатраты, необходимо снабжать организм адекватным количеством энергии и придерживаться незаменимых факторов питания.

Наука о спорте всегда уделяла большое внимание повышению профессионализма спортсмена, а главное его здоровью, для достижения высоких спортивных результатов⁴. Неразрывную связь со здоровьем спортсмена составляет комплексное питание, сбалансированное веществами, необходимыми для развития спортсмена. Поэтому тема, рассматриваемая в данной работе довольно актуальна. К тому же, актуальность темы подтверждается тем, что здоровье остается самым важным компонентом жизнедеятельности человека⁵.

Поставив цель - определить роль спортивного питания на физическое развитие спортсмена, перед нами встали следующие задачи:

- 1) изучить литературу по данной теме;
- 2) исследовать предпочтения и распорядок питания в течение дня у спортсменов;
- 3) раскрыть роль здорового и спортивного питания на развитие организма спортсмена.

Так что же выбрать: натуральные продукты или спортивное питание? Любой доктор ответит, что лучше всего питаться натуральными продуктами, а добавки исключить из потребления.

* Научный руководитель - **Николаева Ирина Валерьевна**, кандидат педагогических наук, доцент.

Каждая диета спортсмена должна включать в себя натуральные продукты. При этом каждый должен иметь достаточную информацию об этих продуктах и соблюдать режим приема пищи. Диетические рекомендации разрабатываются с целью помочь подобрать для своего рациона продукты, которые будут способствовать здоровью⁶.

Несмотря на это, многие убеждены, что нормальную пищу можно заменить, к примеру, протеиновыми коктейлями. Привлекательность таких диет заключается в том, что для их соблюдения не придется прикладывать больших усилий. Необходимо лишь пить соответствующие коктейли, а чувство голода в это время не будет сильным, как во время традиционных диет. Для того, чтобы исследовать данную проблему, был проведен опрос спортсменов Самарского государственного экономического университета, принимающих участие в следующих видах спорта: волейбол, футбол, фитнес-аэробика, плавание, хоккей.

Опрошенные отвечали, что именно для них предпочтительнее: натуральная еда или спортивное питание, и какого режима в употреблении пищи они придерживаются. В результате было выяснено, что 100% опрошенных употребляют в пищу натуральные продукты, и лишь один человек после тренировок дополняет свой натуральный рацион протеином. Причем было рассчитано, что:

- 46,2% опрошенных питаются 2-3 раза в день;
- 23,07% питаются 3-4 раза в день, столько же соблюдают режим 4-5 раз;
- 7,7% не придерживаются устойчивого режима.

Исходя из результатов, можно сделать вывод, что не все спортсмены понимают важность распорядка питания в своей спортивной жизни, хотя и отдают предпочтение натуральной еде без каких-либо добавок.

Питание спортсмена обязано отличаться от питания обычного человека, так как тяжелые нагрузки и довольно специфические требования к работе организма диктуют особый подбор состава рациона. Поэтому, можно выделить следующие задачи, решаемые с помощью питания:

- обеспечение достаточного количества калорий, питательных веществ, микроэлементов и витаминов в зависимости от конкретных задач на данном этапе;
- активация метаболических процессов с использованием биологически активных пищевых веществ и добавок;
- увеличение или уменьшение массы тела;
- изменение состава тела, увеличение доли мышц и уменьшение жировой прослойки;
- создание оптимального гормонального фона, позволяющего предельно реализовать физические возможности и добиться максимального результата.

Казалось бы, организовать все это несложно. Однако очень часто сам спортсмен не знает, с чего начать, и не умеет целенаправленно добиваться желаемого⁷.

Итак, вот такого плана питания необходимо придерживаться всем, кто хочет повысить свою работоспособность и получить желаемых результатов в спорте:

1. Для начала необходимо скорректировать свой рацион питания, убрав из него вредные продукты с высокой калорийностью. Снизить количество потребляемой соли, сахара и специй.

2. Подкрепляться необходимо каждые 2-3 часа, причем пища должна быть богата белком, который важно сочетать со сложными углеводами, клетчаткой и овощами.

3. Внести в свой рацион употребление льняного масла. Оно поможет насытить организм полезными жирами и обуздать аппетит.

4. Пейте много воды. Чтобы узнать среднюю норму потребности в воде, нужно разделить свой вес (в кг) на 30.

Исходя из всего изложенного выше, можно сделать вывод, что рацион спортсмена может быть разным в зависимости от целей, нагрузки, вида активности, но он точно должен знать, как ему питаться, чтобы желаемые результаты не заставили себя ждать.

¹ Шиховцов Ю.В., Николаева И.В., Николаев П.П. Хронометрирование действий подающего и принимающего подачу игроков и алгоритм действий игрока на приеме подачи в волейболе // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2004. № 2. С. 408-411.

² Шиховцов Ю.В., Колеманова И.В., Грязнов С.А. Использование современных информационных для контроля уровня тактической подготовленности волейболисток // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2002. № 1. С. 272-275.

³ Николаев П.П., Николаева И.В., Шиховцов Ю.В. К вопросу о спортивной подготовке в пауэрлифтинге // Известия института систем управления Самарского государственного экономического университета. 2016. № 2 (14). С. 19-22.

⁴ Шиховцов Ю.В., Николаева И.В., Демидкина И.А. Современная методика регистрации временных параметров в волейболе // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2007. № 1. С. 192-198.

⁵ Николаева И.В., Николаев П.П. Физическая культура и спорт в жизни студента // Интеграция инновационных систем и технологий в процесс физического воспитания молодежи : сб. науч. тр. Ульяновск : Ульянов. гос. техн. ун-т, 2010. С. 171-175.

⁶ Колеман Э. Питание для выносливости : пер. с англ. Мурманск : Тулома, 2005. 13 с.

⁷ Арансон М.В. Питание для спортсменов. 2015.

TO THE QUESTION ABOUT THE DIETARY HABITS OF ATHLETES

© 2017 Nikiforova Anzhelika Mikhailovna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: angeln97@mail.ru

Keywords: athletic, sports nutrition, natural food, diet, sports activity, sports results.

This article discusses the special approach to the diet of athletes. Conducted a study on power athletes. Formulated the basic rules of nutrition for athletes.

ОЗДОРОВИТЕЛЬНАЯ ХОДЬБА И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА ОРГАНИЗМ

© 2017 Николаева Ирина Валерьевна

кандидат педагогических наук, доцент

© 2017 Воротникова Мария Владимировна

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: Maria.Vopot@gmail.com

Ключевые слова: оздоровительная ходьба, самочувствие, заболевания.

Рассмотрено влияние оздоровительной ходьбы на организм, проведен эксперимент по изучению изменения самочувствия при увеличении расстояния, пройденного за сутки.

В XX-XXI веке доля физического труда, выполняемая человеком за счет мышечных усилий, значительно сократилась в результате механизации и автоматизации производства. Мышечная система, составляющая у мужчины 40% массы тела, фактически оказалась исключена из нормальной жизнедеятельности, в результате чего резко снизились суточные энергозатраты человека, а привычный режим питания существенно не изменился¹. Это вызывает положительный энергобаланс, т.е. увеличение жира в организме. Это и есть основная причина большинства "болезней цивилизации" - вместе с жиром накапливается и холестерин, что приводит к развитию атеросклероза со всеми его осложнениями - гипертонией, инсультом и инфарктом, - основных причин большинства заболеваний, свойственных нашей цивилизации².

Среднестатистический человек за день тратит около 20 минут на ходьбу³. Но можно ли считать ходьбу дома, на работе, по магазинам, - все наши повседневные передвижения, оздоровительной ходьбой?

В ходе проведения исследования была проанализирована книга Евгения Мильнера "Ходьба вместо лекарств", автор которой считает, что лишь достаточная продолжительность и интенсивность позволяют выработать аэробную выносливость, которая необходима для профилактики заболеваний и укрепления здоровья.

Существует показательное исследование, проведенное в швейцарском городе Блаттендорф, жители которого вынуждены ходить пешком из-за опасности горных дорог. По статистике в Швейцарии смертность от инфаркта миокарда находится на высоком уровне, однако, среди жителей Блаттендорфа этого заболевания не наблюдается. Этот результат можно считать эффектом оздоровительной ходьбы как циклического аэробного упражнения, заключающийся в ее воздействии на сердечной сосудистую систему⁴. Кроме того, существует и общее воздействие оздоровительной ходьбы на организм, как и любого другого физического упражнения⁵.

Из всех видов именно оздоровительная ходьба является самой доступной для людей с абсолютно разными уровнями физической подготовки и возраста за счет того, что интенсивность нагрузки можно варьировать: от медленной ходьбы до очень быстрой⁶.

В рамках данного исследования был проведен эксперимент, контрольная группа которого состояла из 20 человек возрастом от 18 до 25 лет. Предварительно участникам эксперимента был задан вопрос: "Какое расстояние вы проходите ежедневно?"

Среди опрошенных преобладают люди, проходящие от 3 до 5 км, на втором месте - от 1 до 3 км. 10% ведут малоактивный образ жизни, проходя за день менее 1 км.

Опрошенным было предложено увеличить расстояние, проходимое за день до 10 км, а затем изучить влияние на их самочувствие в течение месяца. Половина опрошенных отметили незначительное улучшение самочувствия, которое заключалось, в основном, в улучшении аппетита и настроения, а также небольшим снижением веса. Четверо смогли нормализовать свой график сна, сбросили до 5 кг массы тела, что посчитали значительным результатом. Еще 3 человека значительных изменений не заметили, что может быть связано как с длительностью эксперимента, так и с достаточно хорошей физической формой участников, обусловленной постоянными занятиями ходьбой в предэкспериментальный период. Еще 1 человек не смог значительно увеличить проходимое за день расстояние.

В качестве завершения эксперимента участников спросили: "Будете ли вы продолжать заниматься оздоровительной ходьбой?"

Более 90% опрошенных подтвердили свою готовность и в дальнейшем заниматься оздоровительной ходьбой, шестеро из которых планируют сократить расстояние. Данная динамика является положительной.

Таким образом, с использованием релевантных результатов исследования (учитывая результаты 19 человек, которые выполнили условия эксперимента) можно заключить, что 89% опрошенных отметили для себя положительное влияние увеличения пройденного расстояния.

¹ Шклярчук В. Я. Трудовое долголетие рабочего человека // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2008. № 8 (46). С. 134-138.

² Иванова Л.А., Шеханин В.И., Корнаухова К.А. "Гибкая сила" как одно из инновационных средств психофизического развития студентов специального учебного отделения // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 6 (104). С. 50-52.

³ Суркова Д. Р., Шиховцова Л.Г., Николаев П.П. Факторы и приоритетные направления формирования здорового образа жизни студентов // OlymPlus. Гуманитарная версия. 2016. № 1. С. 145.

⁴ Мильнер Е.Г. Ходьба вместо лекарств. URL: <http://litresp.ru/chitat/ru/M/miljner-evgenij-grigorjevich/hodjba-vmesto-lekarstv> (дата обращения: 18.05.2017)

⁵ Методика самостоятельных занятий студентов специальной медицинской группы с использованием оздоровительной ходьбы и бега / сост. Л.А. Рыжкина. Ульяновск : УлГТУ, 2015. 44 с.

⁶ Николаева И.В., Шиховцова Л.Г., Николаев П.П. Некоторые аспекты формирования потребности в здоровом образе жизни у студентов СГЭУ // Здоровье нации: современные ориентиры в физическом воспитании учащейся молодежи : материалы Всерос. заоч. науч.-практ.й конф., 15 апр. 2013 г. Самара, 2013. С. 62-65.

HEALTH-WALKING AND ITS EFFECT ON THE BODY

© 2017 Nikolaeva Irina Valerevna
Candidate of Pedagogics, Associate Professor
© 2017 Vorotnikova Maria Vladimirovna
Student
Samara State University of Economics
E-mail: Maria.Vopot@gmail.com

Keywords: health walking, health, disease.

The influence of the health walking on the body, conducted an experiment to study changes in health with increasing distance traveled per day.

УДК 796.05

ЧЕРЛИДИНГ: ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КАК ВИДА СПОРТА И СЛОЖНОСТИ ТРЕНИРОВОК

© 2017 Николаева Ирина Валерьевна
кандидат педагогических наук, доцент
© 2017 Гафурова Диана Артемовна
студент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: dianagafurova1897@gmail.com

Ключевые слова: черлидинг, физическая подготовка, физическая форма, спортивная дисциплина, здоровье человека.

Рассмотрен процесс возникновения и развития в России такого направления, как черлидинг, охарактеризованы существующие направления черлидинга, описаны навыки, необходимые для занятий данным спортом, изучены направления подготовки.

В последнее время растет число спортивных дисциплин, в которых внимание приковано не только к физическому развитию человека, но и к эмоциональной составляющей. К таким видам спорта можно отнести спортивные танцы, художественную гимнастику и такой молодой для России вид спорта как черлидинг. В данном направлении гибкость и сила переплетены с выразительными танцевальными элементами, что делает черлидинг одним из самых зрелищных видов спорта¹.

Исходя из дословного перевода понятия cheerleading, cheer - призыв, возглас, а lead - вести, управлять. Так, черлидер - человек, возглавляющий группу людей, кричащих

в поддержку команды на стадионе. Однако такое значение было применимо лишь в начале зарождения этого спортивного направления, сейчас же черлидинг изменился и стал по-настоящему танцевально-спортивным искусством.

В России черлидинг начал свое развитие сравнительно недавно, так первая группа поддержки была создана лишь в 1996 г. в Москве при Детской лиге американского футбола. Позже к ней примкнули региональные федерации Астрахани, Волгограда, Челябинска, Магнитогорска, Московской области, Перми, Санкт-Петербурга, которые теперь образуют Российскую Федерацию Черлидинга.

С тех пор популярность черлидинга начала расти быстрыми темпами и уже в 1999 г. в Москве состоялись первые соревнования на Кубок Федерации. А дата 12 февраля 2007 года значима для российского спорта, так как черлидинг в России был официально признан видом спорта². После этого в России начали проводить этапы Кубка мира по этому виду спорта. А 1 декабря 2008 года была официально зарегистрирована Федерация чирлидинга России.

Знаменательным событием для развития российского чирлидинга стал Шестой чемпионат мира по чирлидингу 2011 года в Гонконге, на котором 1-е место в номинации Cheer Dance заняла московская команда "Нон Стоп" (Non Stop), став за 12 лет в этом виде спорта первой российской командой, завоевавшей звание чемпионов мира. С тех пор и по настоящее время данное спортивное направление постоянно развивается и пользуется все большей популярностью у подрастающего поколения.

Однако, несмотря на то, что черлидинг невероятно красивый и зрелищный вид спорта, он требует хорошей физической подготовки. В процессе занятий формируются не только важные двигательные умения и навыки, но и воспитываются моральные и волевые качества спортсмена³.

Использование в черлидинге музыкального сопровождения развивает музыкальный слух, чувство ритма, танцевальность, координацию движений, раскрепощенность и эмоциональность. Занятия данным видом спорта соответствуют анатомо-физиологическим и психологическим особенностям женского и мужского организма, которые доступны в любом возрасте и при разной конституции тела.

В зависимости от целей занятий черлидингом мы можем подразделить его на два направления.

Так, черлидинг - физкультурно-спортивное массовое движение, если он направлен на привлечение молодого поколения к здоровому образу жизни и участию в спортивных соревнованиях; содействует физическому развитию, создает условия для раскрытия потенциала физических возможностей. Данный вид применяется с целью всестороннего и гармоничного физического развития, укрепления здоровья, совершенствования двигательных функций. В процессе занятий используются элементы гимнастики, акробатики, танцы, создаются программы, где можно выражать свои эмоции.

Черлидинг имеет спортивную направленность, если он преследует такие цели как: соревнования команд по программам, поставленным по специальным требованиям; работа со спортивными командами, клубами и федерациями⁴.

В отличие от предыдущего вида черлидинг как спортивный вид предъявляет более жесткие требования к физической форме занимающегося. Для занятий необходима подготовленная сердечно-сосудистая и дыхательная система организма спортсмена. Это

становится важным, так как в процессе тренировок и при выполнении программ повышается частота сердечных сокращений до околопредельной, значительны размеры кислородного запроса. Тренировки же происходят с высокой интенсивностью, поэтому у черлидеров высоко развита система вегетативного обслуживания. Еще одной особенностью черлидеров является хорошо развитая память, так как программы, которые создаются для участия в соревнованиях, подразумевают необходимость запоминания большого объема независимых движений. Немаловажное значение имеют способности к самоконтролю, концентрации внимания, быстроте реагирования, сообразительности и многих других качеств, без которых невозможно достичь высоких результатов⁵.

Черлидинг как сложно-координационный вид спорта требует особой подготовки опорно-двигательного аппарата, высокой амплитуде движений в суставах, а также их прочности, к амортизирующей функции стоп и позвоночника. Другой особенностью данной спортивной дисциплины является силовая подготовка во все возможных ее проявлениях: динамическая, статическая и взрывная сила, скоростно-силовая выносливость.

Выполнение большого количества двигательных действий (махи, приседания, прыжки, падения, повороты, вращения) требует наличие навыка из самых разнообразных положений тела выполнить целенаправленные двигательные действия, например, перестроения и взаимодействия в команде, точные броски и своевременная ловля помпонов, обязательные элементы сложности и базовые движения черлидинга.

Одним из средств, позволяющим приобрести необходимую для занятий черлидингом физическую подготовку являются занятия акробатикой, способствующие развитию множества важных двигательных и морально-волевых качеств. А также комплекс акробатических упражнений позволяет развить силу, быстроту и точность занимающегося, тренирует вестибулярный аппарат, совершенствует функцию равновесия.

В современном мире команды черлидеров создаются в школах, колледжах, университетах. Несмотря на самостоятельность данного вида спорта, он активно поддерживает многие соревнования по другим видам спорта, повышая тем самым их зрелищность⁶.

Таким образом, занятия черлидингом имеют множество преимуществ, так как в тренировочном процессе приобретается хорошая физическая форма, укрепляется здоровье, формируется осанка и походка. Кроме того, воспитывается чувство ритма и музыкальность. Черлидинг для нашей страны хоть и является молодым видом спорта, но несмотря на это он активно формируется и распространяется, тем самым подает большие возможности. Развитие черлидинга в нашей стране направлено на выход российских команд и клубов на международный уровень для создания конкуренции мировым спортивным державам.

¹ Иванова Л.А., Шеханин В.И., Корнаухова К.А. "Гибкая сила" как одно из инновационных средств психофизического развития студентов специального учебного отделения // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 6 (104). С. 50-52.

² Приказ № 67 Федерального агентства по физической культуре и спорту "О признании нового вида спорта "Черлидинг".

³ Айвазова Е.С. Черлидинг в системе физического воспитания студентов // Воспитание и обучение: теория, методика и практика : сб. материалов VIII междунар. науч.-практ. конф. 2016. С. 342-345.

⁴ Приказ Минспорта России от 04.09.2014 N 754 "Об утверждении правил вида спорта "Черлидинг".

⁵ Мищенко В.А. Чирлидинг в системе физического воспитания студентов // Материалы VIII Международной научно-практической конференции. Чебоксары : ЦНС "Интерактив плюс", 2016. С. 342-345.

⁶ Коломок О.И., Андриющенко Л.Б., Шеханин В.И. Формирование готовности молодежи к развитию физической культуры // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2005. № 2 (17). С. 284-288.

CHEERLEADING: PROSPECTS OF DEVELOPMENT AS A SPORT AND THE COMPLEXITY OF THE TRAINING

© 2017 Nikolaeva Irina Valerievna
Candidate of Pedagogics, Associate Professor
© 2017 Gafurova Diana Artemovna
Student
Samara State University of Economics
E-mail: dianagafurova1897@gmail.com

Keywords: cheerleading, physical training, fitness, sport, health.

The process of emergence and development of such areas as cheerleading in Russia, describes the existing areas of cheerleading, describes the required skills to practice the sport and the basic directions of preparation.

УДК 796.03

К ВОПРОСУ ОБ ОСОБЕННОСТЯХ ПРОЦЕССОВ УТОМЛЕНИЯ И ВОССТАНОВЛЕНИЯ ПРИ ФИЗИЧЕСКОЙ И УМСТВЕННОЙ РАБОТЕ

© 2017 Николаева Ирина Валерьевна
кандидат педагогических наук, доцент
© 2017 Хохрина Екатерина Александровна
студент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: hamme.332@mail.ru

Ключевые слова: физическая культура, утомление, восстановление, физические упражнения, внешние факторы.

В современном мире особо остро стоит проблема недостаточной физической активности населения, вследствие чего развивается хроническое утомление при любой деятельности. Учеными доказана прямая зависимость между интеллектуальным уровнем развития человека и специальной физической подготовкой. В целях настоящего исследования проведено анкетирование студентов по вопросу их физической подготовленности.

С развитием научно-технического прогресса, человечество все больше отходит от ручного труда, заменяя физический труд различными современными гаджетами, приборами. Да, конечно, это значительно облегчает жизнь человека, но при этом недостаток физической активности значительно подрывает здоровье людей.

Многие люди даже еще больше пытаются ограничить себя от физических нагрузок, тем самым рискуя своим здоровьем, особенно это касается работников умственного труда, в том числе студентов¹.

Известен тот факт, что у человека, постоянно находящегося в психическом перенапряжении и в умственном переутомлении, переходящем в хроническое, а так же не поддерживая физическую разрядку, наступает преждевременная старость, быстрее снижается работоспособность и происходят функциональные расстройства организма.

Таким образом, в современном мире особо остро стоит проблема недостаточной физической активности населения. Вследствие чего развивается хроническое утомление при любой деятельности. Актуальность данной работы очевидна.

Целью работы является определение причин физического и умственного утомления, а так же рассмотрение способов восстановления организма.

Для решения данной проблемы были поставлены следующие задачи:

- Определить взаимосвязь между физической и умственной деятельностью;
- Изучить средства физической культуры, обеспечивающие устойчивость к умственной и физической работоспособности;
- Проанализировать способы восстановления организма при утомлении у студентов

В данном докладе использовались следующие методы исследования: изучение научно - методической литературы по данной теме, анализ программ по физической культуре с оздоровительной направленностью, анкетирование студентов первого курса института систем управления СГЭУ, статистическая обработка результатов анкетирования, составление рекомендаций по восстановлению организма после утомления.

Многие великие врачи, педагоги подтверждали, что невозможно разделить умственный и физический труд, человек должен правильно "балансировать" между ним. "Всю мою жизнь, - писал И.П. Павлов, я любил и люблю умственный труд, и физический, и, пожалуй, даже больше второй. А особенно чувствовал себя удовлетворенным, когда в последний вносил какую-нибудь хорошую догадку, т.е. соединял голову с руками". Выдающийся врач- педагог П.Ф. Лесграф неоднократно подчеркивал, что несоответствие слабого тела и развитой умственной деятельности - "тела и духа" рано или поздно скажется отрицательно на общем состоянии и здоровье человека. "Такое нарушение гармонии... писал он, - не остается безнаказанным - оно неизбежно влечет за собой бессилие внешних проявлений: мысль и понимание могут быть, но не будет надлежащей энергии для последовательной проверки идей и настойчивого проведения и применения их на практике"².

Результаты бесчисленных опытов показывают, что у людей, постоянно занимающихся спортом, в отличие от тех, кто ведет пассивный образ жизни, улучшены параметры мышления, устройство памяти и эффективнее умственная работоспособность. Исследования доказывают прямую зависимость между интеллектуальным уровнем развития человека и специальной физической подготовкой.

Воздействию неблагоприятных факторов большей степени подвержены люди, которые занимаются умственной деятельностью непрерывно. Нужно обязательно целенаправленно применять средства и методы физической культуры (например, физкультурные паузы, активный отдых и т.п.). Так же при неадекватной физической нагрузке - у человека может наступить переутомление. Чтобы этого не случилось, необходимо один вид деятельности сменять другим.

Именно физические упражнения являются главным средством физической культуры. Существует огромная классификация упражнений мышечной деятельности по отдельным физиологическим признакам. Обязательно следует, перед упражнениями провести разминку³. Кроме этого к средствам физической активности относятся внешние факторы природы, такие как солнце, воздух, вода и гигиенические показатели: режим труда, сна, питания, санитарно-гигиенические условия. Комплекс таких мер усиливает защитную функцию организма, улучшает обмен веществ и деятельность физиологических систем и отдельных органов. Итак, чтобы быть хорошо физически и умственно развитым человеком, нужно как можно больше гулять на свежем воздухе, следить за своей гигиеной и режимом дня, заниматься физическими упражнениями и как можно больше двигаться.

Студенты - особая группа людей, которые постоянно вынуждены, находятся в сидячем положении, при этом испытывая интеллектуальную и эмоциональную нагрузку на организм (это касается тех, у кого преобладают теоретические предметы). Многочасовое сидячее положение тела, постоянное напряжение, отсутствие режима дня, ночные "недосыпания" - все это приводит к утомлению организма. Занятия физической культурой являются наилучшим решением для такой нагрузки на организм.

Одной из особенностей вузовского периода жизни студентов и студенток является то, что в соответствии с биологическими закономерностями в это время завершается становление форм и функций организма. Это, по существу, последний период в индивидуальной жизни человека, когда можно с помощью физических упражнений наиболее эффективно влиять на формирование физических качеств и его телосложение⁴.

В физическом воспитании самарского государственного экономического университета широко используются различные средства и методы физического оздоровления студентов. Особой популярностью пользуются спортивные игры⁵. В вузе представлены различные виды спорта, которыми могут заниматься студенты: различные спортивные игры (баскетбол, волейбол, футбол), легкая, тяжелая атлетика, плавание и многое другое. При этом занятия проводятся в группах, сформированных по уровню подготовки студента (профессионалы и новички), что позволяет всем без исключения заниматься спортом в вузе⁶.

Большинство имеют переутомление от постоянной умственной деятельности и недостаточной физической активности, это возникает в следствии не рационального режима дня, из-за больших нагрузках на занятиях и подготовки к экзаменам⁷.

В ходе проведения исследования было проведено анкетирование студентов институтов систем управления СГЭУ на тему: способы восстановления организма от утомления.

Анкетирование проводилось для студентов первого курса и старшекурсников с целью получения информации о физической подготовленности недавно поступивших и выпускающихся студентов. Общее количество респондентов составило 30 человек.

После проведенных исследований можно сделать следующие выводы:

- Студенты университета положительно относятся к занятиям спортом, но регулярно занимаются только 50 % младших и 72 % старших групп. Старшекурсники ведут более активный образ жизни, чем младшие курсы, в связи с большей увлеченностью информационными технологиями первокурсников.

- Большинство студентов 1 курса 65% и 45% старших курсов не придерживаются определенного режима дня.

- В примерно равных пропорциях распределились группы студентов, которые проводят свободное время: гуляя на улице (17%-37%); занимаясь домашними делами (22%-33%); сидя за компьютером (17%-35%).

- Время просмотра телевизионных передач и работы за компьютером составляет 1-2 часа для 30%-43% и 2-5 часов для 26%-32% студентов.

- Более одного часа ходят пешком ежедневно 53% студентов первого курса и немного ниже 48% старших курсов.

Таким образом, данное исследование можно представить на диаграмме (см. рисунок).

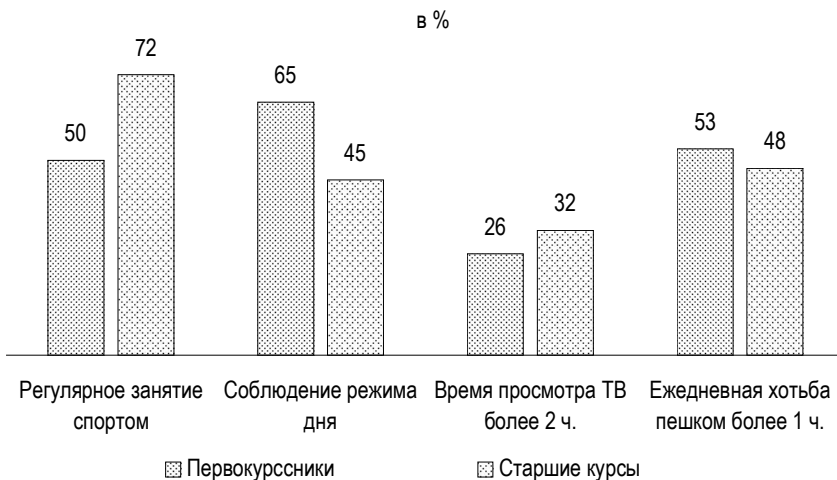


Рис. Результаты анкетирования

В результате проведенного исследования, сделаны следующие выводы:

1. В результате изучения специальных литературных источников, определено, что напряженный умственный труд требует очень хорошей физической подготовки человека. Производственная деятельность у тренированных лиц эффективнее, чем не у адаптированных к спорту людей.

2. Изучив специальные программы по физической культуре с оздоровительным наклоном, можно сделать вывод о том, что устойчивость умственной и физической деятельности достигается сменой деятельности. Именно в период умственного переутомления поможет восстановить организм средства физической культуры, к которым относят физические упражнения, средства гигиены и природные факторы.

3. Анкетирование показало недостаточную осведомленность студентов о правильных методах восстановления организма. Статистика доказывает, что большая часть студентов проводит свободное время за просмотром ТВ или сидя за компьютером. Половина респондентов занимаются регулярно спортом, но при этом, не соблюдая режима дня. Первокурсники больше утомляются в процессе учебных занятий в условиях адаптации к вузовскому обучению. Поэтому для них занятия по физическому воспитанию - одно из важнейших средств адаптироваться к условиям жизни и обучения в вузе.

¹ Николаева И.В., Николаев П.П. Физическая культура и спорт в жизни студента // Интеграция инновационных систем и технологий в процесс физического воспитания молодежи : сб. науч. тр. Ульяновск : Ульянов. гос. техн. ун-т, 2010. С. 171-175.

² Фурманов А.Г., Юспа М.Б. Оздоровительная физическая культура : учеб. для студентов вузов. Минск : Тесей, 2015. - 528 с.

³ Суркова Д.Р., Шиховцова Л.Г., Николаев П.П. Факторы и приоритетные направления формирования здорового образа жизни студентов // OlymPlus. Гуманитарная версия. 2015. С. 145-147.

⁴ Иванова Л.А., Шеханин В.И., Корнаухова К.А. "Гибкая сила" как одно из инновационных средств психофизического развития студентов специального учебного отделения // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 6 (104). С. 50-52.

⁵ Пискайкина М.Н., Николаев П.П. Решение проблем формирования личности студентов в процессе физического воспитания и пути их решения // Известия Института систем управления Самарского государственного экономического университета. 2011. № 1 (2). С. 17-20.

⁶ Шиховцова Л.Г., Николаев П.П. Роль здорового образа жизни и занятий спортом в жизни студентов Самарского государственного экономического университета // Наука XXI века: актуальные направления развития : материалы междунар. заоч. науч.-практ. конф., 20-21 апр. 2015 г. Самара, 2015. С. 970-973.

⁷ Николаева И.В., Шиховцова Л.Г., Николаев П.П. Некоторые аспекты формирования потребности в здоровом образе жизни у студентов СГЭУ // Здоровье нации: современные ориентиры в физическом воспитании учащейся молодежи : материалы Всерос. заоч. науч.-практ. конф., 15 апр. 2013 г. Самара, 2013. С. 62-65.

THE QUESTION ABOUT THE PECULIARITIES OF THE PROCESSES OF FATIGUE AND RECOVERY FOR PHYSICAL AND MENTAL WORK

© 2017 Nikolaeva Irina Valerevna

Candidate of Pedagogics, Associate Professor

© 2017 Khokhrina Ekaterina Aleksandrovna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: hamme.332@mail.ru

Keywords: physical training, fatigue, recovery, exercise, external factors.

In the modern world particularly acute problem of insufficient physical activity of the population. Thereby developing chronic fatigue with any activity. Studies prove a direct correlation between the level of intellectual development of the individual and special physical training. The aim of the study was a questionnaire survey for students about the information on the physical fitness of students.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ РОЗЫГРЫША УГЛОВОГО УДАРА В ФУТБОЛЕ

© 2017 Носова Татьяна Александровна

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: tanya_nosova_1997@mail.ru

Ключевые слова: удар, угловой удар, эффективность, футбол.

Рассматриваются теоретические аспекты эффективности розыгрыша углового удара в футболе.

Изучение проблемы тактики выполнения углового удара, организации и взаимодействия игроков при розыгрыше углового удара началось еще в 1980-е гг. (О.П. Базилевич, А.М. Зеленцов, В.В. Лобановский, 1982). В последние годы, однако, в специальной литературе данная проблема освещается крайне редко. Ее значимость особенно возрастает в условиях стремительного увеличения скорости выполнения угловых ударов (длительность фазы полета мяча, согласно нашим исследованиям, составляет 0,507 - 2,063 с), их разнообразия, точности и силы, роста скоростных и физических данных футболистов. Это позволяет в настоящее время считать угловой удар одним из средств активных атакующих действий, а действия игроков, выполняющих удар по воротам, особо ценны среди игроков команды.

Выполнение углового удара является одним из основных тактических средств игры. Способность команды вести активные атакующие действия определяется, прежде всего, умением игроков выполнять и одновременно точно подавать мячи от планирующих до сильных подач. В современном футболе целенаправленное выполнение углового удара представляет значительную сложность. Особенно следует обратить внимание на то, что игрок, выполняющий угловой удар, далеко не всегда может достаточно точно осуществить первую передачу. В результате этого нарушаются тактические замыслы и комбинации в нападении и завершающий удар приходится выполнять против хорошо организованной обороны с далеких и неудобных для атаки зон футбольного поля.

У некоторых тренеров и специалистов по футболу создалось ошибочное представление о том, что актуальность проблемы повышения эффективности розыгрыша углового удара несколько снизилась и отошла на второй план. Однако проведенные нами педагогические наблюдения соревновательной деятельности высококвалифицированных спортсменов показали несостоятельность данной точки зрения: эффективность розыгрыша углового удара в период 1990-1999 гг. в среднем составляла 9,6 %, а в период с 2000 г. по настоящее время - 11,2 %.

Для повышения результативности игры в атаке вообще и при выполнении углового удара в частности в последние годы имеет место такое нововведение, как наличие в команде игрока, выполняющего угловой удар. Путем исследований нам удалось устано-

вить, что данный игрок выполняет подачу углового удара в % случаев, а эффективность приема подач данным игроком не превышает %. Это связано, на наш взгляд, с тем, что по сравнению с другими амплуа (специализациями) игроков школа подготовки игрока, выполняющего угловой удар, недостаточно развита.

Абсолютное большинство авторов (Б.А. Аркадьев, 1962; А.А. Парамонов, 1967; А. Калинин, 1956; Г.Д. Качалин, 1957; В.П. Крылов, 1959; Э. Бетти, 1974; В.И. Симаков, 1982; А.М. Зеленцов, В.В. Лобановский, 1985; Г.А. Смирнов, 1975; О.С. Кучеренко, Л.Э. Немировский, 1980)¹. важное значение в решении проблемы повышения результативности розыгрыша углового удара придают способности игроков своевременно перемещаться и занимать правильное исходное положение перед выполнением подачи, т.е. технико-тактическим действиям, связанным с выбором места на футбольном поле для завершающего удара по воротам. Известно, что выбор места относится к индивидуальным тактическим действиям. Они являются основой, "фундаментом" групповых и командных тактических действий, так как какую бы тактическую систему ни приняла команда, осуществляется она конкретными игроками и зависит от их индивидуальных и тактических способностей². В данной связи, рассматривая выбор места на футбольном поле как средство решения задач индивидуальной тактической деятельности, необходимо учитывать групповые и командные тактические действия. Кроме того, анализ одного компонента тактики (выбор места) изолированно, вне зависимости от других, не может дать полного представления о значении выбора места в игровой деятельности по той причине, что все средства тактики тесно взаимосвязаны между собой. Из этого можно сделать вывод, что согласованность, четкость в действиях игроков, наиболее целесообразное их расположение на футбольном поле непосредственно связаны с выбором места. Таким образом, футболисты должны уметь занимать такие позиции на поле, которые способствовали бы более успешному решению тактических задач, стоящих перед командой³.

В специальной учебно-методической и научной литературе, к сожалению, еще недостаточно полно раскрыта проблема выбора места на футбольном поле при организации розыгрыша углового удара. Отсутствуют также конкретные рекомендации, которые давали бы представление о закономерностях, являющихся основой для наиболее целесообразного и точного выбора места на футбольном поле.

Кроме того, авторы не раскрывают, как осуществить выбор места для отдельного игрока и какую расстановку принять команде в целом.

В.И. Симаков (1982), С. Голомазов, Б.Г. Чирва (2006) отмечают, что угловой удар является одним из основных технических приемов нападения. Для тактически грамотных действий игроку необходимо знать свое месторасположение при розыгрыше в каждой расстановке; в каждой расстановке знать, куда направить мяч после подачи углового удара. Мы не можем с этим не согласиться.

По вышеуказанной схеме можно лишь приблизительно судить о расположении футболистов на футбольном поле при выполнении углового удара, так как при описании схем авторы не указывают точные координаты позиций игроков в каждой зоне футбольного поля. А это необходимо было бы сделать, поскольку имеются существенные разногласия среди специалистов и тренеров, а также среди спортсменов по этому вопросу.

Следует добавить, что результаты проведенного нами анкетирования и интервью с тренерами, судьями различной квалификации и спортсменами показали, что большинство команд используют расстановки, когда розыгрыш углового удара осуществляют пять, шесть и семь игроков. Авторами же указаны ситуации, когда в организации розыгрыша участвуют два или три игрока.

С. Голомазов, Б.Г. Чирва (2006) подчеркивают, что рациональное расположение игроков способствует сокращению ошибок в выполнении углового удара и лучшему осуществлению тактических замыслов. Говоря о выборе места для завершающего удара, авторы указывают на то, что игрокам необходимо знать, как лучше занять исходное положение. Умение своевременно выходить к "месту действия" и занимать правильное исходное положение достигается систематически посредством постоянного контроля и указаний тренера.

В учебниках по футболу для институтов физической культуры (Футбол / под ред. П.Н. Казакова; Футбол / под ред. А.Д. Брейкина; Футболист в игре и тренировке / под ред. С.А. Савина), рассматривая проблему выбора места для завершающего удара по воротам, авторы ограничиваются рекомендацией: игрок в первую очередь занимает наиболее удобную позицию, учитывая общую схему построения; при выборе места для удара по воротам необходимо помнить об условной зоне своих действий. В данном учебном пособии не поясняется, какая позиция для игрока каждой зоны наиболее удобная, как разделить зону своих действий на футбольном поле⁴.

Успешность тактических действий футболистов при выполнении углового удара зависит от уровня быстроты реакции, ориентировки и скорости перемещения, от умения в совершенстве владеть техникой, а также от выбора места и принятия исходного положения для отдельного игрока.

Предварительный выход к мячу и точный выбор места на футбольном поле становятся возможными в результате восприятия и переработки срочной информации, поступающей как от внешних раздражителей, так и от определенных отделов памяти, накопленной в процессе спортивной тактической деятельности. Как известно, сенсомоторные процессы тактического действия протекают в трех фазах: восприятия и анализа соревновательной деятельности; мысленного решения специальной тактической задачи; двигательного решения тактической задачи. Первые две фазы называются скрытым периодом тактического действия. Под открытым периодом понимается третья фаза - двигательное осуществление тактического решения. Причем, определяющая роль при решении тактической задачи принадлежит первой фазе, потому что несвоевременное восприятие и неточный анализ соревновательной ситуации отрицательно влияют на последующие действия игрока и команды. Но, несмотря на определяющее значение первой фазы, самым сложным является мысленное решение тактической задачи и определение оптимального варианта тактического действия в минимальные отрезки времени. Способность футболиста быстро и правильно принимать решения, адекватные складывающейся обстановке, во многом определяет уровень его тактического мастерства.

Исследования позволяют сделать вывод: никакого познавательного чувства, интуиции, субъективных ощущений, которые оказывают влияние на построения игроков, нет. И главное место в предугадывании разворачивающейся на футбольном поле ситуации занимают объективные данные, которые игроки реально видят своими глазами. Та-

кими объективными данными тренеры и футболисты считают следующие факторы, способствующие занятию правильного исходного положения на футбольном поле при организации розыгрыша углового удара:

- количество игроков, участвующих в организации розыгрыша углового удара;
- индивидуальные особенности и уровень подготовленности игрока, выполняющего завершающий удар по воротам;
- индивидуальные особенности и уровень подготовленности партнеров по
- расположение партнеров по команде, участвующих в розыгрыше углового удара;
- способ выполнения углового удара;
- индивидуальные особенности и уровень подготовленности игрока, выполняющего угловой удар;
- согласованность и взаимодействие всех членов команды, соблюдение игровой дисциплины.

Можно с уверенностью сказать, что только полное знание и учет этих факторов определяют формирование тактического умения предугадывать соревновательные ситуации, возникающие в игре, способствуют выработке так называемой "интуиции".

¹ См.: Голомазов С.В. Футбол: Тренировка специальной работоспособности футболистов, или новое в физической подготовке футболистов. М., 1994.

Голомазов С.В. Футбол: Тренировка точности юных спортсменов. М., 1994.

Голомазов С.В., Чирва Б.Г. Футбол. Методика тренировки "техники реализации стандартных положений" : учеб.-метод. пособие. 2-е изд. М., 2006.

Зеленцов А.М., Базилевич О.П., Лобановский В.В. К вопросу об управлении развитием физических качеств в подготовительном периоде // Управление спортивной тренировкой : темат. сб. Киев, 1974.

Зеленцов А.М., Базилевич О.П., Лобановский В.В. Контроль и управление параметрами технической подготовленности футболистов // Методы педагогического контроля в спортивной тренировке : сб. науч. работ. Киев, 1975.

² Зеленцов А.М., Базилевич О.П., Лобановский В.В. Моделирование тренировки в футболе. Киев, 1985.

³ URL: www.se.ru.

⁴ URL: www.football.com.

EFFICIENCY OF THE CLEAR HAZARD IN THE FOOTBALL

© 2017 Nosova Tatiana Alexandrovna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: tanya_nosova_1997@mail.ru

Keywords: blow; angular blow; efficiency; football.

In the article the author considers theoretical aspects of the effectiveness of the angular strike in football.

ФЕНОМЕН СЕКСИЗМА В СПОРТЕ

© 2017 Репрынцева Наталья Дмитриевна

студент

© 2017 Чванова Наталья Сергеевна

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: honneybbunny@mail.ru, natashachvanova@mail.ru

Ключевые слова: спортивные соревнования, феномен сексизма, женщины-спортсменки, патриархат, толерантность, стереотипное мышление, бодишейминг.

Осуществлен анализ наличия дискриминации полов в спортивной сфере. В данной связи выявлены ее основные проявления, проведен опрос среди населения.

На выбор темы научного исследования повлияла недостаточная освещенность вопроса сексизма в спорте, а также острота данной проблемы в современном демократичном обществе, что придает этой работе актуальность для рассмотрения в наши дни. Сексизм, как и патриархат, широко распространен среди обществ по всему миру и характерен даже для тех современных обществ, которые считаются относительно демократическими. Идеология сексизма разделяет людей на мужчин и женщин и противопоставляет их друг другу, приписывая им противоположные качества.

Целью исследования является попытка доказать, что несмотря на высокий уровень толерантности в обществе, предполагающий одинаковое отношение ко всем слоям населения, сексизм продолжает существовать во многих сферах деятельности, в том числе и в спорте.

Для реализации поставленной цели необходимо выполнить следующие задачи: узнать отношение СМИ и общественности к женщинам-спортсменкам, сравнить уровень заработка ведущих спортсменов обоих полов, изучить явление бодишейминга в спорте, провести опрос у населения в возрасте старше 18 лет и проанализировать полученные результаты.

В качестве метода исследования будет использовано анкетирование.

Стереотипное мышление о том, что мужчины практически во всем лучше женщин преследует нас еще с Древних времен - образ мужчины-добытчика, кормильца и защитника семьи, смотрится гораздо сильнее и могущественнее образа женщины - хрупкой и слабой хранительницы домашнего очага и уюта. Однако с тех пор многое изменилось. Женщины добились равноправия, стали носить брюки, работать на "мужских" работах. В последнее время увеличивается количество женщин, занимающихся экстремальными видами спорта¹, силовыми видами спорта². В силовых видах спорта возрастают морфо-

функциональные показатели девушек-спортсменок³. В спортивных играх временные параметры в женских командах приближаются к показателям мужских команд⁴, возрастают скоростные возможности спортсменок⁵. Казалось бы, что феномен сексизма исчез, однако, он просто стал менее заметен, не перестав от этого существовать⁶.

Хотя сексизм в спорте уже не так ярко выражен, как в древние времена, однако сохраняется скрытое снисходительное отношение к женскому полу⁷. Женские рекорды воспринимаются не так серьезно, как мужские, отсутствуют смешанные сборные команды, наблюдается значительная разница в получаемых доходах и женщина в спортивной форме даже воспринимается как сексуальный объект⁸.

Проанализировав источники, было определено, что именно обуславливает факт существования сексизма в спортивной сфере:

1. Мнения средств массовой информации и общественности;
2. Уровень заработка;
3. Явление бодишейминга.

Во всех этих проявлениях дискриминация присутствует скрыто, из-за чего многие даже не осознают ее наличия. Примером ущемления женских заслуг в спорте можно считать пренебрежительные высказывания со стороны спортивных комментаторов, которые зачастую сравнивают девушек-спортсменок с мужчинами, считая это похвалой. "Российские гимнастки выступили по-мужски" - так звучал заголовок одной из статей журнала "Коммерсант", в то же время о них высказалась и "Газета.ру", которая сделала сомнительный комплимент, подчеркнув, что они "не отстали от мужчин".

Вторым доказательством отсутствия равноправия является разница в получаемых доходах, наличие которого можно легко проследить на примере самых богатых спортсменов мира - Серены Уильямс и Криштиану Роналду. За 2017 год теннисистка заработала 27 миллионов долларов, что в примерно 3,4 раза меньше, чем футболист.

Под "бодишеймингом" понимается дискриминация людей в соответствии с общепринятыми стандартами красоты. В спортивной сфере это наиболее применимо в отношении молодых девушек-спортсменок, которых зачастую оценивают не по тому, как они трудятся, а по внешности, воспринимая их тем самым как сексуальный объект.

Для более точного анализа поднятой темы было проведено анкетирование, в ходе которого было опрошено 50 человек в возрасте старше 18 лет.

52% опрошенных составила женская половина населения, оставшиеся 48% - мужчины. Большинство респондентов (56%) вошли в возрастную категорию от 18 до 25 лет, немного меньшее количество (28%) - от 25 до 45 лет, оставшиеся 16% - старше 45 лет.

Практически половина опрошенных (48%) понимают феномен сексизма как дискриминацию по половому признаку. Мнение об ущемлении прав выразили 28% участников опроса, о неуважении и принижении женщин - 16%, о предвзятом отношении к представителю какого-либо пола - всего 8%.

По мнению респондентов, чаще всего сексизм встречается в политической сфере - так считают 30 человек (60%). Спортивная сфера немного отстала от сферы образования, заняв четвертое место из пяти - ее выбрало 5 человек (10%).

44% респондентов посчитали комментаторское высказывание: "Посмотрите на ее стиль (плаванья), он даже больше похож на мужской, то есть на идеальный" не оскорби-

тельным для женщин, так как мужчины более успешны в этой сфере. Еще 24% подтвердило, что это даже является комплиментом для женщин-спортсменок. Однако, 32% участников опроса посчитали это заявление оскорблением. Половина из них аргументировало это тем, что прилагаемые усилия спортсменов обоих полов равны, а другая половина тем, что идеальный стиль - не значит мужской.

Большинство опрашиваемых - 34 человека (68%) считают несправедливым тот факт, что в среднем мужчины-спортсмены зарабатывают больше женщин-спортсменок. 52% из них считают именно так, поскольку усилия у обоих полов равны, а 16% даже считают, что женщины прикладывают больше усилий. 16 респондентов считают данным факт закономерным и справедливым. 10 из них считают мужской спорт попросту обширнее и традиционнее, а шестерым интереснее наблюдать за мужским спортом, ведь они трудятся по их мнению упорнее.

Относительно вопроса бодишейминга, 76% опрашиваемых согласны с тем, что женская спортивная одежда более откровенная, чем мужская.

36 респондентов (72%) считают, что тенденция к сексизму рано или поздно пойдет на спад. 24 человека (48%) из них считают, что это случится не скоро, а оставшиеся 12 - что это произойдет уже в ближайшем будущем. 14 участников опроса (28%) придерживаются пессимистического настроения - они считают, что данная тенденция сохранится навсегда.

Исходя из вышеперечисленного, можно сделать вывод, что большинство людей верно понимает смысл феномена сексизма, но в реальной жизни замечает его не во всех сферах. Так, например, в сфере спорта некоторые явные признаки сексизма (оскорбительные комментарии, пренебрежительное отношение к женскому спорту, оценка спортсменок по внешним данным, а не по прилагаемым усилиям) люди зачастую не видят, принимая их за шутки или же устоявшиеся явления в обществе. Однако большинство из них сохраняет оптимистический настрой и считает, что феномен сексизма можно искоренить, избавив общество от пережитков патриархального прошлого.

¹ Николаева И.В., Джулай Д.В. Экстремальные виды спорта в жизни современной молодежи // OlymPlus. Гуманитарная версия. 2016. № 1 (2). С. 35-39.

² Николаев П.П. Факторы индивидуализации тренировочной деятельности в женском силовом троеборье // Интегративные процессы и межпредметные связи в системе образования физической культуры и спорта : материалы междунар. науч.-практ. конф. 2016. С. 197-199.

³ Николаев П.П., Николаева И.В. Интегральный анализ модельных морфофункциональных характеристик девушек-представительниц массовых разрядов в силовом троеборье // Теория и практика физической культуры. 2017. № 9. С. 104.

⁴ Шиховцов Ю.В., Николаева И.В., Демидкина И.А. Современная методика регистрации временных параметров в волейболе // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2007. № 1. С. 192-198.

⁵ Шиховцов Ю.В., Николаева И.В., Николаев П.П. Хронометрирование действий подающего и принимающего подачу игроков и алгоритм действий игрока на приеме подачи в волейболе // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2004. № 2. С. 408-411.

⁶ URL: <http://www.bbc.com/russian/features-37045172>.

⁷ URL: <https://lenta.ru/photo/2017/08/18/bablo>.

⁸ URL: <http://www.wonderzine.com/wonderzine/life/life-opinion/220271-stop-it>.

THE PHENOMENON OF SEXISM IN SPORTS

© 2017 Reprintseva Natalia Dmitrievna

Student

© 2017 Chvanova Natalia Sergeevna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: honneybunny@mail.ru, natashachvanova@mail.ru

Keywords: sports competitions, the phenomenon of sexism, women athletes, patriarchy, tolerance, stereotyped thinking, bodyshaming.

The analysis of gender discrimination in sports sphere was made. To do this, its main manifestations were revealed, and a questioning was conducted among the population.

УДК 77

РАЗВИТИЕ ПЕЙНТБОЛА В РОССИИ И САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ

© 2017 Салманов Вячеслав Сергеевич*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: Slava.Salmanov@yandex.ru

Ключевые слова: история развития пейнтбола, спортивный пейнтбол, тактический пейнтбол.

Приведена история развития спортивного и прокатного пейнтбола в России и Самарской области, обозначены проблемы спортивного пейнтбола.

Кто и как изобрел пейнтбол, точно неизвестно. Существует несколько версий, но какая из них правдивая неизвестно.

По первой версии во Франции в XIX веке инженерами были созданы ружья, которые предназначались для стрельбы зарядами с краской. На учениях и учебных маневрах солдаты стали применять изобретение француза Постава Реклю - ружья, которые могли стрелять краской. В качестве боеприпасов для тех первых маркеров применялись снаряды с краской с латексным покрытием.

* Научный руководитель - **Войткевич Наталия Ивановна**, доктор экономических наук, профессор.

По второй версии в XX веке в Америке, на фермерских хозяйствах широко распространилась практика использования специальных пневматических устройств, чем-то напоминающих пистолеты, для нанесения меток рогатому скоту краской.

В XX веке лесорубы Канады использовали специальные устройства для метки деревьев. Возможно, их шуточная лесная битва и стала началом современного пейнтбола.

Существуют две основные разновидности пейнтбола: спортивный пейнтбол и тактический пейнтбол. Отличительной чертой спортивного пейнтбола является наличие игровой площадки 45х36 м, огражденной защитной сеткой высотой 6 м. с ровным искусственным (ковролин) или естественным покрытием (трава, газон). Роль укрытий исполняют симметрично установленные надувные фигуры. Это обеспечивает более высокую степень безопасности игроков в отличие от тактического, как и строгие правила проведения турниров (качество площадки, наличие судей, контроль оборудования игроков). В спортивном пейнтболе игра идет на время. Раунды делятся на геймы и по времени длятся от 3 до 20 минут чистого игрового времени. В зависимости от серии соревнований на поле могут находиться 3,5 и 7 игроков в каждой команде.

В тактическом пейнтболе нет ограничений по площадке, количеству игроков и времени игры. Игры проводятся на площадках с естественными укрытиями (деревья, холмы, овраги) и искусственно созданными (окопы, шины, деревянные форты, развалины, и т.п.). Пейнтбол - один из технических видов спорта, которыми руководит РОС-ТО (бывшее ДОСААФ).

Впервые пейнтбол попал в Россию в 1993 году, когда в Москву были привезены первые пейнтбольные маркеры. Игры проводились в ближайшем Подмосковье для группы энтузиастов и их друзей. Очень быстро пейнтбол стал популярен. Появились первые любительские команды, стали проводиться турниры.

В 1996 году Госкомспорт при Правительстве РФ издал Постановление, согласно которому пейнтбол как вид спорта официально рекомендован к развитию в России. Именно в это время пейнтбол становится массово доступным и популярным, перестает быть элитарным и начинает набирать массовую популярность в России как отличный вид спорта и активный отдых³.

В настоящее время проходят огромное количество соревнований по-спортивному и тактическому пейнтболу различных уровней: чемпионаты в регионах России, чемпионат и кубок России в нескольких дивизионах (ветераны, мужчины, женщины, юниоры), а также чемпионаты Мира и Европы. В тактическом пейнтболе данные игры называются "Большие пейнтбольные маневры", которые проводятся 2 раза в год, весной и осенью в Москве и собирают несколько тысяч игроков.

По всей стране в настоящее время открыты и успешно работают сотни современных пейнтбольных клубов, куда может прийти любой игрок как опытный, так и начинающий. Развитая инфраструктура, широкий набор дополнительных услуг благоприятно влияют на дальнейшее развитие и популяризацию игры. Среди крупнейших пейнтбольных клубов в Самарской области можно выделить: ПК Stalker, ПК Добрыня, ПК Бешеный хомяк, ПК Атака, ПК Легион, ПК Pbvолга, ПК Crazy Croll, ПК Абордаж, ПК Патриот.

Ценовая политика представленных клубов примерно одинаковая, минимальные цены по Самаре установлены у клубов Добрыня, Бешеный Хомяк, а также Pbvолга. В названных клубах базовый набор включает в себя: комплект одежды (камуфляж, перчатки, бронезилет), термальная маска, маркер в сборе, заправка воздухом на всю игру. Покупка базового набора предусматривает работу инструктора, получение комплекта шариков с краской. В большей степени цена приобретаемого комплекта зависит от количества шаров. При необходимости шарики возможно докупить в процессе игры, цена у всех клубов индивидуальна, но чаще всего цена шара 1,5 руб. Данные о цене уslug пейнтбольных клубов приведены в таблице.

Цены на услуги пейнтбольных клубов Самары

Название клуба	Цена, руб. / Количество шаров, шт.
"Бешеный хомяк"	500 / 100
"Легион"	700 / 200
"Патриот"	700 / 200
"Добрыня"	550 / 250
"Pbvолга"	500 / 200

Дополнительными услугами пейнтбольного клуба являются: фото-видео съемка, улучшенный маркер, использование различной пиротехники, большой выбор игровых площадок и сценариев. В некоторых случаях сотрудничество клуба с турбазами, позволяет предоставить питание и место отдыха после игры.

В целевую аудиторию пейнтбольных клубов входят дети в возрасте от 8 лет и взрослые независимо от возраста. Причем, более 50% взрослых игроков посещают пейнтбольные клубы по заказам предприятий, организующих развлечения и активный отдых своих сотрудников. Заказчиками являются и люди, ведущие активный образ жизни, любители экстремальных видов спорта и отдыха. Получается, что ограничением для игры может быть малый возраст, либо слабое здоровье, которое не позволит участнику активно преодолевать преграды и уклоняться от шаров соперника.

Для пейнтбола нет плохой погоды! Но если ярые любители и профессионалы готовы играть круглый год и в снег, и в дождь, и в жару, то сезон у клиентов прокатных клубов начинается, как только сходит снег и заканчивается, когда термометр показывает десять градусов со знаком минус, т.е. сезо длится с марта по ноябрь. Сезонность является главной проблемой всех клубов, т.к. зимой желающих поиграть в крепкий мороз единицы. Решением данной проблемы мог бы стать крытый центр (площадка) с теплыми раздевалками и душем для игры в пейнтбол в холодное время года или же дождливые дни периода весна и осень. Но такой площадки нет ни у одного клуба Самарской области, и пока не предвидится, что является огромным минусом для развития всего прокатного пейнтбола. Центр стал бы решением проблемы для всех пейнтбольных клубов, а пейнтбол перестал бы быть сезонным видом спорта и стал бы более массовым.

THE DEVELOPMENT OF PAINTBALL IN RUSSIA AND SAMARA REGION

© 2017 Salmanov Vyacheslav Sergeevich

Student

Samara State University of Economics

E-mail: Slava.Salmanov@yandex.ru

Keywords: history of development of paintball sport paintball, tactical paintball.

Given the history of the development of sports and rental of paintball in Russia and Samara region, marked problems of sport paintball.

УДК 796.03

РОЛЬ СПОРТА В СОЦИАЛИЗАЦИИ ЛЮДЕЙ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ

© 2017 Смирнова Ульяна Валерьевна

старший преподаватель

© 2017 Пискайкина Марина Николаевна

старший преподаватель

Самарский государственный экономический университет

E-mail: pmn-marina@yandex.ru

Ключевые слова: здоровье, общество, социализация, адаптация, спорт, личность, паралимпийские игры, люди с ограниченными возможностями, психология.

Рассмотрены особенности социализации людей с ограниченными возможностями здоровья, факторы и значение спорта в решении проблем социализации. Сделаны выводы о том, что спорт для людей с ограниченными возможностями является первоосновой для реабилитации, социализации и становления полноценной личностью.

На сегодняшний день личные качества человека, его здоровье и культура выступают как цель и результат преобразований и существования самого общества. Именно поэтому в современном обществе так остро стоит проблема обеспечения полноценной жизни людей с ограниченными возможностями здоровья, их социализации и адаптации. Посредством определенных видов спорта, доступных для данных лиц, так или иначе, возникает ощущение, что, несомненно, положительно сказывается на психофизическом состоянии людей с ограниченными возможностями¹.

Начало серьезным изменениям по отношению к инвалидам положил английский нейрохирург Людвиг Гуттман, который, несмотря на все существующие стереотипы лю-

дей и их отношение к физическим недостаткам, сумел доказать, что спорт для людей с ограниченными возможностями не только создает условия для нормальной жизнедеятельности, но и позволяет восстановить психоэмоциональное состояние и укрепить физическую силу². Именно благодаря Людвигу Гуттману были созданы паралимпийские игры, которые представляют собой соревнования для лиц с ограниченными возможностями и проводятся с частотой раз в четыре года, сразу после основной Олимпиады.

Учитывая, что число людей с нарушениями физического и психического развития неуклонно растет, необходимо понимать, насколько важна их реабилитация в современном обществе. По данным всемирной организации здравоохранения во всем мире около 15 % населения имеют какие-либо формы инвалидности. Среди них достаточно большое количество детей, которым еще только предстоит прожить свою жизнь. Несмотря на то, что проводятся многочисленные и разнообразные программы призванные защищать интересы людей с ограниченными возможностями, они составляются таким образом, что не способствуют их самостоятельности и интеграции в общество, а наоборот, изолирует их.

И только спорт может поспособствовать улучшению жизни этих граждан. Спорт настолько уникален, что доступен для абсолютно каждого человека. Людям с ограниченными возможностями очень важно получить признание своих сил со стороны общества, подтверждения своей способности к взаимодействию с ним³. Поскольку психология человека так устроена, что при достижении определенных высот, и бесконечном стремлении к достижению целей его жизнь наполняется смыслом, то, естественно, это лучшее решение. А ведь часто бывает - при плохом отношении общества человек, теряется, уходит в себя, и даже возможны случаи гипокинезии и гиподинамии. Негативное влияние вышеописанных ситуаций достаточно хорошо известны и неоднократно описывались в научной литературе. Любое ограничение возможности человека ставит перед ним сложную задачу освоить жизненно и профессионально необходимые навыки, и, само собой разумеется, что это невозможно без привлечения спорта. Именно спорт развивает такую способность, и помогает справляться с возникающими трудностями. Ведь не зря в психологии утвердилось мнение о том, что со всеми психическими недугами можно справиться посредством спорта и даже есть целое направление "психология спорта".

Максимальное развитие и раскрытие своих физических и творческих возможностей посредством спорта позволяет достичь высот, соизмеримых не только с результатами здоровых людей, а даже выше их. Вспомнив такие имена как, Алексей Маресьев, Валентин Дикуль, Святослав Федоров, Ольга Скорородова, можно убедиться в том, что для достижения потрясающих результатов не могут стать препятствиями те или иные дефекты здоровья, если человек по-настоящему силен духом⁴.

Также стоит отметить, что в 2016 году сотрудниками отдела психологии центра лечебной и спортивной медицины ФМБА России, проводились исследования, где принимали участие две группы молодых женщин с ограниченными возможностями. Критерием отбора являлась инвалидность первой группы, а именно нарушение работы опорно-двигательного аппарата, а также профессиональные занятия спортом, и не вовлеченность в спорт для контрольной группы. Получились достаточно любопытные

результаты, а именно, у спортсменов выявили показатели, свидетельствующие об аналитическом складе мышления, устойчивости интересов, а также жизнелюбии и высокой мотивации достижения. У женщин, не занимающихся спортом, были выявлены показатели, свидетельствующие о неустойчивости эмоций, "пессимистичности", что означает пассивную жизненную позицию, а также высокие показатели по шкале "тревожности", что говорит о неуверенности в себе и окружающем мире⁵.

Исходя из вышесказанного, определенно можно сделать вывод, что спорт для людей с ограниченными возможностями является первоосновой для реабилитации, социализации, и становления полноценной личностью. Именно благодаря спорту у лиц с ограниченными возможностями укрепленная нервная система, что, естественно, отражается на общении с людьми, и высокой работоспособности и выносливости.

¹ Иванова Л.А., Шеханин В.И. "Гибкая сила" как одно из инновационных средств психофизического развития студентов специального учебного отделения // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 6 (104). С. 50-52.

² Коломок О.И., Андрющенко Л.Б., Шеханин В.И. Комплекс условий формирования физической культуры студентов // Вестник Самарской государственной экономической академии. 2006. № 2. С. 379-385.

³ Кириллова Е.С. Влияние физической культуры и спорта на гармоничное развитие личности // Научное сообщество студентов. Междисциплинарные исследования : электрон. сб. ст. по материалам XXIV студенч. междунар. науч.-практ. конф. 2017. С. 269-272.

⁴ Пискайкина М.Н. Социально-политический, психологический и педагогический аспекты формирования здорового образа жизни // Научно-методологические и социальные аспекты психологии и педагогики : сб. ст. междунар. науч.-практ. конф.. 2017. С. 91-94.

⁵ Пискайкина М.Н., Смирнова У.В. Система специальных физических упражнений как средства оздоровления в физической культуре // Известия Института систем управления СГЭУ. 2017. № 2 (16). С. 20-22.

THE ROLE OF SPORT IN THE SOCIALIZATION OF PEOPLE WITH DISABILITIES

© 2017 Smirnova Ulyana Valerievna

Senior Lecturer

© 2017 Piskaykina Marina Nikolaevna

Senior Lecturer

Samara State University of Economics

E-mail: pmn-marina@yandex.ru

Keywords: health, society, socialization, adaptation, sports, personality, Paralympic games, people with disabilities, psychology.

Peculiarities of socialization of people with disabilities, factors and the importance of sport in addressing the problems of socialization. The conclusions that sport for people with disabilities is a fundamental principle for the rehabilitation, socialization, and becoming a whole person.

ПРИМЕНЕНИЕ ЛФК СТУДЕНТАМИ-СПОРТСМЕНАМИ САМАРСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА

© 2017 Цветкова Ольга Александровна*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: olyatsvet1996@yandex.ru

Ключевые слова: структура и применение ЛФК, статистические данные, исследование, анкетирование.

Данная статья посвящена вопросам применения лечебной физической культуры студентами-спортсменами Самарского государственного экономического университета. Изучается структура и применение ЛФК, отражены статистические данные по результатам анкетирования студентов.

В Самарском государственном экономическом университете, помимо образовательных программ, существует множество спортивных секций, а также спорткомплекс, где все желающие могут заниматься в тренажерном зале, плавательном бассейне, фитнесом в групповых программах и так далее. Студенты СГЭУ на протяжении долгого времени оставались и остаются одними из самых активных и спортивных молодых людей в Поволжье, занимая первые места в различных соревнованиях. Но, к сожалению, молодые люди, находящиеся в "студенческом" возрасте, в связи с большими учебными нагрузками, имеют высокую вероятность расстройства нервной системы. Предметом исследования являются именно те студенты, которые заняты не только в учебной, но и в спортивной деятельности, так как, помимо больших физических нагрузок, именно им крайне рекомендована лечебная физическая культура для восстановления сил, избежания нарушений нервной системы и т.д. Нервная система представляет собой сложную систему, регулирующую и координирующую деятельность организма человека. Ее основу составляют центральная нервная система (ЦНС), которая состоит из головного и спинного мозга и периферическая нервная система (ПНС), в которую входят остальные нейронные элементы. Кроме головного и спинного мозга, к важнейшим органам нервной системы относятся глаза, уши, органы, которые отвечают за вкус и обоняние, а также сенсорные рецепторы, расположенные на коже, в суставах, мышцах и других частях тела. В наше время заболевания и повреждения нервной системы встречаются довольно часто. Они могут произойти в результате травмы, инфекции, дегенерации, структурных дефектов, опухолей, нарушения кровотока, а также вследствие аутоиммунных заболеваний (когда организм начинает атаковать сам себя).

* Научный руководитель - Николаева Ирина Валерьевна, кандидат педагогических наук, доцент.

Заболевания нервной системы могут привести к расстройствам движений, таким, как параличи, парезы, гиперкинезы, атетоз. Паралич (или плегия) - это полное выпадение мышечного сокращения. Парез - частичное выпадение двигательной функции организма. Паралич или парез одной конечности называются - моноплегия или монопарез, двух конечностей одной стороны тела - гемиплегия или гемипарез, трех конечностей - триплегия или трипарез и четырех конечностей - тетраплегия или тетрапарез.

Очень часто при заболеваниях нервной системы возникают расстройства чувствительности. Бывает полное выпадение чувствительности, которое называется - анестезия, а также бывает понижение чувствительности - гипостезия и повышение чувствительности - гиперстезия. Если у больного наблюдаются нарушения поверхностной чувствительности, то в этом случае он не различает тепло и холод, не чувствует уколов. Если наблюдается расстройство глубокой чувствительности, тогда больной теряет представление о положении конечностей в пространстве, что приводит к неуправляемости его движений. К нарушениям чувствительности приводят повреждения периферических нервов, корешков, приводящих путей и спинного мозга, а также приводящих путей и теменной доли коры больших полушарий головного мозга. В результате многих заболеваний нервной системы в организме возникают трофические нарушения, а именно: кожа делается сухой, на ней появляются трещины, образуются пролежни, которые захватывают и подлежащие ткани, кости делаются хрупкими и ломкими. Особенно тяжелые пролежни наблюдаются, когда повреждается спинной мозг.

Все вышеперечисленные заболевания нервной системы являются очень актуальными в наше время, и с помощью современной медицины, имеющей в своем арсенале широкий круг лечебных средств, вполне поддаются лечению. Особую роль в лечении и реабилитации больных с различными заболеваниями и травмами центральной и периферической нервной системы играет лечебная физкультура при заболеваниях нервной системы.

Благодаря ЛФК при заболеваниях периферической нервной системы происходит растормаживание участков нерва, которые находятся в состоянии угнетения, а также стимуляция процессов регенерации, что в свою очередь способствует восстановлению проводимости нерва, улучшению движений и других функций, которые были нарушены в результате патологического процесса.

Заболевание обостряется тем, что больной чаще всего не спешит обращаться к врачу, а надеется, что все пройдет само. Но, к сожалению, это заболевание не проходит само собой, а наоборот способно прогрессировать и стать причиной более тяжелых нарушений - психики, сердечно - сосудистой системы. Невроз подразделяется на несколько состояний:

Неврастения - это когда человек возбужден, все реакции носят крайний эмоциональный характер, но при этом наблюдается быстрая утомляемость, рассеянность внимания, раздражительность.

Психастения - такие состояния сопровождаются тяжелыми думами, мыслями, человек может долго навязчиво о чем-то переживать.

Истерия - это навязчивое состояние, сопровождаемое агрессией, желанием конфликта, ярких реакций, плача, крика.

Для лечения этого серьезного недуга, нужна терапия комплексная. Это и психотерапия, и медикаментозное лечение, и физкультура.

Исследуя данный вопрос, мы провели небольшое наблюдение за студентами-спортсменами СГЭУ. Из всей генеральной совокупности были выбраны 100 студентов-спортсменов. Проводя опрос в социальной сети "ВКонтакте", выяснилось, что только 45 студентов применяют ЛФК в своей жизни, а такой показатель, к сожалению, не доходит даже до половины.

Результаты нашего исследования, как уже было сказано в аннотационном отчете, не являются генеральной совокупностью, а только отражают показатели Самарского государственного экономического университета, но, тем не менее, имеют собственную значимость в Поволжском регионе. Этот факт связан с тем, что студенты-спортсмены других ВУЗов Самары, которые занимают высшую ступень в рейтингах образовательных организаций, так же подвержены возникновению нервных заболеваний. Существует немалая вероятность того, что их показатели не будут отличаться от показателей СГЭУ.

Не исключаем тот факт, что студентам просто некогда заниматься ЛФК в связи с немалой каждодневной нагрузкой. Но чтобы приводить в порядок свое физическое и умственное состояние, крайне желательно заниматься упражнениями из категории ЛФК, и это не обязательно применение специальных упражнений. Особо стоит отметить физическую нагрузку, которую полезно делать при неврозах - это ходьба на лыжах, езда на велосипеде, плавание. Все эти виды спорта должны быть в спокойном ритме, не должно быть ни излишних физических, ни эмоциональных нагрузок. К особым видам упражнения стоит отнести упражнения с мячом, гантелями, не силовыми тренажерами.

Хорошо, когда упражнения делаются на свежем воздухе. Воздействие солнечных лучей и звуков природы благоприятно сказывается на организме больного. Усилить физическую нагрузку нужно постепенно. Лечебная гимнастика подразумевает длительный курс лечения, это не тренировки спортивные в привычном понимании этого слова, это, прежде всего постепенное привыкание тела к нагрузкам.

Особое место в лечебной физкультуре отводится дыхательным занятиям. Дыхательные упражнения подразделяют на статические, когда руки и ноги человека остаются в покое при вдохе и выдохе, и динамические, это когда при этих упражнениях участвуют разные группы мышц: плечевой пояс, руки, ноги. Сама по себе гимнастика оказывает хороший эффект на психо-физиологическое состояние больного. Он постепенно перестает меньше задумываться о болезни, активизируется работа всех внутренних органов и тканей.

Таким образом, занятия ЛФК при заболеваниях центральной нервной системы способствуют восстановлению нарушенных функций головного и спинного мозга и являются лечебно-воспитательным процессом, который осуществляется с помощью сознательного и активного (насколько это позволяет) участия больного. Лечебные упражнения при заболеваниях нервной системы, которые к тому же сочетаются с психотерапевтическим воздействием, прежде всего направлены на то, чтобы повысить об-

щий жизненный тонус больного, что в свою очередь создает благоприятные предпосылки для восстановления и компенсации утраченных функций. Подводя итог, хотелось бы отметить несколько факторов, которые могут помочь справиться с данной проблемой.

Во-первых, введение бесплатных занятий ЛФК в образовательном учреждении, так как ЛФК - это очень важный и восстановительный процесс для спортсменов. Также, чтобы повысить рейтинговый уровень университета, сделать занятия ЛФК для всех желающих.

Во-вторых, введение занятий ЛФК в программу комплекса тренировок.

В-третьих, пропаганда данного процесса.

Такие мероприятия способствуют не только повышению спортивных показателей на различных соревнованиях, но и увеличению показателей образовательного процесса, что повысит рейтинг Самарского государственного экономического университета в несколько раз и не только в различных спортивных соревнованиях, но и в научных и творческих мероприятиях.

1. Пирогова Л.А. Основы медицинской реабилитации и немедикаментозной терапии : учеб. пособие. 2008.

2. Ципин Л.Л. Физическая культура с основами здорового образа жизни : учеб. пособие. 2002.

3. Дубровский В.И. Лечебная физкультура и врачебный контроль. М. : ООО "Медицинское информационное агентство", 2006. 598 с.

4. Елифанов В.А. Лечебная физическая культура : учеб. пособие. М. : ГЭОТАР-Медиа, 2009. 568 с.

5. Ингерлейб М.Б. Анатомия физических упражнений. Ростов н/Д : Феникс, 2010. 187 с.

6. Лечебная физическая культура : учеб. для студентов высш. учеб. заведений / под ред. С.Н. Попова. М. : Академия, 2008. 416 с.

APPLICATION OF EXERCISE THERAPY TO STUDENTS-ATHLETES OF THE SAMARA STATE UNIVERSITY OF ECONOMICS

© 2017 Tsvetkova Olga Alexandrovna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: olyatsvet1996@yandex.ru

Keywords: structure and application of exercise therapy, statistical data, research, questionnaire.

This article is devoted to the field of medical physical training by students-athletes of the Samara State Economic University. The article studies the structure and application of exercise therapy, as well as the statistical data compiled by the researcher by questioning students.

ОСОБЕННОСТИ СПЕЦИАЛЬНОЙ ФИЗИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ ВОЛЕЙБОЛИСТОВ

© 2017 Шиховцова Людмила Геннадьевна

старший преподаватель

© 2017 Лешина Ирина Петровна

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: leshina.irishka@mail.ru

Ключевые слова: физическая подготовка, волейболист, сила, быстрота, ловкость, прыгучесть, гибкость.

Рассматриваются основные аспекты и содержание, а также значимые элементы физической подготовки волейболистов. Затрагивается вопрос о развитии спортивных качеств, существенных именно для волейболистов.

Успешность и профессионализм любого вида спортивной деятельности основывается на тщательной и высокоэффективной подготовке спортсменов. В нашей стране волейбол является одним из самых успешных видов спорта. Причиной тому выступает отлаженность системы подготовки спортсменов, выстроенная на четком следовании системе тренировок, правильности и уместности определенных упражнений.

Волейбол входит в число наиболее популярных игр среди молодого населения страны. Данный вид спорта включен в обязательную школьную программу по физической культуре, а это значит, что овладеть им может практически каждый. Преимущество волейбола - широкая доступность¹.

Современный тренировочный процесс сложен и многообразен. Он включает различные виды подготовки, планирование, отбор в спортивные команды, а также другие составляющие, которые, в конечном счете, определяют эффективность подготовки спортсменов к соревнованиям.

Знание теоретических и практических вопросов по управлению подготовкой волейболистов помогает строить тренировочный процесс более рационально, грамотно и добиваться высоких результатов. Значительную роль в совершенствовании мастерства спортсменов имеют научные исследования, в которых содержится материал, отражающий новые сведения из области практики, а также результаты многолетней подготовки команд.

Данная тема является актуальной и это не вызывает сомнения. Волейбол завоевал высокое признание как среди самих спортсменов, так и среди зрителей².

Не случайно, соревнования по волейболу достигли международного уровня. Энергичная, высокотемпная игра захватывает внимание зрителей и предъявляет к игрокам высокие требования. Лучшими командами нашей страны были достигнуты значительные успехи в совершенствовании тактических и технических приемов игры. Отечественная школа волейбола была признана одной из лучших в мире.

Цель исследования данной проблемы является изучение научной литературы, в которой содержится материал, отражающий новые сведения из области практики, а также результаты многолетней подготовки команд для выявления особенностей специальной физической подготовки волейболистов.

Объект данной работы составляют обоснование содержания и направленности специальной физической подготовки волейболистов.

Методологическую основу научной работы составили системный, комплексный, целевой подход к изучаемой проблеме, логические приемы, общесологические методы: системный, исторический, сравнительный.

Специальная физическая подготовка спортсменов проводится во все периоды учебно-тренировочного процесса. Она направлена на развитие физических качеств, присущих волейболисту. Для овладения техникой данной игры спортсмену необходимо:

- наличие быстрой двигательной реакции и ориентировки;
- высокая наблюдательность;
- моментальная реакция на действия других игроков;
- быстрое перемещение из различных положений и стоек;
- возможность хорошего прыжка - как в высоту, так и в длину;
- значительная сила кистей и их подвижность;
- умение быстро менять положение и начинать движение;
- наличие возможности резкой остановки после быстрых перемещений;
- сила и быстрота сокращения мышц;
- ловкость и гибкость³.

Все вышеприведенные качества спортсменов можно развивать с помощью специальных упражнений, предусмотренных именно для данного вида спорта. Остановимся на некоторых вышеперечисленных качествах подробнее.

Сила. Процесс силовой подготовки в современном волейболе включает в себя воспитание различных силовых качеств, повышение активной мышечной массы, укрепление соединительной и костной тканей, улучшение телосложения. Специальную силу волейболиста можно определить, как очень высокую способность игрока проявлять силы мышц в тех режимах и уровнях, которые требуются при выполнении отдельных технических приемов и игровых действий. Совместно с воспитанием силы создаются предпосылки повышения уровня скоростных качеств, прыгучести, гибкости, координационных способностей игрока.

Быстрота. В волейболе скоростные качества играют весомую роль. Исход игры двух команд определяется тем, насколько игроки одной команды опережают соперников, выигрывая у них время и пространство⁴.

Принято выделять четыре проявления скоростных способностей:

- быстрота реакции;
- быстрота одиночного движения;
- скорость начала движения;
- способность быстрого перемещения.

Все приведенные формы достаточно независимы друг от друга и требуют отдельных специальных тренировок.

Ловкость. Уровень развития ловкости в значительной степени зависит от того, насколько развита способность к правильному восприятию и оценке собственных движе-

ний, положения тела, то есть чем точнее волейболист ощущает свои движения, тем более высока его способность к всякого рода двигательной перестройке и быстрому овладению новыми двигательными навыками. Ловкий спортсмен - спортсмен, способный быстро перестраивать двигательную деятельность в соответствии с постоянно меняющимися ситуациями игры. Ловкость является в большей мере врожденным качеством, но ее также необходимо совершенствовать в процессе тренировок⁶.

Гибкость. Данный термин характеризует суммарную подвижность суставов всего тела спортсмена. Упражнения на развитие гибкости необходимо проводить после хорошей разминки, при этом соблюдая систематику и, постепенно, увеличивая амплитуду движения.

Прыгучесть. Развитие прыгучести начитается с развития силы мышц при помощи различных прыжковых упражнений, в том числе с отягощениями и без них. Например, прыжок в длину с места толчком двух ног.

Таким образом, задачи специальной физической подготовки заключаются в развитии физических качеств, специфических для игровой деятельности, и специальных качеств и способностей, необходимых для овладения техникой и тактикой игры в волейбол.

Средствами специальной физической подготовки выступают всевозможные подготовительные и акробатические упражнения, подвижные игры, эстафеты и т.д.

¹ Вайнбаум Я.С. Дозировка физических нагрузок. М. : Просвещение, 2011. 64 с.

² Ланда Б.Х. Методика комплексной оценки физического развития и физической подготовленности : учеб. пособие. 3 - е изд., испр. и доп. М. : Сов. спорт, 2006. 208 с.

³ Шиховцова Л.Г., Чепурнова В.И. Особенности режима дня и физкультурно-спортивные приоритеты студенческой молодежи // OLYMPLUS. Самара, 2015. С.116-119.

⁴ Шиховцов Ю.В., Николаева И.В. Современный подход к методике обучения волейболистов защитным действиям в поле // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2012. № 10 (96). С.125-129.

⁵ Шиховцов Ю.В., Николаева И.В., Николаев П.П., Шиховцова Л.Г. Интерактивное обучение в физическом воспитании вуза // Концепт. 2014. Т. 20. С. 3181-3185.

FEATURES OF SPECIAL PHYSICAL TRAINING OF VOLLEYBALL PLAYERS

© 2017 Shihovtsova Lyudmila Gennadevna

Senior Lecturer

© 2017 Leshina Irina Petrovna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: leshina.irishka@mail.ru

Keywords: physical training, volleyball, strength, speed, agility, jumping, flexibility.

This article is aimed at studying the main aspects and content, as well as significant elements of the physical training of volleyball players. In addition, the article touches upon the issue of researching the athletic qualities of volleyball players foreseen for this particular sport.

ЗНАЧИМОСТЬ ЗАНЯТИЙ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРОЙ В СОЦИАЛИЗАЦИИ ЛИЧНОСТИ

© 2017 Шиховцова Людмила Геннадьевна
старший преподаватель

© 2017 Отпущеникова Виктория Сергеевна
студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: viktoriya_otpushennikova@mail.ru

Ключевые слова: социализация, личность, спорт.

Рассмотрена значимость занятий спортом в становлении здоровой и развитой личности. Определяются факторы, воздействующие на социализацию личности студента. Термин "личность" трактуется с точки зрения влияния спорта на личность. Каждый человек проходит процесс социального взаимодействия и накопления определенных черт личности. Этому способствуют не только приобретаемые знания по курсу подготовки в высшем учебном заведении, но и занятия физической культурой.

Занятия физической культурой влияют на все стороны жизнедеятельности человека. Занятие спортом способствуют не только укрепления физического здоровья человека, но это и форма проведения досуга, средство развития здоровой личности. Также занятия спортом влияют и на трудовую деятельность человека, на его нравственное, психологическое мышление. При занятии физической культурой у человека вырабатываются гормон радости, что благотворно влияет на самочувствие. Понятие "личность" отражает то, что в каждом человеке отражаются социально значимые черты, которые приобретает человек в процессе социализации. В ходе жизнедеятельности человек проходит многие этапы, из которых складывается цельный образ, психологическая картина личности. Занятия спортом занимают особое место в формировании личности.

Регулярные тренировки предполагают выработку у личности определенных навыков и качеств. Процесс формирования психических свойств человека происходит по средствам имитации жизненных ситуаций в течение тренировки. Вырабатываются определенные качества личности.

Спорт является важным феноменом, который проникает во все сферы общества. Раньше спорт являлся способом укрепления здоровья. Теперь же спорт - работа, хобби, досуг, увлечение, процесс формирования личности. Спорт сегодня - один из главных социальных факторов, который способствует формированию здоровой личности¹.

Ведь именно, занимаясь спортом, человек укрепляет свое физическое состояние, улучшает качества своего организма, вырабатывает стойкость характера и целенаправленность. Множество исследований было проведено и доказано то, что спорт положительно влияет на физическое здоровье человека. Необходимо учитывать и то, что спорт

- залог успеха в формировании здоровой личности не только физически, но и с психологической точки зрения.

На сегодняшний день происходит активная популяризация спорта. Именно это способствует тому, что в настоящее время становится все больше людей, которые активно продвигают идею здорового образа жизни.

Занятия физической культурой и спортом укрепляют внутренний дух человека, положительно влияют на развитие качеств личности и характера. Занятия спортом воспитывают и формируют сознание здорового человека, учат стойкости и способности преодоления трудностей. Физическая нагрузка помогает контролировать социализацию человека в обществе. Любые соревнования помогают ребенку сформировать психологическую обстановку, выработать личные качества человека².

Занятия спортом развивают не только выносливость, физическую силу, но и влияют на психологическое состояние. При занятиях спортом человек учится выкладываться на все сто процентов, отдавать всего себя и организовывать свою жизнь по определенному распорядку.

Из этого следует, что человек способен начать контролировать свои эмоции, например, справиться с волнением на собеседовании ему будет легче. А все потому, что человек себя берет в руки и контролирует свой организм. Благодаря этому личность может достигнуть наилучших результатов в будущем. Исходя из этого, можно сделать вывод о том, что при физических нагрузках человек развивает не только свои физические качества, но и личность в целом.

Ошибочно мнение о том, что спорт касается лишь физических качеств человека. Это суждение не верно. Подобная мысль отождествляет спорт лишь с тем, что физические нагрузки лишь формируют здоровье. На самом же деле, физические занятия вырабатывают множество качеств, помогающих сформировать личность. Ни один спорт не обходится без определенной стратегии и правил. Перед началом тренировки, например футбольной, необходимо рассчитать все ходы игроков, схему действий команды соперника. Без определенных мыслительных процессов игрок должен даже не будет способен забить мяч в ворота. Да и на соревнованиях такой человек вряд ли окажется. При игре в футбол необходимо помнить о множестве правил. Так же и с другими видами спорта, где умений подать пас мячом будет недостаточно.

Во многих высших учебных заведениях огромное внимание уделяется развитию "интеллектуальных" видов спорта, например, настольный теннис, баскетбол, легкая атлетика и многие другие. Каждый студент должен овладеть основами этих видов спорта, знать не только технику, но и развитие, историю определенного спорта. В процессе занятия физической культурой студент социализируется в обществе, работая в команде. Это еще один важный фактор. Спорт учит взаимодействовать с людьми, доверять окружающим³.

Учеными выявлено, что определенные волевые качества, которые необходимы человеку - это целеустремленность, решительность и смелость. Эти качества более других влияют на успешную жизнь человека в обществе. Способность зарабатывать, найти друзей, построить семью - всего этого человек может достигнуть в процессе формирования определенных качеств. Именно эти качества вырабатываются при занятиях спортом. Человек формирует себя и строит свое будущее, занимаясь спортом. Это гово-

рит о том, что спорт и занятия физическими нагрузками - это не просто тренировка тела, но и подготовка к будущей жизни⁴.

Проявление воли показывает то, что человек отдает себе отчет в своих действиях, знает, чего хочет добиться в будущем и может правильно проявить себя в жизни общества. Целеустремленность показывает умение и овладение человеком определенных мотивов.

Такие качества, которые развивают учителя и преподаватели физической культуры, имеют огромное значение для будущего каждого ребенка, школьника и выпускника. Большинство студентов, которые полностью проходят курс физической подготовки, становятся взрослой и организованной личностью. Они с легкостью проходят жизненные испытания, занимают ответственные должности, проявляют себя как востребованные работники и профессионалы. Из этого следует, что не стоит недооценивать роль физических нагрузок в учебных заведениях. Занятия спортом - качественный процесс социализации человека⁵.

В заключение можно сделать вывод о том, что физическая культура и спорт - это не только эффективный фактор развития физических качеств личности, его здоровья и определенных навыков. Но это еще и проявление процесса социализации и формирования здоровой личности.

¹ Ильин Е.П. Психология большинства спорта. Питер, 2008. 352 с.

² Гогунов Е.Н., Мартыанов Б.И. Психология физического воспитания и спорта : учеб. пособие для студентов высш. пед. учеб. заведений. М. : Академия, 2000. 288 с.

³ Шиховцова Л.Г., Чепурнова В.И. Особенности режима дня и физкультурно-спортивные приоритеты студенческой молодежи // OLYMPLUS. Самара, 2015. С. 116-119.

⁴ Азарова Р.И. Досуг современной молодежи // Внешкольник. 2003. № 10. С. 205.

⁵ Виноградова Н.Д. Морально-волевые качества личности. М., 2007. С. 41-65.

THE IMPORTANCE OF PHYSICAL CULTURE IN THE SOCIALIZATION OF THE INDIVIDUAL

© 2017 Shihovtsova Lyudmila Gennadevna
Senior Lecturer

© 2017 Otpushennikova Viktoriya Sergeevna
Student

Samara State University of Economics
E-mail: viktoriya_otpushennikova@mail.ru

Keywords: socialization; personality; sports.

The article considers the problems of the influence of sports on the formation of a healthy and developed personality. The factors that influence the socialization of the student's personality are determined. The term "personality" is interpreted from the point of view of the influence of sport on the individual. Each person undergoes a process of social interaction and the accumulation of certain personality traits. This will help not only the acquired knowledge of the course of preparation in higher education, but also physical training.

ТРАВМЫ ВОЛЕЙБОЛИСТОВ НА ИГРОВОЙ ПЛОЩАДКЕ

© 2017 Шиховцова Людмила Геннадьевна

старший преподаватель

© 2017 Федотчева Анастасия Сергеевна

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: fedotcheva.n@mail.ru

Ключевые слова: волейбол, травмы, травматизм, причины травматизма.

Современный спортивный волейбол предъявляет высокие требования к функциональному состоянию организма, к физическим качествам игрока. Физические нагрузки во время волейбольной встречи весьма высоки, и чтобы к этим нагрузкам хорошо подготовиться, спортсмены систематически и настойчиво тренируются.

Волейбол - командная спортивная игра, в ходе которой две команды соревнуются на игровой площадке, разделенной сеткой, стремясь направить мяч на площадку противника так, чтобы он оказался в пределах площадки соперника, либо игрок-соперник допустил ошибку.

Волейбол - неконтактный, комбинационный вид спорта, в котором конкретный игрок имеет определенную специализацию на игровой площадке. Волейболист, как правило, должен обладать такими важными особенностями, как прыгучесть, с целью способности выше выпрыгивать над сеткой, реакция, координация движений и Важнейшими качествами для игроков в волейбол являются прыгучесть для возможности высоко подняться над сеткой, реакция, координация, физическая сила для результативного процесса атакующих ударов.

Избыток нагрузки, который не соответствует возможностям организма и подготовленности спортсмена, зачастую влечет за собой переутомление организма. Частый поток нагрузок может послужить причиной развития тяжелых заболеваний и травм у игроков. Реабилитация организма после нагрузок, которые спортсмен выполняет на тренировках, зависит от таких моментов как период подготовки, квалификация, пол, состояние здоровья и физическое развитие конкретного субъекта. Наилучшим способом реабилитации, по мнению многих ученых, является сон.

Травмы в волейболе встречаются относительно редко, если сопоставлять степень травм с иными видами спорта, например баскетбол или хоккей, где игроки непосредственно контактируют между собой. В основном в волейболе встречаются следующие виды повреждений: наиболее распространены травмы лодыжки, так же встречаются травмы пальцев кисти, травмы колена и плеча.

Игра под сеткой в рассматриваемом виде спорта является наиболее напряженной и интенсивной, именно по этой причине большая часть травм приходится на момент атаки и блока. И естественно, что наибольшее количество травм, особенно травм лодыжки, соответственно травмам подвержено как минимум три игрока - нападающие первого и второго темпа (доигровщики и центральный блокирующий).

Растяжение связок лодыжки - самая распространенная травма у игроков. По статистике, более половины произошедших случаев на игровой площадке приходились именно на лодыжку. Распространенным механизмом травмы лодыжки считается приземление на стопу иного игрока, зачастую на стопу противника при блоке. Основу риска травмы составляет предыдущее растяжение связок. Согласно сведениям Bañg в 79% случаев травма лодыжки была повторной, и лишь 5% случаев характеризовались первичной травмой. Было установлено, что в течение первых 6-12 месяцев после травмы риск повторной травмы возрастает в 6-10 раз¹.

В настоящее время, наверное, не встретится ни одного волейболиста, который не сталкивался с травмой пальцев. Эта травма в рассматриваемом спорте встречается довольно часто. Обычно травма случается, когда игрок ставит блок и удар приходится по отставленным пальцам. В лучшем случае, что может ожидать игрока - микротравма связок, в худшем же случае это оборачивается вывихом и переломом пальцев. Самой тяжелой является повреждение пястно-фалангового сустава, потому что данный сустав не так просто закрепить, и обычно необходима пауза в тренировках. Травма может произойти вследствие удара по выпрямленному пальцу, из-за чего возможно смещение костей в пястно-фаланговом суставе и повреждение коллатеральных связок. В крайних случаях может произойти вывих в конкретном суставе.

Травма колена - едва ли не самая частая у волейболистов. Повреждения могут быть острые и усталостные, причем последние являются постоянными. Тендинит надколенной связки, которую в народе прозвали "коленом прыгуна" характеризуется первоначально болью на инсерционном участке или в четырехглавом сухожилии в районе верхнего или у нижнего полюса надколенника, как вариант - в районе бугристости большеберцовой кости.

"Колено прыгуна" прослеживается практически у 50 % представителей сильного пола. Причиной служит вырождающиеся явления, определенная дегенерация и присутствие микроскопических рубцов в тканях сухожилий, особенно в таких местах, где наблюдается соединение сухожилия с костью. У женского пола "колено прыгуна" встречается реже, кроме того, травма чаще возникает при игре в зале, чем на пляже. Зачастую встречается заболевание и при резком повышении физической активности, например, при переходе от юниорского уровня игры к профессиональному с ежедневными тренировками. Некоторые специалисты считают, что "колено прыгуна" чаще встречается у тех спортсменов, которые выше прыгают и после глубоко приседают при приземлении, таким образом, коленный сустав значительно сгибается. И следует отметить, что заболевание достаточно часто встречается у спортсменов с большей массой тела и объемами тела, вернее, отношениями объемов друг к другу.

При занятии спортом движения в плечевом суставе выполняются с максимальной амплитудой и очень высокой угловой скоростью, что предрасполагает сустав к травмам.

Механизм метания можно разделить на три части: 1) поднимание, 2) ускорение, 3) сопровождение.

Поднимание приводит к тому, что плечевая кость оказывается отведенной на 90° , максимально горизонтально разогнутой и вывернутой наружу. Это происходит менее чем за 0,14 с. Вращающий момент, действующий на переднюю суставную капсулу, равен 17 000 кг/см. Это движение, в основном, выполняется дельтовидной мышцей с минимальным участием вращательной манжеты и завершается большой грудной и широчайшей мышцей спины.

Ускорение инициируется внутренней силой вращения широчайшей мышцы спины и грудной мышцей. В момент ускорения двуглавая мышца пребывает в покое. В течение короткого промежутка времени происходит обратимость силы, вследствие чего достигается пик вращающего момента 17 000 кг/см.

Сопровождение представляет собой продолжение движения руки вперед во внутреннее вращение с горизонтальным сгибанием руки поперек тела. Задние мышцы вращательной манжеты обеспечивают эксцентрический замедляющий момент вращения, который равен пиковым значениям других производимых усилий. Этот этап является более интенсивным по отношению к вышеописанным. Исследование биомеханики метания показывает развитие экстремальных скоростей и вращающих моментов. Такие высокие требования обуславливают вероятность возникновения травмы вследствие любого мышечного дисбаланса или дисбаланса суставов наряду с плохой техникой.

Способность правильно группироваться при падении предотвратит многие травмы, такие как ушибы, синяки и более серьезные повреждения. Падение - это крайний случай, в котором принятие мяча другим способом невозможно. Данным способом нельзя злоупотреблять и заменять им свою лень "выходить" под мяч. Необходимо дорабатывать ногами, и только в крайнем случае падать, когда игрок осознает, что принятие мяча иначе не представляется возможным².

Соблюдение следующих принципов дает возможность уменьшить риск получения травм у волейболистов.

Правильная организация тренировочного процесса

При игре в волейбол спортсмены получают анаэробную нагрузку, что означает короткую по интенсивности нагрузку, энергия, для выполнения которой вырабатывается в мышцах без участия кислорода. Именно аэробные упражнения, согласно научным сведениям, укрепляют сердечно-сосудистую систему, дыхательные мышцы и способствуют увеличению выносливости всего организма.

Игрокам необходимо быть в хорошей физической форме, что увеличивает возможность быстрого восстановления как между отдельными розыгрышами во время игры, так и после матчей. Но сила и выносливость необходима не только для успешного выступления в соревнованиях, но и для предотвращения травматизма. Особую роль играет предварительная разминка и "заминка" (растяжка) после игры или тренировки, которые готовят спортсмена к предстоящим нагрузкам или способствуют быстрому восстановлению³.

Правильное восстановление

Своевременный отдых необходим с целью эффективной деятельности спортсмена так же, как и правильная тренировка. Спортсмены, которые тренируются слишком упорно, никак не предоставляют собственному телу достаточного количества времени для восстановления, что приводит к увеличению риска получения травмы.

Умение выдерживать тренировки и потребности в отдыхе и восстановлении индивидуальны для конкретного спортсмена, и это немало усложняет работу тренера по составлению плана занятий, т.к. он должен тренировать всех игроков команды. Спортсмены, которые целенаправленно тренируются без своевременного отдыха, рискуют заработать синдром физического и психологического утомления, известный как "профессиональное перегорание".

В заключение хочется сказать для того чтобы предотвратить травму, следует тщательно подходить к выполнению абсолютно всех элементов игры. Пристальное внимание необходимо уделять подачам и блокам, так как во время их плечи испытывают усиленную импульсивную нагрузку. Конечно, совсем избежать травм не получится. Именно поэтому нужно всегда тренироваться и играть только в специализированной экипировке. Речь идет в первую очередь, о кроссовках, предназначенных именно для волейбола. А также о комплекте формы. Правильная техника является основой профилактики заболеваний плечевых суставов.

¹ Данилова Г.Р., Кириллова Т.Г. Травмы в волейболе // Педагогико-психологические и медико-биологические проблемы физической культуры и спорта. 2009. № 3. С. 48-51.

² Платонова Н.И. Волейбол как средство развития физических качеств студентов вузов // Концепт. 2016. № 7. С. 1-6.

³ Шиховцов Ю.В., Николаева И.В. Современный подход к методике обучения волейболистов защитным действиям в поле // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2012. № 10 (96). С. 125-129.

INJURY OF VOLLEYBALL PLAYERS ON THE PLAYGROUND

© 2017 Shihovtsova Lyudmila Gennadevna

Senior Lecturer

© 2017 Fedotcheva Anastasia Sergeevna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: fedotcheva.n@mail.ru

Keywords: volleyball, trauma, injuries, causes of injury.

Modern sport volleyball makes high demands on the functional state of the body, the physical qualities of the player. Physical loads during the volleyball meeting are very high, and to prepare well for these loads, athletes are systematically and aggressively trained.

ЭКОЛОГИЯ

УДК 37.03.371

ФОРМИРОВАНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ КАК СПОСОБ РЕШЕНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ПРОБЛЕМ

© 2017 **Измайлов Айрат Маратович**

кандидат экономических наук, старший преподаватель
Самарский государственный экономический университет

© 2017 **Абдрахимов Владимир Закирович**

доктор технических наук, профессор
Самарский государственный экономический университет

© 2017 **Кайракбаев Аят Крымович**

кандидат физико-математических наук, доцент
Актюбинский университет им. С. Баишева, г. Актобе, Республика Казахстан

© 2017 **Абдрахимова Елена Сергеевна**

кандидат технических наук, доцент
Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С.П. Королева

© 2017 **Пичкуров Сергей Николаевич**

кандидат экономических наук, доцент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: 3375892@mail.ru, fikr@bk.ru

Ключевые слова: экологические проблемы, экологическое образование, охрана окружающей среды, природные ресурсы.

Показано, что всестороннее осмысление экологических проблем имеет большое педагогическое значение, так как позволяет понять законы устойчивости жизни, оценить сущность и степень антропогенного воздействия на природу, выявить характер противоречий в развитии отношений между обществом и природой. Качественное экологическое образование способствует сохранению природной экосистемы. Высшее профессиональное образование должно реализовывать концепцию человеческого капитала в условиях экологического кризиса, что требует творческих подходов

к построению образовательного процесса, перехода образования от предметно-информационного к профессионально-деловому, от констатирующего - к опережающему и перспективному.

Всестороннее осмысление экологических проблем имеет большое педагогическое значение, так как позволяет понять законы устойчивости жизни, оценить сущность и степень антропогенного воздействия на природу, выявить характер противоречий в развитии отношений между обществом и природой¹.

Термин "экология" возник в конце XIX в. и происходит от греческих слов "ойкос" - дом, жилище, место обитания и "логос" - наука². Буквально под экологией можно понимать науку о месте обитания. Первоначально экология была разделом биологической науки, наукой об отношениях живых организмов и окружающей среды, о связи между организмами и средой их обитания³.

Главное в том, что при изучении "экологии" в соответствующей отрасли понимается, прежде всего, окружающая природная среда, в которую не входит промышленная, криминогенная, социальная среда. Изучая экологию, мы имеем в виду лишь природную сторону места обитания, природную характеристику окружающей среды. При этом изучаются воздействие промышленности на нее - антропогенное воздействие, закономерности обеспечения экологического правопорядка и предупреждения экологических преступлений, социальная направленность охраны окружающей (прежде всего - природной) среды. Антропогенный фактор - непосредственное воздействие человека на окружающую природную среду, приводящее к нарушению естественных экосистем⁴.

Приведенные в последние десятилетия экологические исследования во многих странах мира показали, что возрастающее разрушительное воздействие антропогенных факторов на окружающую среду привело ее на грань кризиса⁵. Современный этап развития человечества отличается высокими темпами совершенствования и распространения технологий активно изменяющих жизнь людей⁶. Однако вместе с этим усложняются и глобальные проблемы, с которыми человечество вынуждено сталкиваться, которые оно само же и создает.

Высшее профессиональное образование должно реализовывать концепцию человеческого капитала в условиях экологического кризиса, что требует творческих подходов к построению образовательного процесса, перехода образования от предметно-информационного к профессионально-деловому, от констатирующего - к опережающему и перспективному⁷.

Концепция устойчивого развития цивилизации, которую приняли 178 стран мира еще в 1992 г. в городе Рио-де-Жанейро, призывает к необходимости максимально использовать промышленные отходы и создавать малоотходные технологии⁸.

В настоящее время, эффективность работы всех отраслей промышленности необходимо оценивать с точки зрения баланса между массой основного продукта и объемом образуемых техногенных отходов.

Решение экологической ситуации в США начали с закона о национальной политике в области охраны окружающей среды, а затем перешли к детальному регулированию различных аспектов природопользования, которое провели в жизнь с помощью внедре-

ния административных процедур и неуклонного выполнения установленных государственных норм, восприятия к ним высочайшего уважения граждан.

Приоритетное направление в экологии

Необходимо подчеркнуть, что приоритет в экологическом праве отдается человеку, его здоровью, жизни, их охране от вредного воздействия окружающей природной среды в силу техногенных и антропогенных отрицательных воздействий. В этом плане осуществляются меры по предупреждению таких воздействий и быстрому реагированию на них в целях ликвидации последствий.

Поэтому в преамбуле устава Всемирной Организации Здравоохранения (ВОЗ) записано: "Здоровье - это состояние полного физического, духовного и социального благополучия, а не только отсутствие болезней или физических дефектов". Однако такое столь широкое определение является несколько спорным, поскольку социальное благополучие человека не всегда совпадает с состоянием его организма. Структура факторов, влияющих на здоровье человека, выглядит следующим образом⁹:

- условия и образ жизни - 50 - 55%;
- состояние окружающей среды - 20 - 25%;
- наследственные факторы - 15 - 20%;
- здравоохранение - 10 - 12%.

Сама охрана окружающей среды не является самоцелью. Ее главная задача заключается в обеспечении реальных гарантий прав человека и гражданина на здоровую и благоприятную для жизни окружающую среду, экологических условий для жизни, труда и отдыха населения.

Практически человечество в начале XXI в. века уже вышла за пределы возможности планеты, поэтому у общечеловечности всего мира вызывает тревогу современного состоянии окружающей среды¹⁰.

Рациональное использование природных ресурсов предполагает учет законов природы и потенциальных возможностей окружающей среды. Рационализм природопользования заключается в том, чтобы постоянно поддерживать такое состояние, когда возможно оптимальное воспроизводство природных ресурсов, когда не допускаются необратимые последствия для окружающей среды.

Экологическое образование - необходимое России

Экологическое образование - это непрерывный процесс обучения, воспитания и развития личности, направленный на формирование системы научных и практических знаний, ценностных ориентаций, поведения и деятельности, обеспечивающих ответственное отношение человека к окружающей социально-природной среде. Экологическое образование представляет целостную систему, охватывающую всю жизнь человека. Оно также ставит своей целью формирование мировоззрения, основанного на представлении о единстве с природой.

Состояние окружающей среды значительно влияет на здоровье человека, поэтому статьей 42 Конституции РФ гарантировано право каждого на благоприятную окружаю-

щую среду, достоверную информацию о ее состоянии и на возмещение ущерба, причиненного здоровью или имуществу экологическим правонарушением.

Под вредом окружающей среды понимается (ст. 1 Федерального закона от 10.01.2002 №7-ФЗ "Об охране окружающей среды") негативное изменение окружающей среды в результате ее загрязнения, повлекшие за собой дегидратацию естественных экологических систем и истощения природных ресурсов. Кроме того, в законе указано, что каждый обязан сохранять природу и окружающую среду. Бережно относиться к природным богатствам, которые являются основой устойчивого развития, жизни и деятельности народов, проживающих на территории Российской Федерации.

Всестороннее осмысление экологических проблем имеет большое педагогическое значение, так как позволяет понять законы устойчивости жизни, оценить сущность и степень антропогенного воздействия на природу, выявить характер противоречий в развитии отношений между обществом и природой. Для готовности организма к адаптации и эффективности в ее осуществлении значительную роль играют факторы, укрепляющие организм. К ним можно отнести рациональное питание, обоснованный режим, некоторые медикаментозные средства, физическую тренировку, закаливание.

В 30-50-е годы формирование отношения молодежи к природе основывалось на "преобразовании" природы, которое провозгласил И.В. Мичурин: "Мы не можем ждать милости от природы, взять их у нее - наша задача". В школьных программах по естествознанию и в сельскохозяйственных вузах, в преподавании четко просматривается сдвиг на "покорение" природы и использование ее неисчерпаемой кладовой. Эта программа просуществовала фактически до 60-70-х годов, когда на первый план выступила общенациональная система охраны "покоренной" природы, но с большим опозданием.

В условиях современного экологического кризиса, преодоление которого может обеспечить сохранение человечества на планете, основой нравственного воспитания и образования человека становится разработка принципов рационального взаимоотношения человека и природы. В этой связи экологическое образование студентов и воспитание школьников приобретают важное значение.

Раздумывая над путями совершенствования человека, нельзя не видеть, что оно происходит, прежде всего, через передачу необходимых качеств от человека к человеку, от поколения к поколению посредством культуры и образования.

Экологическое образование предполагает обучение бережному отношению человека к окружающему миру и вместе с тем совершенствованию внутреннего мира самого человека. Только осознанием себя как части микромира, связанной с ним бесчисленными неразрывными связями, позволяет строить гармоничные отношения с окружающей средой.

Таким образом, в связи с острой необходимостью охраны и рационального использования природных ресурсов, необходимо усилить экологическое воспитание студенческой молодежи и дальнейшее развитие сотрудничества между общественными организациями и государственными структурами, разработать совместные меры по дальней-

шему совершенствованию координации работы государственных и общественных, в том числе молодежных, организаций, совершенствовать учебные планы высших учебных заведений, профессиональных колледжей и академических лицеев. Усилить работу по подготовке и публикации научно-популярной литературы, посвященной экологическому образованию и экологическому воспитанию студенческой молодежи.

¹ Лобачев Д.А., Абдрахимов В.З. Инновационное направление по экологическому образованию для специалистов по физической культуре // Инновационные проекты и программы в образовании. 2016. № 3. С. 16-19.

² Боголюбов С.А. Экологическое право. М. : Юрист, 2004. 430 с.

³ Абдрахимов В.З. Вопросы экологии и утилизации техногенных отходов в производстве керамических композиционных материалов. Самара : Самар. акад. гос. и муницип. управления, 2010. 160 с.

⁴ Абдрахимов В.З. Концепция современного естествознания. Самара : Самар. гос. экон. ун-т, 2015. 340 с.

⁵ Измайлов А.М., Абдрахимов В.З. Проблемы экологического образования // Российская наука: актуальные исследования и разработки // Сборник научных трудов II Всероссийского заочной научно-практической конференции. Самара : Самар. гос. экон. ун-т, 2016. С. 25-29.

Измайлов А.М., Абдрахимов В.З., Пичкуров С.Н., Лобачев Д.А., Репин М.В. Экологическое состояние в Самаре как отражение экологического кризиса в России // Наука XXI века: актуальное направления развития : сб. науч. тр. VI Междунар. заоч. науч.-практ. конференции. Самара : Самар. гос. экон. ун-т, 2017. Вып. 2, ч. 1. С. 33-40.

⁶ Измайлов А.М., Абдрахимов В.З., Лобачев Д.А. "Зеленая" экономика - как одно из направлений решения глобальных проблем современности // Отходы и ресурсы. 2016. Т. 3, № 3. С. 1-10.

⁷ Абдрахимов В.З., Абдрахимова Е.С., Лобачев Д.А. Экологическое образование для специалистов по управлению отходами производств способствует развитию "зеленой" экономики // Педагогическое образование в России. 2016. № 4. С. 161-167.

Абдрахимов В.З. Экологическое образование способствует развитию "зеленой" экономики // Наука XXI века: актуальное направления развития : сб. науч. тр. III Междунар. заоч. науч.-практ. конференции. Самара : Самар. гос. экон. ун-т, 2016. Вып. 1, ч. 2. С. 59-61.

Абдрахимов В.З., Лобачев Д.А., Абдрахимова Е.С. Проблема экологического образования не способствует развитию "Зеленой" экономики // Экология и промышленность России. 2016. Т. 20, № 11. С. 59-63.

⁸ Кайракбаев А.К., Абдрахимов В.З., Абдрахимова Е.С. Исследование регрессивным методом зависимости отходов топливно-энергетической промышленности на сушильные свойства стеновой керамики // Экология и промышленного производства. 2015. № 1. С. 6-10.

Абдрахимов В.З., Кайракбаев А.К., Абдрахимова Е.С. Экологическая и экономическая целесообразность использование глиежей в производстве керамических материалов на основе межсланцевой глины // Экологические системы и приборы. 2017. № 9. С. 43-52.

Никулина Е.Ю., Плаксина И.А., Абдрахимов В.З., Кайракбаев А.К., Лобачев Д.А., Абдрахимова Е.С. Современные приоритеты развития "зеленой" экономики с учетом использования отходов нефтедобычи и нефтехимии в производстве керамических стеновых материалов // Экологические системы и приборы. 2015. № 4. С. 43-52.

⁹ Абдрахимов В.З., Абдрахимова Е.С. Фазовый состав керамических изделий на основе отходов горючих сланцев, углеобогащения, нефтедобычи и золошлаковых материалов // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. 2013. Т. 15, № 4. С. 82-95.

¹⁰ Абдрахимова Е.С., Абдрахимов В.З. Инновационные направления по использованию отходов углеобогащения и межсланцевой глины в производстве теплоизоляционных материалов // Энергосбережение и водоподготовка. 2017. № 2. С. 54-58.

THE FORMATION OF ENVIRONMENTAL EDUCATION AS A WAY OF SOLVING ENVIRONMENTAL PROBLEMS

© 2017 Izmailov Ayrat Maratovich

Candidate of Economic Sciences, Senior Lecturer
Samara State University of Economics

© 2017 Abdrakhimov Vladimir Zakirovich

Doctor of Technical Sciences, Professor
Samara State University of Economics

© 2017 Kayrakbaev Ayat Klimovich

Candidate of Physico-Mathematical Sciences, Associate Professor
Aktobe University after S. Baishev, Aktobe, Kazakhstan

© 2017 Abdrakhimova Elena Sergeevna

Cand. of Technical Sciences, Associate Professor
Samara National Research University

© 2017 Pechkurov Sergey Nikolaevich

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Samara State University of Economics
E-mail: 3375892@mail.ru, fikr@bk.ru

Keywords: ecological problems, environmental education, environmental protection, natural resources.

The work shows that a full understanding of environmental problems is of great pedagogical value as it allows to understand the laws of life stability, to evaluate the nature and extent of human impact on nature, to find out the nature of contradictions in the development of relations between society and nature. Quality environmental education facilitates the preservation of natural ecosystems. Higher vocational education must implement the concept of human capital in conditions of ecological crisis that calls for creative approaches to construction of educational process, the transition of education from subject-information professional and business, ascertaining - to progressive and promising.

К ВОПРОСУ ОБ ЭКОЛОГИЧЕСКОМ ТЕРРОРИЗМЕ

© 2017 Коробова Александра Петровна

кандидат юридических наук, доцент

© 2017 Исаев Максим Сергеевич

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: Roqst@yandex.ru

Ключевые слова: экологический терроризм, радикализм, защита природы, экосаботаж, эконвайронменталисты.

Статья посвящена анализу такого понятия, как экологический терроризм. Изучаются вопросы квалификации данного явления в правовой науке и практике.

Никто не спорит с утверждением том, что окружающая среда нуждается защите от человеческой деятельности. Однако находятся те, кто на призыв защищать природу откликается слишком рьяно, иногда действуя в антиправовом поле. С другой стороны, находятся и те, кто о защите природы думает в последнюю очередь и не гнушается путем умышленного воздействия на окружающую среду сделать невозможными условия существования человека на определенной территории. В обоих случаях речь идет об экологическом терроризме.

Это явление возникло во второй половине XX-го столетия, когда, с одной стороны, возникла острая необходимость в защите природы и человека от вредных воздействий промышленности¹, с другой, когда резко обострилась международная политическая обстановка в мире и страны искали различные способы уничтожения противника, в числе которых были и варианты использования биологического оружия. И на фоне этого популярность обретают международные радикальные группировки, которые для достижения своих преступных целей готовы пойти на любые меры.

Поэтому, уже традиционно, принято делить экологический терроризм на два вида. Первый - это действия радикально настроенных защитников природы против лиц, которые, по их мнению, наносят природе непоправимый вред и не несут за это должной ответственности. В связи с этим они считают своим долгом остановить деятельность таких организаций. Второй вид террористической деятельности наиболее опасен для общества, ведь конечной целью этого вида экологического теракта является сделать невозможной нормальную жизнедеятельность человека².

Общим элементом, характерным для всех видов террористической деятельности, в том числе и для экотерроризма, является акция устрашения. Именно этот общий элемент состава преступления дает нам основание говорить, что хоть это и два разных вида, но не исключительно разные явления, как утверждает профессор А.В. Герасимов³. Этот вывод мы можем сделать из п.1 Постановления Пленума Верховного Суда "О некоторых вопросах судебной практики по уголовным делам о преступлениях террористиче-

ской направленности", в котором говорится, что целью совершения акции устрашения является воздействие на принятие решений органами власти или международными организациями. Это положение в большей мере применительно к экотерроризму радикальных защитников природы. П. 3 данного Постановления говорит нам, что теракты могут совершаться путем причинения значительного имущественного ущерба либо наступления иных тяжких последствий, сопоставимых по последствиям со взрывом или поджогом, например, устройство аварий на объектах жизнеобеспечения; разрушение транспортных коммуникаций; заражение источников питьевого водоснабжения и продуктов питания; распространение болезнетворных микробов, способных вызвать эпидемию или эпизоотию и т.д.⁴ Здесь мы можем увидеть объективную сторону второго вида экотерроризма.

В правовой науке зарубежных стран нередко возникает разногласие: а существует ли вообще 1-й вид экологического терроризма? Для этого специально был введен новый термин экосаботаж (экотаж)⁵. Введение в обиход данного термина видится неслучайным. Этот термин выглядит более стилистически нейтральным, чем терроризм, однако видится проблема разграничения саботажа и теракта, ведь и тот и другой вид преступления создает угрозу жизни и здоровью людей, имуществу, оказывает давление на общественное мнение, организации и государство. Поэтому введение данного термина больше похоже на "обеление" экотерроризма. Для подтверждения данного тезиса необходимо рассмотреть конкретные примеры и убедиться, что большинство противозаконных и провокационных акций энвайронменталистов имели бы состав ст. 205 УК, если бы они проходили на территории России.

Как таковых прецедентов экологического терроризма в России со стороны "зеленых" нет. Наибольшая активность наблюдается в США. Например, представители ФБР по Нью-Йорку полагают, что наибольшую опасность представляют не нацисты, ККК и расисты, а... члены радикальных экологических организаций и групп защиты животных. Оказалось, что защитники животных за два последних десятилетия совершили сотни особо опасных преступлений: поджоги, взрывы, убийства, нанеся ущерб на сумму более 100 млн. долларов. "Экологи" нападают на объекты тех компаний, которые, по их мнению, составляют опасность для окружающей среды и животного мира. Экотерроризм в США стал реальностью. Особую противоправную активность здесь проявляют члены Фронта освобождения животных (ALF), которые выступают против использования животных в медицинских экспериментах, а также Фронта освобождения Земли (ELF), защищающего путем насилия природную среду от уничтожения и эксплуатации. Наиболее крупные акции ELF - поджоги горнолыжного курорта в Вейле (1996 год), бюро по управлению земельными ресурсами в штате Орегон (1997 год), жилого комплекса в Сан-Диего, штат Калифорния (2003 год). Как видно из этого примера, экотеррористы совершили целую цепочку поджогов, взрывов, направленных на то, чтобы заставить правительство США принять определенное решение. Поэтому сомневаться, что эти действия являются терактами, не приходится. Этой же точки зрения придерживается ФБР и АНБ⁶. В конечном итоге, Фронт освобождения животных и некоторые другие организации по защите природы встали в один ряд террористических организаций наравне с Аль-Каидой и Хезболлой.

Таким образом, однозначно говорить о том, что террористическая деятельность "зеленых" - это всего лишь излишне крайний радикализм, который западные СМИ назы-

вают терроризмом, чтобы привлечь внимание читателей⁷, нельзя. Квалифицировать деяние как терроризм необходимо исходя из конкретной ситуации и обстоятельств дела. Касаемо российского законодательства, то экологический терроризм можно квалифицировать по ст. 205 УК РФ, и введение дополнительного состава преступления в уголовное законодательство не требуется. Касаемо менее опасных акций радикальных природоохранных организаций и активистов, то в зависимости от характера последствий и субъективной стороны могут попадать, например, под ст. 213 "Хулиганство" или под ст. 167 "Умышленное уничтожение или повреждение чужого имущества".

Подводя итоги, хочется отметить, что природоохранная деятельность неправительственных организаций и активистов не должна выходить за рамки закона. Противозаконными методами невозможно достичь положительного результата, и это касается не только экотерроризма.

¹ Шехова Н.В. Экологизация потребления в целях уменьшения экологического ущерба // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 8 (106).

² Тисленко Д.И. Экологический терроризм: понятие и структурный анализ // Охрана окружающей среды и экологическая безопасность : материалы регион. науч. экол. студенч. юрид. конф. Тамбов, 2004.

³ Герасимов А.В. Экологический терроризм как потенциальная угроза: проблемы осознания и противодействия. URL: <http://www.samoupravlenie.ru/40-11.php> (дата обращения: 01.10.2017).

⁴ О некоторых вопросах судебной практики по уголовным делам о преступлениях террористической направленности : постановление Пленума Верховного Суда РФ от 09.02.2012 № 1. URL: <https://rg.ru/2012/02/17/terrorizm-dok.html> (дата обращения: 01.10.2017).

⁵ Словарь по гуманитарной экологии // Популярный словарь по экологической этике и гуманитарной экологии / В.Е. Борейко. Киев, 2003. Вып. 22.

⁶ ФБР: экотеррористы - новая угроза Америке. 20.05.2005. URL: <http://www.newsru.com/world/20may2005/fbiter.html> (дата обращения: 30.09.2017).

⁷ Богословский М.М., Тихонов М.Н. Экологический терроризм как глобальная проблема современности. 01.12.2015. URL: <http://www.proatom.ru/modules.php?name=News&file=article&sid=6404> (дата обращения: 30.09.2017).

TO THE QUESTION OF ENVIRONMENTAL TERRORISM

© 2017 Korobova Alexandra Petrovna

Candidate of Jurisprudence, Associate Professor

© 2017 Isaev Maxim Sergeevich

Student

Samara State University of Economics

E-mail: Roqst@yandex.ru

Keywords: ecological terrorism, radicalism, nature protection, eco-sabotage, environmentalists.

The article is devoted to the analysis of such a concept as ecological terrorism. The issues of qualification of this phenomenon in the legal science and practice are being studied.

ЭКОЛОГИЧЕСКОЕ СОСТОЯНИЕ МУНИЦИПАЛЬНОГО РАЙОНА КАМЫШЛИНСКИЙ САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ И ПУТИ ЕГО УЛУЧШЕНИЯ

© 2017 Крючкина Дарья Вячеславовна
студент

© 2017 Сидоров Александр Аркадьевич
доктор биологических наук, профессор
Самарский государственный экономический университет
E-mail: sidorov120559@yandex.ru

Ключевые слова: экологическое состояние, муниципальный район Камышлинский Самарской области, пути улучшения.

Показано экологическое состояние муниципального района Камышлинский Самарской области и предложены наиболее актуальные пути его улучшения.

Муниципальный район Камышлинский относительно небольшой и расположен на северо-востоке Самарской области, которая считается в целом экологически неблагополучной, но стабильной¹. Его территория разделяется рекой Сок на значительно различающиеся по формам рельефа местности. Южную (левобережную) составляющую, достаточно ровное, но постепенно понижающееся плато водораздела двух рек (Сок и Большой Кинель). И северную (правобережную) возвышенную часть, иссеченную малыми речками и оврагами².

Уникальна природа района, где в континентальном климате умеренных широт встречается богатейшее разнообразие флоры и фауны различных природно-климатических зон. С точки зрения ее охраны выделены 10 ООПТ, наиболее крупные из которых Ульяновско-Байтуганское междуречье (900 га), Осиновый и осиново-липовый древостой (660 га), Дубрава кленово-ясенниковая (500 га). Оберегаются другие природные объекты: элементы возвышенности (Гора Каратал чагыл (Куратас-Чагы), родники, сероводородные источники с целебной водой и грязью.

Производственная сфера района представлена предприятиями - загрязнителями природной среды: сельского хозяйства (10 колхозов, ассоциация крестьянских хозяйств, 26 крестьянских фермерских хозяйств), промышленности (Камышлинский промкомбинат и молокозавод), транспорта (АООТ "Автотранспортное предприятие" и АООТ "Камышлагропромтранс"), наиболее крупные природопользователи - ООО "Байком" и ООО "Байтек", занимающиеся добычей нефти.

Радиационное состояние территории м.р. Камышлинский стабильно и находится в пределах естественного радиационного фона. Возросло количество зарегистрированных

стационарных радиоэлектронных средств с 72 (2015 г.) до 90 объектов (2016 г.), или за год на 25%. Контроль качества воды поверхностных водных объектов здесь стационарными пунктами наблюдения не осуществляется, разовых обследований в последние годы не проводилось. Количество объектов негативного воздействия на окружающую среду, подлежащих региональному экологическому надзору, увеличилось с 82 ед. в 2014 г. до 99 ед. в 2015 г., на 17 объектов за два года или на 21%.

Одним из источников загрязнения атмосферного воздуха выступает автотранспорт, его количество в районе колеблется от 3,663 тыс. единиц в 2014 г. до 3,603 тыс. единиц 2015 г., уменьшение на 2%. Концентрации загрязняющих веществ находились на уровне 0,1-0,3 ПДК³. Можно отметить, рост количества стационарных источников выбросов загрязняющих веществ в атмосферу, при снижении объемов их выбросов (табл. 1).

Таблица 1

Данные о негативном воздействии на окружающую среду в м.р. Камышлинский

Наименование и размерность показателя	Ед. изм.	Показатели	
		2014 г.	2015 г.
Количество стационарных источников выбросов загрязняющих веществ в атмосферу	ед.	207	216
Объемы выбросов загрязняющих веществ в атмосферу от стационарных источников	тыс. т в год	0,301	0,288
Забор воды из природных водных объектов, в том числе поверхностных	млн. м ³ в год	0,29	0,29
Использовано свежей воды		0	0
Сброс сточных вод в поверхностные водные объекты, в том числе загрязненных:		0,27	0,27
из них недостаточно очищенных		0,04	0,04
Лицензированные объекты захоронения отходов	ед.	0,04	0,04
Объем захоронения отходов на лицензированных объектах захоронения, всего	тыс. т	0	0

Показатели водопользования и отведения воды практически не менялись. Хозяйственно-питьевое водоснабжение осуществляется только за счет подземных вод. Очистные сооружения в районном центре производительностью 200 м³/сутки, построенные в 1987 году, используют биологический тип очистки. К сожалению, продолжается сброс загрязненных сточных вод в поверхностные водные объекты.

В районе отсутствуют лицензированные объекты захоронения отходов, соответственно актуальным является ликвидация несанкционированных мест размещения отходов. В 2015 г. их ликвидировано на 8 местах, а в 2016 г. - на 25 местах, увеличение в 3 раза. Вместе с тем, известны современные биотехнологические методы переработки отходов⁴. При этом новая отрасль биоэкономики бурно развивается⁵.

Удельные показатели воздействия негативных факторов в м.р. Камышлинский в последние годы стабилизировались (табл. 2).

Удельные показатели негативного воздействия в м.р. Камышлинский

Показатели	Выбросы загрязняющих веществ		Забор воды из природных водных объектов м ³ /год на одного жителя	Сброс загрязненных сточных вод в поверхностные водные объекты, м ³ /год на одного постоянного жителя	Доля ООПТ в общей площади территории, %	Объем образования отходов	
	т/год на одного жителя	т/км ² в год				т/год на одного жителя	т/км ² в год
2014 г.	0,03	0,37	26,28	3,63	2,0	0,01	0,09
2015 г.	0,03	0,35	26,58	3,67	2,4	0,01	0,09

Большинство из них в сравнении со среднеобластными показателями имеют позитивную динамику. Исходя из этого, м.р. Камышлинский по экологическому состоянию выглядит как один из положительных и наиболее экологически чистых территорий Самарской области. Вместе с тем, актуальным остается решение проблемы сброса загрязненных сточных вод в природную среду и цивилизованное обращение с отходами.

Основные пути улучшения экологического состояния м.р. Камышлинский можно определить по актуальным нерешенным проблемам, остается важным дальнейшее развитие экологического образования и образованности среди местного населения⁶.

Необходимо строительство очистных сооружений с целью недопущения сброса загрязненных сточных вод в природную среду; строительство объектов захоронения промышленных и бытовых отходов. Продолжить работу по развитию особо охраняемых природных территорий и водоохраных зон; обеспечению элементами системы сбора и удаления отходов; оформлению аварийно-опасных бесхозных гидротехнических сооружений в собственность района; ликвидации несанкционированных мест размещения отходов; озеленению и благоустройству жилой территории.

¹ Сидоров А.А. Природно-ресурсный потенциал устойчивого развития сельских территорий Самарской области // Проблемы развития предприятий: теория и практика : материалы 11-й Международ. науч.-практ. конф., 15-16 нояб. 2012 г. Самара : Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2012. Ч. 4. С. 344-346.

² Экологический паспорт Самарской области. URL: www.ecopassport.samregion.ru.

³ См.: Государственный доклад "О состоянии окружающей среды и природных ресурсов Самарской области за 2014 год". URL: http://www.priroda.samregion.ru/external/priroda/files/c_116/Gosudarstvennyj_doklad_-_2014.pdf;

Государственный доклад "О состоянии окружающей среды и природных ресурсов Самарской области за 2015 год". URL: http://www.priroda.samregion.ru/external/priroda/files/c_116/GD_-2015_13.09.2016.pdf.

⁴ Сидоров А.А. Экологическая биотехнология и основные направления ее развития // Проблемы развития предприятий: теория и практика : материалы 14-й Международ. науч.-практ. конф., 12-13 нояб. 2015 г. Самара : Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2015. Ч. 3. С. 166-168.

⁵ Сидоров А.А. Структурно-динамическая характеристика доминирующих в мире биокорпораций // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2017. № 1 (147). С. 31-42.

⁶ Экологическое образование и образованность - два "кита" устойчивого развития / Г.С. Розенберг, Д.Б. Гелашвили, Г.Р. Хасаев [и др.]. 2-е изд. Самара, 2016. 292 с.

ECOLOGICAL STATE OF THE MUNICIPAL DISTRICT OF THE KAMYSHLINSKY SAMARA REGION AND WAYS OF ITS IMPROVEMENT

© 2017 Kryuchkina Darya Vyacheslavovna
Student

© 2017 Sidorov Alexander Arkadevich
Doctor of Biological Sciences, Professor
Samara State University of Economics
E-mail: sidorov120559@yandex.ru

Keywords: ecological condition, Kamyshlinsky municipal district of the Samara region, ways of improvement.

The ecological state of the Kamyshlinsky municipal region of the Samara region is shown and the most actual ways of its improvement are offered.

УДК 504.06

ЭКОЛОГИЧЕСКОЕ СОСТОЯНИЕ РЕКИ ПАДОВКА САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ И ПУТИ ЕГО УЛУЧШЕНИЯ

© 2017 Левашова Юлия Валерьевна
студент

© 2017 Сидоров Александр Аркадьевич
доктор биологических наук, профессор
Самарский государственный экономический университет
E-mail: sidorov120559@yandex.ru

Ключевые слова: экологическое состояние, река Падовка Самарской области, пути улучшения.

Показано экологическое состояние реки Падовка Самарской области. Отмечено, что река является самым экстремально грязным водоемом региона. Выявлены характерные загрязняющие вещества, неблагоприятное гидробиологическое состояние, источники загрязнения реки. Предложены наиболее важные пути улучшения экологического состояния водоема.

Река Падовка оценивается как самый экстремально грязный водоем в Самарской области, которая в свою очередь считается экологически неблагополучным, но стабильным регионом¹. Истоком реки является родник примерно в 3 км юго-западнее с. Чапаево Красноярского района на водоразделе рек Сок и Большой Кинель между Каменным и Шиланским лесом². Протекает по территории Красноярского, Кинельского и Волжского районов через населенные пункты Чубовка, где ее сток в наибольшей степени регулируется Чубовским водохранилищем, Сырейка, Бугры, Стройкерамика, Смышляевка и впадает в реку Самара при общей протяженности 53 км. Водосборная площадь располагается на волнистой равнине, изрезанной балками и оврагами, покрытой в основном степной растительностью, перемежающей небольшими лесными участками, на суглинистых почвах. Питается атмосферными осадками, в основном зимнего периода, выхода грунтовых вод, притоками, наиболее крупный их которых овраг Орловский, и 18 другими относительно малыми.

Река Падовка - один из наиболее загрязненных водных объектов в бассейне р. Волги. В 2015 г. ее воды характеризовалась как "экстремально грязными" 5 класса (в 2014 г. - "грязными" 4 Б класса)³. За 9 лет наблюдений (с 2007 г.) качество воды реки 5 класса было 6 лет (2007, 2008, 2010-2012 и 2015 гг.), а другие 3 года - 4 Б класса.

Характерными загрязняющими веществами являлись сульфаты, легко- и трудноокисляемые органические вещества (по БПК₅, ХПК), азот аммонийный, азот нитритный, фосфаты, соединения меди, магния и марганца. Частота случаев превышения ПДК этими ингредиентами составляла 50 - 100%. Река характеризовалась высоким уровнем минерализации с повторяемостью превышений ПДК 50%. Критическими показателями загрязнения воды реки являлись растворенный в воде кислород, легко- и трудноокисляемые органические вещества, азот аммонийный, соединения марганца. В 2015 г. зафиксировано снижение среднегодового содержания в воде реки сульфидов и сероводорода (с 20 до 8 ПДК). Максимальное значение (37 ПДК) в ноябре достигало уровня высокого загрязнения (ВЗ). Повторяемость случаев превышения 10 и 30 ПДК этими показателями составляла по 20%. Выросли с 2 до 3 ПДК среднегодовые концентрации азота нитритного и сульфатов. Максимальные концентрации составляли 6 и 8 ПДК соответственно. С 3 до 12 ПДК (уровень ВЗ) выросло загрязнение воды азотом аммонийным, с 6 до 9 - соединениями марганца. Максимальные значения этих веществ составляли 55 ПДК (критерий экстремально высокого загрязнения - ЭВЗ) и 32 ПДК (ВЗ) соответственно. В октябре 2015 г. было зафиксировано 1 случай ВЗ воды реки соединениями марганца и 1 случай ЭВЗ азотом аммонийным. Повторяемость случаев превышения 10; 30 и 50 ПДК азотом аммонийным составляла 17%; соединениями марганца превышение 10 ПДК - 33%, 30 ПДК - 17%. Выросло содержание в воде легкоокисляемых органических веществ с 1 до 3 ПДК; трудноокисляемых органических веществ - с 3 до 5 ПДК; фенолов - с 2 до 3 ПДК. Наибольшие значения легко- и трудноокисляемых органических веществ достигали критериев ВЗ - 11 и 14 ПДК соответственно, фенолов - 16 ПДК. Повторяемость случаев превышения 10 ПДК этими ингредиентами составляла по 17%. Среднегодовое содержание фосфатов также выросло с 1 до 3 ПДК, максимальная концентрация составляла 9,7 ПДК. Загрязнение воды реки соединениями магния и соединениями меди сохранилось на уровне прошлого года. Средние и максимальные концентрации были в пределах 1-2 ПДК. Среднегодовое содержание взвешенных веществ составляло 13 мг/л

(в 2014г. - 30 мг/л), максимальная концентрация составляла 19 мг/л (в 2014г. - 150 мг/л). Река характеризуется низким содержанием растворенного в воде кислорода, в октябре отмечено минимальное содержание кислорода (уровень ЭВЗ) - 0,30 мг/л с глубоким дефицитом кислорода в 17% проб (в 2014 г. -1,77 мг/л). Одними из современных и эффективных методов снижения содержания опасных веществ в природной среде считается способы биотехнологической направленности, предприятия которой динамично развиваются в мире⁴.

По совокупности всех показателей гидробиологического мониторинга качество толщи воды р.Падовка в районе г.о.Самара в 2015 г. в сравнении с предшествующим периодом выглядело немногим лучше и оценивалось II—III классом (II-III классом - в 2014г.), в придонном слое - II—III классом (IV классом - в 2014г.). В 2015 г. несколько увеличилось число таксонов водорослей фитопланктона от 76 до 86, насчитывалось несколько меньше таксонов в составе перифитона с 57 до 48, при примерном сохранении числа видов 35 против 33 видов в 2014г., среднегодовые показатели их численности сократились почти вдвое.

Источниками загрязнения реки выступают хозяйствующие субъекты, наиболее крупные из которых свинокомплекс "Алексеевский", пивоваренный завод "Балтика", завод "Самарский Стройфарфор", предприятие "Кухмастер", объекты жилищно-коммунального, транспортного хозяйства, расположенные в населенных пунктах, их жители. Ширина водоохранной зоны реки Падовка составляет двести метров, так как ее протяженность превышает 50 км. Несмотря на это, в этой защитной зоне при нашем обследовании обнаружены многочисленные хозяйственные объекты, выявлены частые случаи помывки машин на берегу реки, устройство площадок для сбора мусора, несанкционированные свалки, выпуски неочищенных сточных вод, ведутся строительные работы.

Опрос населения, проведенный нами, показал, что люди считают нужным защиту данной территории, они обращались с соответствующими просьбами к администрации населенных пунктов. Многие считают, что, именно, власти виноваты в загрязнении реки. Местные активисты пытались очистить реку своими силами, но, к сожалению, их было очень мало, а территория очень большая. Некоторые также предлагали свою помощь. Результаты опроса получились достаточно интересными. 25% опрошенных, оказались неместными, но знают о проблемах реки. 5% не знают реального состояния реки. 45% знают, но ничего не могут с этим поделать. 35% считают, что виновато бездействие властей. 25% считают, что виноваты сами жители. 40% не знают, кто виноват. Но самое главное, на наш взгляд, в том, что 95% опрошенных лиц считают необходимой защиту и охрану данной территории.

В качестве путей улучшения экологического состояния реки Падовка можно предложить следующие направления деятельности и соответствующие мероприятия в них:

1. Разработка и развитие системы охраны подземных и поверхностных вод: приведение деятельности хозяйствующих субъектов в соответствие законодательным требованиям по водоохраной зоне р.Падовка; реконструкция действующих и строительство новых очистных сооружений; реконструкция действующих и строительство новых канализационных сетей и насосных станций; ликвидация несанкционированных свалок; организация и очистка поверхностного стока.

2. Формирование экологической культуры, образование и воспитание населения, что может выступать одним из "китов" устойчивого развития⁵.

Целесообразно местной общественности организация регионального экологического движения "Спасем любимую Падовку"; использование местных ресурсов дошкольной, школьной и внешкольной деятельности, средств массовой информации для генерирования экологических знаний; учреждение экологических конкурсов, выставок, праздников и др.; развитие системы общественного экологического мониторинга, экотуризма; проведение общественных мероприятий по расчистке прилегающих лесных участков, обустройства родников, берегов водоема и т.п.; организация управляемой рекреации и системы рекреационного сервиса.

¹ Сидоров А.А. Природно-ресурсный потенциал устойчивого развития сельских территорий Самарской области // Проблемы развития предприятий: теория и практика : материалы 11-й Международ. науч.-практ. конф., 15-16 нояб. 2012 г. Самара : Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2012. Ч. 4. С. 344-346.

² Экологический паспорт Самарской области. URL: www.ecopassport.samregion.ru.

³ Государственный доклад "О состоянии окружающей среды и природных ресурсов Самарской области за 2015 год". URL: http://www.priroda.samregion.ru/external/priroda/files/c_116/GD_-_2015_13.09.2016.pdf.

⁴ См.: Сидоров А.А. Экологическая биотехнология и основные направления ее развития // Проблемы развития предприятий: теория и практика : материалы 14-й Международ. науч.-практ. конф., 12-13 нояб. 2015 г. Самара : Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2015. Ч. 3. С. 166-168;

Сидоров А.А. Структурно-динамическая характеристика доминирующих в мире биокорпораций // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2017. № 1 (147). С. 31-42.

⁵ Экологическое образование и образованность - два "кита" устойчивого развития / Г.С. Розенберг, Д.Б. Гелашвили, Г.П. Хасаев [и др.]. 2-е изд. Самара, 2016. 292 с.

ECOLOGICAL STATE OF THE RIVER PADOVKA OF THE SAMARA REGION AND WAYS OF ITS IMPROVEMENT

© 2017 Levashova Yulia Valerievna
Student

© 2017 Sidorov Alexander Arkadevich
Doctor of Biological Sciences, Professor
Samara State University of Economics
E-mail: sidorov120559@yandex.ru

Keywords: ecological state, the Padovka river of the Samara region, ways of improvement.

The ecological state of the Padovka River in the Samara Region. It is noted that the river is the most extreme dirty water in the region. Characteristic pollutants, poor hydrobiological conditions, sources of pollution of the river are shown. The most important ways of improving the ecological state of the reservoir are proposed.

РОЛЬ ПРИОРИТЕТНЫХ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА ФОРМИРОВАНИЕ ЗДОРОВЬЯ РАБОЧИХ В ГОРЯЧИХ ПРОМЫШЛЕННЫХ ЦЕХАХ

© 2017 **Самыкин Сергей Владимирович**

ассистент кафедры реабилитологии и сестринского дела

Медицинский университет "Реавиз", г. Самара

© 2017 **Мифтахов Искандер Фуадович**

ведущий специалист Управления учебно-методического

и информационного обеспечения

Самарский государственный медицинский университет

E-mail: elenabk2012@bk.ru

Ключевые слова: эколого-ориентированное производство, окружающая среда, здравоохранение, профессиональная патология, нетрудоспособность, производственно-профессиональные факторы, антропогенный риск, управление рисками, металлургическая промышленность, кузнечно-прессовое производство, Самарская область.

До 50% рабочих мест на промышленных предприятиях не соответствуют гигиеническим требованиям, что является предпосылкой риска для профессиональной патологии. Выявлен более высокий, чем на смежных производствах и иных предприятиях, уровень заболеваемости с утратой трудоспособности работников, занятых в металлургической промышленности и кузнечно-прессовом производстве. Обследование рабочих горячих цехов выявило сочетанное воздействие производственно-профессиональных факторов. Преобладали поражения верхних дыхательных путей, кожи, нервной системы, желудочно-кишечного тракта. Анализ воздействия производственно-профессиональных факторов на организм работающих позволяет расширить арсенал применяемых диагностических методик, повысить эффективность труда рабочих и снизить издержки металлургического предприятия.

Современные социо-экономические условия жизнедеятельности человека характеризуются постоянным неблагоприятным воздействием природных и антропогенных факторов окружающей и производственной среды. По справедливой оценке Л.Е. Мячиной "Экономика, экология, человек и природная среда представляют собой единую систему, связанную потоками вещества, энергии и информации"¹.

Несмотря на сокращение объемов производства во многих отраслях промышленности и уменьшение числа работающих, наблюдается постоянная тенденция к повышению техногенных рисков, что сопровождается ростом числа хронической патологии, инвалидности и смертности в трудоспособном возрасте². Согласно официальной статистике до 50% рабочих мест на промышленных предприятиях не соответствуют гигиеническим требованиям, это является предпосылкой повышенного риска развития профессиональной патологии.

В литературе³ описаны неблагоприятные факторы производственной среды "горячих" цехов (нагревающий микроклимат, высокая запыленность, интенсивный импульсный шум, общая и локальная вибрация, электромагнитные поля промышленной частоты, низкая освещенность рабочих мест), которые в сочетании с неэффективной системой вентиляции и интенсивной физической нагрузкой приводят к физиологическим сдвигам показателей основных систем организма и развитию общей и профессионально-обусловленной патологии. По мнению Т.Ю. Анопченко, А.Д. Мурзина "Современная урбанизированная среда территорий в России серьезными социально экологическими, нарушениями, обусловленными масштабными загрязнениями атмосферного воздуха, поверхностных и глубинных почвы, а также водных объектов"⁴.

В результате физиолого-эргономических исследований производственного оборудования и рабочих мест металлургического предприятия труд кузнецов-штамповщиков, пресовщиков и кузнецов на молотах был отнесен ко второй и третьей категории тяжести и напряженности.

В литературе описаны условия и обстоятельства возникновения профессиональных заболеваний, определены причины их развития, к которым отнесены несовершенство технологических процессов в 40,1 % случаев, в 28,9 % - конструкторские недоработки, в 8,3 % - неадекватность санитарно-гигиенических установок, в 2,5 % - несовершенство индивидуальных средств защиты и в 2,7 % - несовершенство рабочих мест.

Микроклимат производственной среды, определяющий теплообмен и тепловое состояние организма рабочих оказывает существенное влияние на их самочувствие, работоспособность и здоровье. Нагревающий микроклимат, приводит к накоплению тепла, увеличению влагопотерь, обезвоживанию организма, при длительном воздействии может способствовать развитию заболеваний сердечно-сосудистой, пищеварительной и других функциональных систем.

В последние годы значительное внимание уделяется изучению профессионально обусловленной патологии, т.е. болезней частота которых в определенной профессиональной группе значительно выше, чем в общем контингенте и достоверно нарастает с увеличением стажа работы в контакте с различными вредными факторами рабочей среды и трудового процесса. Вредные факторы производства не только оказывают специфическое действие на отдельные органы и системы, но и вызывают изменение общей реактивности организма, что может отразиться на показателях заболеваемости с временной нетрудоспособностью, а также экономическими потерями для предприятия и системы социального страхования.

Обследование рабочих горячих цехов выявило преобладание поражений верхних дыхательных путей, кожи, нервной системы, желудочно-кишечного тракта. Патология верхних дыхательных путей проявляется в виде катарального воспаления слизистых оболочек, гипертрофической, субатрофической и атрофической форм воспаления, аносмии, хронического тонзиллита, ларингита. Структура общей заболеваемости рабочих на кузнечно-прессовом производстве выглядит следующим образом: патология органов дыхания - 32,2%, остеохондроз позвоночника - 27,1%; нейроциркуляторная дистония - 11,7%, ишемическая болезнь сердца, атеросклеротический кардиосклероз - 8,5%, нейро-

сенсорная тугоухость - 6,8%, патология желудочно-кишечного тракта - 6,7%, эндокринное нарушение - 3,4%.

Возрастной состав работающих основной и контрольной групп в кузнечно-прессовом цехе на металлургическом производстве: в основной группе удельный вес возрастной группы 20-29 лет составил 16%, 30-39 лет - 41,3%, 40-49 лет- 34,7%, 50 лет и старше -8%; в контрольной группе эти показатели составили: 17,8%, 42,2%, 31,0%, 9% соответственно. Поэтому нами был использован прямой метод стандартизации. Результаты даны как в простых так и в стандартизованных коэффициентах с учетом t-критерия достоверности Стьюдента и р-уровня значимости разницы полученных коэффициентов.

Общая заболеваемость с ВУТ рабочих кузнечно-прессового цеха выросла в три раза, соответственно с 69,8 до 179,2 случаев ($p < 0,05$) и с 989,9 до 2081,5 дней ($p < 0,01$) нетрудоспособности на 100 работающих и была статистически достоверно ($p < 0,05$) выше аналогичных показателей работающего населения г. Самары и Самарской области.

Среднегодовой темп прироста (Т) числа случаев ЗВУТ работников цеха за эти годы был выше, чем темп прироста количества дней нетрудоспособности, соответствуя 16,2% и 13,7%, что объясняет снижение средней длительности одного случая временной нетрудоспособности с 14,2 дней в 2010 г. до 11,6 дней в 2015 г. Если среднескользящие показатели ЗВУТ за изучаемый период в целом по производству оцениваются как умеренно высокие (87,1 случая и 1291 день на 100 работающих), то у работников кузнечно-прессового цеха уровни заболеваемости как по случаям, так и по дням ВН являются высокими, составляя 141,3 случая и 1961,4 дня на 100 работающих.

Работники цеха оказались в первой пятёрке по уровню заболеваемости среди ста пятидесяти основных и вспомогательных цехов и подразделений, для которых ведется учет ЗВУТ.

Наши исследования подтверждают выводы других исследователей о более высоких, чем на смежных производствах и иных предприятиях, уровнях заболеваемости с временной утратой трудоспособности работников, занятых в металлургической промышленности и кузнечно-прессовом производстве⁵.

Ретроспективный эпидемиологический анализ многолетней динамики показал, что среднегодовые темпы прироста показателей ЗВУТ в 2012-2017 г., рассчитанные для одиннадцати групп болезней, имели выраженные тенденции роста по болезням нервной и костно-мышечной систем, органов дыхания и желудочно-кишечного тракта (см. таблицу).

Среднегодовые темпы прироста /снижения показателей ЗВУТ за 2012-2017 гг.

Классы болезней	Т, %		Р<
	2012 по случаям	2017	
Нервные болезни	18,4	23,2	0,001
Болезни сердечно-сосудистой системы	3,4	3,5	0,05
Болезни органов дыхания	5,9	6,5	0,05
Болезни желудочно-кишечного тракта	10,0	9,3	0,01

Классы болезней	Т, %		Р<
	2012 по случаям	2017	
Болезни почек и мочевых путей	4,4	-14,0	0,05
Болезни костно-мышечной системы	9,3	10,0	0,01
Прочие болезни	21,3	18,7	0,001

Достоверный рост показателей ВН по болезням органов дыхания ($P < 0,01$), костно-мышечной системы ($p < 0,05$) и нервным болезням ($p < 0,05$) отмечался уже на втором году стажа работы, а повышенная заболеваемость с ВУТ по болезням сердечно-сосудистой системы у рабочих цеха проявилась только к третьему году анализируемого периода. Заболеваемость болезнями органов дыхания в эти годы увеличилась с 27,34 до 55,62 случаев и с 246,76 до 464,60 дней ВН на 100 работающих.

Временная нетрудоспособность в связи с болезнями костно-мышечной системы также изменилась с 5,75 до 13,78 случаев и удлинилась с 14,39 до 153,93 дней на 100 работающих. В силу значительных темпов прироста эти нозологии внесли определяющий вклад в формирование структуры ЗВУТ. Так, в структуре случаев ВН в кузнечно-прессовом цехе традиционно для металлургических производств с высокими уровнями тяжести и напряженности труда преобладали заболевания органов дыхания и костно-мышечной систем.

Выводы:

1. В структуре общей заболеваемости у работающих преобладают болезни органов дыхания, костно-мышечной системы, периферической нервной системы и мочеполовой системы.

2. Профессиональный риск для здоровья рабочих на кузнечно-прессовом обусловлен сочетанным воздействием неблагоприятных производственно-профессиональных факторов: нагревающим микроклиматом, загрязнением воздуха рабочей зоны вредными веществами, влиянием шума и физическими нагрузками.

3. Среди заболеваний, приводящих к временной утрате трудоспособности у рабочих, преобладают болезни костно-мышечной системы ($RR=2,0$, $EF=66,3\%$) и болезни периферической нервной системы ($RR=1,6$, $EF=56,4\%$), которые можно квалифицировать как производственно-обусловленные и отнести к категории существенного риска.

4. Комплекс профилактических мероприятий, разработанный на основе модели управления рисками развития профессиональной патологии при воздействии производственно-профессиональных факторов на организм работающих, позволяет расширить арсенал применяемых диагностических методик, оптимизировать режимы труда и отдыха рабочих данного предприятия, а также снизить финансовые потери предприятия, системы соцстрахования из-за выплат в связи с временной нетрудоспособностью.

¹ Мячина Л.Я. Экологизация экономики и проблемы природопользования // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2014. № 2 (112). С. 41-49.

² См.: Анопченко Т.Ю. Эколого-экономические риски урбанизированных территорий: концепция, причины, последствия : дис. ... д-ра экон. наук : 08.00.05. Ростов н/Д, 2008. 370 с.;

Онищенко Г.Г. Основы оценки риска для здоровья населения при воздействии химических веществ, загрязняющих окружающую среду / под ред. Ю.А. Рахманина, Г.Г. Онищенко ; НИИ ЭЧ и ГОС. М., 2002. 408 с.

³ См.: Усатов А.Н., Ощепкова Т.А. Гигиеническая характеристика условий труда и заболеваемости с ВУТ работников сборочных цехов ФГУП ОМО им. Баранова // Социально-медицинские, гигиенические и правовые основы обеспечения экологической безопасности населения : материалы VI Межрегион. науч.-практ. конф. Омск, 2004. С. 84-88;

Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием "Связь заболевания с профессией с позиций доказательной медицины". Казань, 2011. С. 291-293;

Борцова О.П. Распространенность заболеваний у работников высокотехнологичного машиностроения. // Материалы III Всероссийского съезда врачей-профпатологов. Новосибирск, 2008. С. 213-214;

Синева Е.Л., Измайлова О.А., Тедеев А.Ю. Критерии профессионального риска для здоровья работников ведущих отраслей промышленности // Материалы XXXXII научной конференции с международным участием "Хлопинские чтения". СПб., 2009. С.172-174;

Анопченко Т.Ю. Эколого-экономические риски урбанизированных территорий ...

⁴ Анопченко Т.Ю., Мурзин А.Д. Экономико-математическое моделирование факторов социально-экологического риска развития территорий // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2015. № 2 (124). С. 17-34.

⁵ Усатов А.Н., Ощепкова Т.А. Гигиеническая характеристика условий труда ...

ROLE OF PRIORITY PRODUCTION FACTORS, VLI-YAYUSHCHIH ON FORMATION OF HEALTH OF WORKERS IN HOT INDUSTRIAL SHOPS

© 2017 Samykin Sergei Vladimirovich

Assistant of the Department of Rehabilitation and Nursing
Medical University "Reaviz", Samara

© 2017 Miftakhov Iskander Fuadovich

Leading specialist of the Office of the teaching method. and information support
Samara State Medical University
E-mail: elenabk2012@bk.ru

Keywords: the ekologo-focused production, the environment, health care, professional pathology, disability, production and professional factors, anthropotechnogenic risk, risk management, metallurgical industry, forge and press production, the Samara region.

Up to 50% of jobs at the industrial enterprises don't conform to hygienic requirements that is a risk prerequisite for professional pathology. Higher is taped, than on interfacing productions and other enterprises, incidence with disability of the workers occupied in metallurgical industry and forge and press production. Inspection of working hot shops taped the combined influence of production and professional factors. Prevalled lesions of the top respiratory tracts, a skin, a nervous system, digestive tract. The analysis of impact of production and professional factors on an organism of working, allows to dilate an arsenal of the applied diagnostic techniques, to increase efficiency of work of workers and to lower expenses of the metallurgical enterprise.

ВЛИЯНИЕ ДЕФИЦИТА ЙОДА НА РЕПРОДУКТИВНОЕ ЗДОРОВЬЕ ЖЕНЩИН КРУПНОГО ПРОМЫШЛЕННОГО МЕГАПОЛИСА

© 2017 **Самыкина Елена Владимировна**

доктор медицинских наук, профессор, зав. кафедрой
реабилитологии и сестринского дела

Медицинский университет "Реавиз", г. Самара

© 2017 **Самыкина Лидия Николаевна**

доктор биологических наук, профессор

Медицинский университет "Реавиз", г. Самара

© 2017 **Зимина Светлана Владимировна**

аспирант

Медицинский университет "Реавиз", г. Самара

© 2017 **Мифтахов Искандер Фуадович**

ведущий специалист Управления учебно-методического
и информационного обеспечения

Самарский государственный медицинский университет

E-mail: elenabk2012@bk.ru

Ключевые слова: эколого-экономическая система, йододефицит, окружающая среда, здравоохранение, щитовидная железа, антропогенный риск, промышленный центр, Самарская область.

Дается оценка струмогенного действия на организм беременных и кормящих женщин в условиях эколого-экономической системы промышленного региона. Исследуется ряд отличных от дефицита йода факторов: различные химические соединения, содержащиеся в промышленных выбросах, пестициды и др. Определена обратная корреляционная зависимость между показателями йодурии и содержанием приоритетных ксенобиотиков в атмосферном воздухе исследуемых промышленно развитых районов проживания беременных женщин. Предложены методологические подходы для диагностики йодного дефицита у женщин детородного возраста.

Современное состояние экологической обстановки в наиболее экономически развитых регионах страны характеризуется значительным возрастанием антропогенного, главным образом, промышленно обусловленного воздействия на окружающую среду. "Технико-технологическая активность человека приводит к уничтожению естественных условий человеческой жизни. Человек оказался уязвимым под мощным натиском последствий своей преобразовательной деятельности", - указывает Н.Н. Мельников¹. В этой связи нам представляется актуальным рассмотреть важные аспекты йододефицита у женщин в условиях антропогенной нагрузки эколого-экономической системы мегаполиса.

Заболеваемость, связанная с дефицитом йода, является одной из важнейших как экономической, так и медицинской проблемой современного здравоохранения в России и во

всем мире. Число больных с патологией щитовидной железы с каждым годом растет, несмотря на бюджетные затраты и проводимые профилактические, лечебные мероприятия².

Изучая проблему йодного дефицита, необходимо подчеркнуть, что особое место в ней занимают группы риска, к которым в первую очередь относятся беременные и лактирующие женщины³.

Недостаточно исследованы закономерности изменений тиреоидного статуса беременных в условиях йодной недостаточности и повышенной антропогенной нагрузки⁴.

Вопросам экологической обусловленности различных заболеваний, включая патологию щитовидной железы, в последние годы стали уделять большое внимание⁵.

В последнее десятилетие в большей мере проявляется струмогенное действие ряда отличных от дефицита йода факторов. К ним относятся многие химические соединения, содержащиеся в промышленных выбросах; пестициды; бактериальное загрязнение воды; дисбаланс микро- и макроэлементов, недостаток витаминов в пище. Струмогенное действие всех перечисленных факторов может проявляться или усиливаться именно в условиях дефицита йода, поскольку они затрудняют усвоение йода в щитовидной железе, приводя к формированию не только абсолютного, но и относительного дефицита этого микроэлемента в организме⁶.

Программа нашего исследования предусматривала сбор материала, обработку и анализ полученных данных с последующей разработкой комплекса профилактических мероприятий по обеспечению здоровья беременных женщин в условиях йодного дефицита с учетом техногенного загрязнения окружающей природной среды.

В задачи исследования входило:

1. Провести анализ факторов антропогенной нагрузки, влияющих на формирование йоддефицитных состояний в Самарском регионе.

2. Выявить распространенность патологии щитовидной железы у населения, проживающего на территориях контрастных по антропогенной нагрузке.

3. Изучить основные показатели состояния репродуктивного здоровья и факторов риска его нарушения у женского контингента обследуемых районов.

Город Самара - крупный экономический, промышленный, административный центр Среднего Поволжья, входит в число наиболее экологически неблагополучных городов России. Состояние среды обитания г. Самары обусловлено высокой концентрацией предприятий химической, нефтеперерабатывающей, машиностроительной, авиационной, металлургической, энергетической промышленности; наличием большого количества единиц грузового и легкового автотранспорта; высокой плотностью населения; широким охватом территории хозяйственной деятельностью⁷.

Анализ санитарно-гигиенической ситуации в последние годы на территории г. Самары показал, что приоритетным фактором для здоровья населения является атмосферный воздух⁸.

Приоритетными загрязнителями атмосферного воздуха являются: оксид углерода - 46,3%, окислы азота - 19,7%, диоксид серы - 14,7%, углеводороды - 11,7.

По данным лабораторных исследований центров Роспотребнадзора в городах и районах Самарской области загрязнения открытых водоемов в створах I категории водопользования, выраженное в удельном весе проб воды, не отвечающих санитарным нормам, от общего количества исследованных, составило: по микробиологическим показателям до 28,7% - в 2016 году, по химическим показателям - 43,2% соответственно⁹.

Из специфических загрязнителей в изучаемой питьевой воде были обнаружены в количествах выше нормативных фенолы (1,1 ПДК) и кадмий (0,2 - 0,4 ПДК), цинка до 2 ПДК, аммонийного азота (1 - 1,5 ПДК), соединения марганца (до 3 ПДК), меди до 4 ПДК. Наиболее значимыми источниками загрязнения почвы, как по интенсивности, так и по разнообразию загрязняющих веществ являлись промышленные производства, вблизи которых в почвенном покрове обнаружены тяжелые металлы в концентрациях, превышающих ПДК.

В 20015 году отобранные в селитебной зоне пробы почвы показали, что среднее содержание кадмия - 2,8- 3,6 ПДК, меди- 1,2-3,8 ПДК, молибдена - 4,7-5,1 ПДК, никеля- 5,5-12,3 ПДК, свинца- 1,4-3,0 ПДК.

Для изучения течения беременности и родов с учетом комплексного воздействия антропогенных факторов риска, особенностей питания проведен ретроспективный анализ со статистической обработкой 570 индивидуальных карт развития беременности у женщин г. Самары с 2012 - 2017гг. и около 380 историй родов за тот же период. В контрольной группе такому же анализу подвергнуто 220 индивидуальных карт развития беременности и 305 историй родов. Нами были изучены течение беременности и родов женщин с эутиреоидной патологией, проживающие в районах с различной антропогенной нагрузкой (Кировский район и Самарский район).

Подбор основной и контрольной групп осуществлялся по принципу "случай-контроль" по следующим параметрам: возраст, место жительства, место работы, семейное положение, паритет родов и беременности.

Была изучена йодная обеспеченность беременных женщин основной и контрольной групп. Контрольная группа беременных женщин проживала в "условно чистом" районе (Самарском).

Йодная обеспеченность беременных женщин обеих групп снижена почти в 2 раза, о чем свидетельствовали значения медианы и моды йодурии. Рассчитывалась медиана йодурии (среднее значение концентрации йода в моче, выраженное в мкг йода на литр мочи).

Учитывая, что физиологические механизмы адаптации организма к беременности предусматривают усиление клиренса йода, можно утверждать, что истинный дефицит йода у беременных существенно больше.

Таблица 1

Йодная обеспеченность беременных женщин

Показатель		Результат
Медиана йодурии, мкг/л		54
Мода йодурии, мкг/л		64
Средняя йодурии, мкг/л	Беременные основной группы (n=42) (n = 49)	50,33±1,15
	Беременные контрольной группы (n=27)	57,26±1,38

Результаты изучения влияния йоддефицита на патологию гестационного периода представлены в табл. 2.

При анализе патологии гестационного периода выявлено, что у беременных основной группы существенно чаще беременность осложняется гестозами (32% против 23%, $p < 0,025$), гестационным пиелонефритом (22% против 14%, $p < 0,01$).

Таблица 2

Патология гестационного периода у исследуемого контингента женщин

Характер патологии	Беременные основной группы, %	Беременные контрольной, % группы, %
Гестозы	32	23
Угроза прерывания беременности	10	11
Гестационный пиелонефрит	22	14
Анемия беременной	28	24

Следующим периодом, представляющим непосредственный интерес для изучения влияния на него патологии ЦЖ, является период родовой деятельности. Результаты представлены в табл. 3.

Среди осложнений течения родов была выявлена статистически значимое увеличение удельного веса дискоординации родовой деятельности (22% против 5% в контроле, $p < 0,01$), патологического прелиминарного периода (6% против 3% в контроле, $p < 0,05$). Кровотечения в 3 периоде родов возникали у 9,5% рожениц основной группы и у 10% рожениц в контроле ($p > 0,05$).

Таблица 3

Патология родовой деятельности у женщин основной и контрольной групп

Характер патологии	Беременные основной группы	Беременные контрольной группы
Первичная родовая слабость	15%	13%
Вторичная родовая слабость	5%	4%
Дискоординированная родовая деятельность	22%	5%
Патологический прелиминарный период	6%	3%
Кровотечения периода родов	11%	8%
Оперативное родоразрешение	30%	23%
Преждевременные роды	9,5%	10%
Запоздалые роды	33%	22%

Из других состояний, отягощающих гестационный период, установлено, что отягощенный акушерский анамнез встречался с сопоставимой частотой в группах беременных опыта и контроля (соответственно 33% и 38%, $p > 0,05$); варикозное расширение вен, нейрциркуляторная дистония с одинаковой частотой диагностировались в обеих группах (соответственно 7% и 7%, 27% и 27%, $p > 0,05$).

Подводя итог вышеописанной части исследования, было отмечено, что беременные женщины в Самаре испытывали серьезное влияние йодной недостаточности как в течение периода гестации, так и в периоде родов.

Особенно опасен антиреинфекционный эффект дефицита йода и антропогенных факторов внешней среды у беременных женщин.

Выявлена обратная корреляционная зависимость между снижением клиренса йодурии у женщин в районе с повышенной антропогенной нагрузкой от суммарного загрязнения атмосферы (КН) - $r_{xy} = -0,675$. Рассчитаны коэффициенты корреляции между содержанием йода в моче и концентрациями приоритетных ксенобиотиков в атмосферном воздухе: оксид углерода, диоксид азота, оксид серы. Коэффициент корреляции соответственно составил: $r_{xy} = -0,892$; $r_{xy} = -0,785$; $r_{xy} = -0,854$. То есть имеется выраженная обратная корреляционная зависимость между степенью йодурии и содержанием указанных ксенобиотиков в атмосферном воздухе исследуемых районов проживания беременных женщин. При высокой степени загрязнения окружающей среды усиливается йодная недостаточность, и как следствие, величина йодурии уменьшается.

Корреляционные связи средней силы характеризуют зависимость экстрагенитальной патологии беременных женщин: гестационный пиелонефрит, болезни системы кровообращения, тиреоидной патологии от комплексной антропогенной нагрузки, при коэффициентах нелинейной корреляции соответственно $r_{xy} = 0,575$, $r_{xy} = 0,584$, $r_{xy} = 0,601$.

Зависимость показателей, характеризующих загрязнение почвы селитебных территорий с заболеваемостью беременных и новорожденных менее выражена, чем уровень загрязнения атмосферы. Наиболее существенные связи отмечены с содержанием свинца, кадмия, марганца в почвах селитебных территорий с диффузным увеличением цитовидной железы у беременных $r_{xy} = 0,438$; $r_{xy} = 0,512$, $r_{xy} = 0,475$ соответственно, врожденными аномалиями развития ($r_{xy} = 0,485$); внутриутробной гипоксией ($r_{xy} = 0,471$).

Оценка взаимосвязи качества питьевой воды и заболеваемости беременных и новорожденных не позволило выявить достоверные корреляционные связи. Установлена связь по болезням мочеполовой системы и суммарным химическим загрязнением питьевой воды ($r_{xy} = 0,332$).

Подводя итог исследованиям, была констатирована неоднозначность ситуации в аспекте изучаемой проблемы. Часть критериев свидетельствовала о легкой йодной недостаточности (распространенность зоба по данным УЗИ, удельный вес повышенного неонатального ТТГ, медиана йодурии), хотя некоторые маркеры йоддефицита имели достаточно пограничные со среднетяжелой степенью эндемии значения; неоднородность же составляющих перечисленных маркеров в зависимости от территории исследования. Согласно критериям распространенности йоддефицитных заболеваний, на территории Самарской области существует йоддефицит средней степени тяжести. Исследования данных йодурии особенно прогностически важны, так как данный метод исследования способен тонко реагировать на "скрытый" дефицит йода. Вероятно, наиболее близким к истине явится сделанное нами заключение о существовании на территории Самарской области легкой и умеренной йоддефицитной зобной эндемии с наибольшей выраженностью йодной недостаточности в экологически неблагоприятных районах, то есть на территориях с экстремальными внешнесредовыми факторами. Высокая распространенность йоддефицитных заболеваний с тенденцией к дальнейшему росту в критических группах населения, негативное влияние на состояние психического, соматического, репродуктивного здоровья, увеличение младенческой смертности, врожденных аномалий развития в Самарском регионе, изучение данных проблем представляется особенно актуальным.

Эффективность метода:

Предлагаемый способ позволяет контролировать количество йода в продуктах питания, его экскрецию с мочой у беременных в различные сроки гестации, что позволяет проводить коррекцию поступления йода в организм, прогнозировать и предупреждать развитие необратимых тканевых изменений. Наиболее допустимым и эффективным способом предупреждения йоддефицитных заболеваний является использование йодированного питания, главным образом соли. Доклиническая диагностика, профилактическое лечение служит основой для первичной профилактики йоддефицитных состояний у женщин в период гестации.

Выводы:

1. Проведенные нами исследования показали, что у женщин в период гестации имеет место дефицит йода от легкой до средней степени тяжести.
2. Существует обратная корреляционная зависимость между показателями йодурии и содержанием приоритетных ксенобиотиков в атмосферном воздухе исследуемых промышленно развитых районов проживания беременных женщин.
3. Предложенные методологические подходы в клинико-гигиенических исследованиях могут быть использованы для диагностики йодного дефицита у женщин детородного возраста в период гестации, что позволит проводить коррекцию поступлений йода в организм, прогнозировать и предупреждать развитие необратимых тканевых изменений, определять уровень здоровья новорожденных, интеллектуальный и репродуктивный потенциал подрастающего поколения. Комплексный подход к ранней диагностике и лечебным мероприятиям позволит получить снижение как заболеваемости, так и затрат на здравоохранение.

¹ Мельников Н.Н. Экология человека как составляющая экологического развития в современном социуме // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2006. № 6 (24). С. 228-230.

² См.: Профилактика и лечение йоддефицитных заболеваний в группах повышенного риска (пособие для врачей) / И.И. Дедов, Г.А. Мельниченко, Е.А. Трошина [и др.]. М., 2004. 55 с.;

Самыкина Е.В., Зимина С.В. Особенности тиреоидного статуса у беременных женщин в условиях йодного дефицита и экологического неблагополучия крупного промышленного мегаполиса // Вестник медицинского института "РЕАВИЗ": реабилитация, врач и здоровье. 2015. № 3 (19). С. 42-47.

³ См.: Секинаева А.В. Профилактика йоддефицитных заболеваний у беременных и кормящих женщин на примере региональных исследований : автореф. дис. ... канд. наук. М., 2010. 22 с.;

Глинозер Д. Функция щитовидной железы матери и новорожденного при легкой йодной недостаточности // Тиреоид Россия. 1997. № 1. С. 19-26.

⁴ Боева Л.Н. Влияние гормонов щитовидной железы на функциональную активность жировой ткани у женщин с эутиреозом и гипотериозом : автореф. дис. ... канд. наук. Красноярск, 2012. 18 с.

⁵ Краснова Т.Б. Экологический мониторинг йоддефицита на территории Самарской области : автореф. дис. ... канд. наук. Тольятти, 2009. 67 с.

⁶ См.: Секинаева А.В. Профилактика йоддефицитных заболеваний ...;

Боева Л.Н. Влияние гормонов щитовидной железы ...

⁷ Краснова Т.Б. Экологический мониторинг йоддефицита ...

⁸ Там же.

⁹ Там же.

INFLUENCE OF THE IODINE DEFICIENCY ON GENESIAL HEALTH OF WOMEN OF THE LARGE INDUSTRIAL MEGALOPOLIS

© 2017 **Samykina Elena Vladimirovna**

Doctor of Medical Sciences, Professor, Head of the Department of Rehabilitation and Nursing

Medical University "Reaviz", Samara

© 2017 **Samykina Lidia Nikolaevna**

Doctor of Biological Sciences, Professor

Medical University "Reaviz", Samara

© 2017 **Zimina Svetlana Vladimirovna**

Graduate student

Medical University "Reaviz", Samara

© 2017 **Miftakhov Iskander Fuadovich**

Leading specialist of the Office of the teaching method. and information support

Samara State Medical University

E-mail: elenabk2012@bk.ru

Keywords: the bionomics, yododefitsit, the environment, health care, a thyroid gland, anthropo-technogenic risk, the industrial center, the Samara region.

An assessment of goitrogenic action on an organism of pregnant women and the feeding women on the example of economically developed region of a series of factors, other than an iodine deficiency, is given: many chemical compounds which are contained in industrial emissions, pesticides, etc. The inverse correlation relation between indicators of a yoduriya and content of priority xenobiotics in atmospheric air of the explored industrially developed areas of residence of pregnant women is defined. Methodological approaches for diagnostics of iodic deficiency at women of childbearing age are offered.

УДК 504.06

СОСТОЯНИЕ И НАПРАВЛЕНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ МУНИЦИПАЛЬНОГО РАЙОНА ЕЛХОВСКИЙ САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ

© 2017 **Синяева Екатерина Юрьевна**

студент

© 2017 **Сидоров Александр Аркадьевич**

доктор биологических наук, профессор

Самарский государственный экономический университет

E-mail: sidorov120559@yandex.ru

Ключевые слова: состояние, муниципальный район Елховский Самарской области, направления экологического развития.

Показано экологическое состояние муниципального района Елховский Самарской области. Предложены актуальные направления экологического развития субрегиона.

Расположенный в северо-западной части Самарской области муниципальный район Елховский находится в зоне умеренного континентального климата, для которого присуща холодная зима, короткая весна с быстрым нарастанием температуры, жаркое лето¹. Осадки (около 400 мм в год) выпадают неравномерно, осенью, летом и зимой чаще во второй половине, что типично для северной зоны региона².

Территория района входит в лесостепную западную (низменную) часть Высокого Заволжья с пологоувалистым рельефом (Кондурчинская лесостепь), это остепененно-равнинная местность слабого смыва и среднего размыва. Существенными элементами ландшафта выступают водораздельные возвышенности, наиболее крупные из которых рек Кондурча - Б.Черемшан, Кондурча - Сок. Более десятка крупных оврагов с отрогами, источниками и искусственными водоемами, более 20 мелких и средних озер. Луговые степи, а также пойменные, байрачные и верхние леса (перелески, колки, рощи). При этом основные массивы лесов небольшими островками расположены в западной части района. Характерным типом почв являются черноземы выщелоченные среднегумусные суглинистые. ООПТ регионального значения в субрегионе: Зеленая гора (194,6 га) с уникальным растительным сообществом, Гора Лысая (49,8 га), Родник Мордвинский (2,75 га), Березовский и Чишмалинский родники (по 0,9 га)³. Доля их в общей площади территории крайне незначительная, не меняется из года в год и составляет всего 0,2%⁴.

Основная река - Кондурча, качество воды которой остается низкой: за последние 9 лет она считалась "загрязненной" один год (2007 г.), "очень загрязненной" - два года (2008 и 2014 гг.), а в остальные, в том числе 2015 г. - "грязной"⁵. Наиболее характерными загрязняющими ее веществами являются сульфаты, трудноокисляемые органические вещества (по ХПК), соединения меди, марганца и магния (повторяемость случаев превышения ПДК составляла 60 - 100%). Высок уровень минерализации с превышением норматива в 80% проб. Наибольшая концентрация сульфатов составляла 6 ПДК (при среднем 4 ПДК в год), что определяет их содержание как критическое. Отмечается увеличенное содержание соединений меди, марганца (2 ПДК и 6 ПДК, соответственно в год) и максимальное - 7 и 11 ПДК. Основными загрязнителями вод Кондурчи выступают предприятия Челно-Вершинского (Челно-Вершинский МУП ПО ЖКХ), Кошкинского (МП ПО ЖКХ м/р Кошкинский и ОАО "Маслосырзавод "Кошкинский") районов, расположенных выше по ее течению, т.е. за границами исследуемой местности. Вместе с тем, в районе хозяйственно-питьевое водоснабжение осуществляется только за счет подземных вод. По количеству родников он относится к 3 группе муниципальных районов с небольшим их количеством, всего 25 родников, при этом только 7 из них с дебитом воды питьевого качества один и более литров в секунду.

Наиболее крупные природопользователи муниципального района Елховский заняты в агропромышленном комплексе производством зерна и мясомолочным животноводством, а также переработкой сельскохозяйственной продукции (ОАО "Борма", ООО "Березовское", ООО "Русское поле", ООО "Золотой-колос", ООО "БИО-ТОН"). Деятельность предприятий желательно развивать к уровню мировых стандартов⁶.

В последние годы (с 2014 по 2015 гг.) росло число объектов негативного воздействия на ОПС, подлежащих региональному экологическому надзору, с 68 до 75 ед.

Возрастает число зарегистрированных стационарных радиоэлектронных средств: в 2015 г. было 50, а на начало 2016 г. их уже стало 61. Увеличилось количество объектов, имеющих выбросы загрязняющих веществ в атмосферу, на 33,3%. На этом фоне сократилось число стационарных источников выбросов загрязняющих веществ с 209 до 165 ед. или на 21 %. Соответственно, уменьшились объемы выбросы от них с 0,357 до 0,238 тыс. т или на 33%. В расчете на одного человека они сократились на 50%, а в расчете на единицу территории (м²) - на 33%. Забор воды из природных водных объектов колеблется незначительно и составляет немногим более 1200 м³/год на одного жителя. При этом в отчетных документах значится, что в районе имеется один водопользователь, имеющий выпуски сточных вод в поверхностные водные объекты, который осуществляет сброс их в ежегодных объемах в относительно стабильном размере 8,44 млн. м³. Отрадно отметить, что не допускается сброс загрязненных и недостаточно очищенных сточных вод. Снизились объемы образования отходов в расчете на одного жителя с 0,56 до 0,32 т/год или на 42,9%. Переработка их требует использования современных биотехнологических методов⁷. Однако, отсутствуют сведения о наличии в районе лицензированных объектов их захоронения, а, следовательно, данные об объемах образования отходов могут быть сомнительными. Видимо поэтому, только в 2015 г. ликвидировано 3 несанкционированные свалки отходов площадью 0,73 га, вывезено 1,05 тыс.м³ отходов. Несанкционированных свалок числилось: в 2013 г. - 5, в 2014 - 1, в 2015 г. - 5 мест.

Для обеспечения устойчивого развития муниципального района Елховский предлагается совершенствование экологического образования и поднятие экологической сознательности местных граждан⁸; повышение лесистости ее территории, за счет увеличения объемов лесных насаждений, создание различных типов защитных лесных полос, колков, куртин, урочищ, а также плантаций из быстрорастущих пород деревьев и кустарников; увеличение площадей ООПТ; реабилитация прибрежных территорий водоемов (озеленение, залесение, рекультивация почвы, благоустройство); строительство канализационных очистных сооружений и сетей канализации межпоселенческого значения; реконструкция канализационных очистных сооружений с применением безопасных методов обеззараживания воды (ультрафиолетовое облучение, озонирование); ликвидация стихийных свалок, отстойников и т.п., с рекультивацией занимаемых ими территорий; строительство полигона по размещению твердых бытовых и промышленных отходов 3, 4, 5 классов опасности; строительство и реконструкция гидротехнических сооружений, проведение берегоукрепительных работ.

¹ Администрация муниципального района Елховский Самарской области : [официальный сайт]. URL: <http://elhovskiy.samregion.ru>.

² Сидоров А.А. Природно-ресурсный потенциал устойчивого развития сельских территорий Самарской области // Проблемы развития предприятий: теория и практика : материалы 11-й Международной науч.-практ. конф., 15-16 нояб. 2012 г. Самара : Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2012. Ч. 4. С. 344-346.

³ Экологический паспорт Самарской области. URL: www.ecopassport.samregion.ru.

⁴ Государственный доклад "О состоянии окружающей среды и природных ресурсов Самарской области за 2014 год". URL: http://www.priroda.samregion.ru/external/priroda/files/c_116/Gosudarstvennyj_doklad_-_2014.pdf.

⁵ Государственный доклад "О состоянии окружающей среды и природных ресурсов Самарской области за 2015 год". URL: http://www.priroda.samregion.ru /external/priroda/files/c_116/GD_-_2015_13.09.2016.pdf.

⁶ Сидоров А.А. Структурно-динамическая характеристика доминирующих в мире биокорпораций // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2017. № 1 (147). С. 31-42.

⁷ Сидоров А.А. Экологическая биотехнология и основные направления ее развития // Проблемы развития предприятий: теория и практика : материалы 14-й Междунар. науч.-практ. конф., 12-13 нояб. 2015 г. Самара : Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2015. Ч. 3. С. 166-168.

⁸ Экологическое образование и образованность - два "кита" устойчивого развития / Г.С. Розенберг, Д.Б. Гелашвили, Г.П. Хасаев [и др.]. 2-е изд. Самара, 2016. 292 с.

STATUS AND TRENDS OF ENVIRONMENTAL DEVELOPMENT OF THE MUNICIPAL DISTRICT ELKHOVSKAYA SAMARA REGION

© 2017 Sinyaeva Ekaterina Yuryevna
Student

© 2017 Sidorov Aleksandr Arkadievich
Doctor of Biological Sciences, Professor
Samara State University of Economics
E-mail: sidorov120559@yandex.ru

Keywords: state, municipal area Elkhovskoye Samara region, the direction of environmental development.

Shows the ecological status of the municipal area Elkhovskoye Samara region. Proposed actual directions of ecological development of the subregion.

УДК 87.00.00

ОКРУЖАЮЩАЯ СРЕДА И РИСКИ ДЛЯ ЗДОРОВЬЯ

© 2017 Фирулина Ирина Ивановна
кандидат биологических наук, доцент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: firulinairina@gmail.com

Ключевые слова: окружающая среда, атмосферный воздух, риски для здоровья, потенциально вредные загрязнители воздуха, медико-социальный ущерб здоровью, программа "Детоксикация".

Анализируются риски для здоровья, связанные с воздействием потенциально вредных загрязнителей атмосферного воздуха, рассматриваются направления улучшения здоровья и благополучия человека посредством повышения экологической устойчивости на глобальном уровне.

Здоровье - интегральный показатель, который, с одной стороны, позволяет отразить результаты взаимодействия с окружающей природной и социальной средой, а, с другой - оценить качество окружающей среды.

Качество воздуха представляет наибольший риск для здоровья населения. В январе 2016 года ВОЗ выступила с предупреждением, что риски для здоровья, связанные с загрязнением воздуха во многих крупных городах, достигли критической отметки. По словам экспертов ВОЗ, ситуация такова, что вскоре население Земли всерьез столкнется с проблемой ранней смертности, а власти разных стран будут изыскивать огромные суммы на лечение хронических заболеваний своих граждан, таких как нарушение работы сердца и даже старческое слабоумие.

Проблема загрязнения атмосферного воздуха особенно актуальна для урбанизированных территорий, где сосредоточена большая часть населения. Данная проблема характерна не только для Самарской области, нашей страны, но и для Панъевропейского региона, где более 95% населения подвержено воздействию загрязнения атмосферы, превышающего европейские стандарты и нормы ВОЗ по качеству воздуха. Так, по данным ГЭП-6, в 2012 г. более 0,5 млн случаев преждевременной смерти в Панъевропейском регионе было связано с качеством атмосферного воздуха.

В нашей стране эколого-эпидемиологические работы по оценке воздействия неблагоприятных факторов окружающей среды проводятся, начиная с 60-х гг., и большинство из них были направлены на выявление экологически обусловленных нарушений состояния здоровья детей, проживающих вблизи промышленных предприятий. Результаты этих работ сыграли существенную роль в санитарно-гигиенической и природоохранной деятельности, обосновывая необходимость снижения выбросов, организации контроля состояния атмосферного воздуха и даже при необходимости прекращения деятельности отдельных технологических линий, вплоть до закрытия производств. В эти годы также была доказана роль загрязнения атмосферного воздуха в повышении заболеваемости детей бронхиальной астмой в районах вблизи металлургических, парфюмерных и других производств. В настоящее время получены важные количественные характеристики потенциального и реального медико-социального ущерба здоровью населения от загрязнения окружающей среды во многих регионах России.

В числе приоритетных санитарно-гигиенических факторов, формирующих медико-демографические потери, продолжает оставаться химическое загрязнение окружающей среды. К основным потенциально вредным загрязнителям воздуха в панъевропейском регионе относят:

Твердые частицы (ТЧ), образующиеся как из природных источников, так и из антропогенных источников: продуктов бытового сжигания твердого топлива, от автомобильного транспорта, в процессе производства тепла и электроэнергии. В состав ТЧ входят сверхтонкие частицы <0,1 микрометра в диаметре, которые образуются за счет автодорожного транспорта, отопления жилых помещений и промышленных процессов.

ТЧ являются потенциальными переносчиками химических веществ, влияющих на здоровье человека, в т. ч., следовых содержаний металлов и металлоорганических присадок к топливу.

Недавние эпидемиологические исследования установили, что кратковременное воздействие повышенных концентраций этих мелких частиц, в частности, приводит к увеличению числа случаев и смертности от сердечно - сосудистых заболеваний. ТЧ являются признанным источником рисков для здоровья человека в глобальном масштабе, причем, не только в сильно загрязненной среде (ВОЗ, 2013 г.). Неблагоприятные последствия для здоровья из-за воздействия ТЧ отмечались при концентрациях, даже незначительно превышающих фоновые уровни, 3-5 микрограммов на м³ (Fuzzi и др., 2015 г.).

Черный углерод (ЧУ)/сажа, состоящий из поглощающего свет углерода, входящего в состав аэрозольных частиц. ЧУ образуется непосредственно за счет неполного сжигания ископаемого топлива, биомассы и биотоплива, в частности, от дизельных транспортных средств, мобильного оборудования, судов, отопления жилых помещений (например, небольших угольных или дровяных печей) и открытого сгорания биомассы (например, при лесных пожарах или сжигании сельскохозяйственных отходов) (ЕАОС, 2015f; ЮНЕП и ВМО, 2011 г.).

Оксиды азота (NOx), образующиеся от электростанций и транспортных средств. Основной компонент среди оксидов азота - монооксид азота.

Приземный озон (O₃) - вторичный загрязнитель, образующийся в континентальном масштабе за счет химических реакций в присутствии солнечного света и тепла между выбросами газов-прекурсоров, в т. ч. NOx и неметановых летучих органических соединений от транспорта, промышленной деятельности, из растворителей и органического углерода, окиси углерода и метана.

Метан (CH₄), образующийся в сельском хозяйстве, в процессах управления отходами и производства энергии, и хотя загрязняющим веществом он, строго говоря, не является, он выступает прекурсором для приземного озона O₃.

Оксиды серы (SOx), образующиеся за счет отопления жилых помещений, при производстве электроэнергии, от транспорта, а также из естественных источников - вулканов.

Полициклические ароматические углеводороды (ПАУ), в т. ч. бензо(а)пирен (БАП), образующийся в результате неполного сгорания топлива, отопления жилых помещений (например, при сжигании угля), пожаров, при деревообработке, сжигании отходов, производстве кокса и стали, а также за счет автомобильного транспорта. Как и в случае с другими стойкими органическими загрязнителями, они могут выпадать в качестве обратимых атмосферных осадков, и, таким образом, являться "повторными загрязнителями". ПАУ подвержены атмосферному переносу на большие расстояния (Halsall и др., 2001 г.) и считаются канцерогенными.

Опасные химические вещества, в т. ч. CO₂ и тяжелые металлы, включая ртуть, мышьяк, кадмий, свинец и никель, которые поступают в атмосферу в результате сжигания ископаемого топлива, отходов и металла.

Воздух также является важным маршрутом переноса патогенных микроорганизмов, в том числе, вирусов, бактерий, эндотоксинов, грибковых, спор и аллергенов, в частности, пыльцы. По мере повышения глобальной температуры и концентраций углекислого

газа, циклы пыления растений становятся длиннее и интенсивнее (Frei и Gassner, 2008 г.). Это приводит к увеличению числа респираторных аллергий и развитию астмы.

Повышенные концентрации в атмосферном воздухе таких загрязнителей, как диоксиды серы (SO₂) и азота (NO₂), оксиды азота (NO) и углерода (CO), БАП и формальдегид, оказывают негативное влияние на экосистемы и здоровье людей. SO₂ поражает в первую очередь органы дыхания, глаза, центральную нервную систему, кожу, угнетает окислительные процессы. NO₂ и формальдегид обладают раздражающим действием на слизистые оболочки и органы дыхания. Действие высоких концентраций CO приводит к острому отравлению, при хроническом воздействии наблюдается увеличение содержания в крови карбоксигемоглобина, изменение психомоторных реакций у детей и даже к летальному исходу. БАП провоцирует раковые заболевания.

Ситуация в нашей стране по состоянию заболеваемости имеет негативную тенденцию. Как видно из представленной таблицы по всем приведенным классам отмечается рост заболеваемости для всего населения, а самые высокие показатели отмечаются по заболеваемости органов дыхания и системы кровообращения. Ситуация в группе детей от 0 до 14 лет более оптимистична - отмечается тенденция снижения по 6 из 7 представленных классов заболеваний, но по классу новообразований отмечается стабильный рост - 108,2% относительно 2010 года. Максимальный показатель в данной возрастной группе по болезням органов дыхания, причем он в 3 раза выше, чем для всего населения! Выше показатели в детской группе по XVII (в 1,6 раза) и по III (в 1,2 раза) классам заболеваний.

**Заболеваемость населения России по основным классам заболеваний
на 100000 человек**

Класс заболеваний	2010		2013		2014			
	все население	дети 0-14 лет	все население	дети 0-14 лет	все население	% к 2010 г	дети 0-14 лет	% к 2010 г
II	4093,1	443,9	4346	477,4	4430,5	108,2	479,4	108,0
III	1219,1	1798,8	1195,4	1519,0	1250,7	102,6	1494,3	83,1
IV	5946,4	1648,3	6633,2	1539,3	7011,8	117,9	1513,7	91,8
VI	5714,0	4283,2	5896,6	4181,7	5881,5	102,9	4037,9	94,3
IX	22706,3	851,8	22890,6	811,3	23275,2	102,5	738,2	86,7
X	37933	117666,1	38901,8	118358,9	38245,1	100,8	117050,8	99,5
XVII	694	1178,6	718,5	1157,7	731,8	105,5	1154,8	98,0

II - новообразования; III - болезни крови, кроветворных органов и отдельные нарушения, вовлекающие иммунный механизм; IV - болезни эндокринной системы, расстройства питания и нарушения обмена веществ; VI - болезни эндокринной системы, расстройства питания и нарушения обмена веществ; IX - болезни системы кровообращения; X - болезни органов дыхания; XVII - врожденные аномалии (пороки развития), деформации и хромосомные нарушения

Загрязнение воздуха связывают с риском мертворождения, преждевременных родов или недоношенности. Последние данные связывают диабет, с воздействием ЗВ в воздухе, например, с ТЧ (Eze и др., 2014 г.).

За последнее столетие, выбросы газов и ТЧ за счет промышленных процессов и других видов антропогенной деятельности привели к значительным изменениям в составе атмосферы, причем многие из них ассоциируются с вредным воздействием на здоровье человека, экосистем и искусственной среды.

Воздействие ЗВ может иметь как локализованные последствия для здоровья человека, как в случае с ТЧ и О₃, так и распространяющиеся на регион и полушарие, как в случае с воздействием О₃ и ЧУ на радиационный баланс планеты. Значительные концентрации вторичных загрязнителей в мелких частицах в городском воздухе также объясняются переносом на большие расстояния окислов аммиака, серы и азота. Сложность реакций и химического поведения ЗВ при различных атмосферных условиях означает, что в будущем изменение климата окажет значительное влияние на качество воздуха в регионе.

Для улучшения здоровья и благополучия человека посредством повышения экологической устойчивости на глобальном уровне в числе 4-х пакетов комплексных мер и стратегий - программа "Детоксикация", включающая, в т. ч. борьбу с загрязнением воздуха, особенно в городах. Сегодня важно сосредоточиться на оценке успеха региона в процессе перехода к устойчивому будущему с точки зрения здоровья и благополучия человека, повышения жизнестойкости городов и эластичности экосистем, а не с перспективы экономического роста. В этой связи, полезным инструментом станут современные методы оценки, в частности, "Инклюзивный индекс благополучия", которые позволят отразить гораздо более широкую картину, давая возможность понять взаимосвязи между здоровьем окружающей среды и здоровьем общества.

Современные стандарты качества воздуха не всегда разрабатываются в интересах здоровья, и даже при достижении концентраций ЗВ в воздухе ниже предельных значений, риск для здоровья не исчезает. Непревышение предельных концентраций или целевых значений не означает, что проблема загрязнения воздуха решена.

Здоровая окружающая среда определяет здоровье и благополучие человека. Здоровье, по своей сути, представляет собой неотъемлемую часть устойчивости.

1. Государственный доклад "О состоянии и об охране окружающей среды РФ в 2015 году". Раздел "Окружающая среда и здоровье населения".

2. URL: <http://www.mnr.gov.ru/gosdoklad-eco-2015/health.html>.

3. Доклад "Об оценке по Панъевропейскому региону" ГЭП-6 (2015 г.). URL: <http://wedocs.unep.org/handle/20.500.11822/7748>.

4. Ларионов В.Г., Чернова Д.В. Значение экологии городов в формировании здоровья населения // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 9 (107). С. 106-110.

5. Фирулина И.И. Здоровье населения как один из показателей устойчивости социально-экономических систем (на примере Самарской и Оренбургской областей) // Материалы 3-й Международной научной конференции "Инновационные подходы к обеспечению устойчивого развития социо-эколого-экономических систем". Самара - Тольятти, 2016. С. 129-133.

6. Яковлев И. Промышленное загрязнение в России: невозможно измерить, невозможно контролировать // Экология и право. № 61. URL: <http://bellona.ru/ecopravo>.

ENVIRONMENT AND HEALTH RISKS

© 2017 Firulina Irina Ivanovna

Candidate of biological Sciences, Associate Professor

Samara State University of Economics

E-mail: firulinairina@gmail.com

Keywords: environment, air, health risks of potentially harmful air pollutants, health and social damage to health, the "Detox" programme.

Analyzes the health risks associated with exposure to potentially harmful air pollutants; directions of improving the health and well-being by enhancing environmental sustainability on a global level.

УДК 502.315

АСПЕКТЫ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ В ВЫСШЕЙ ШКОЛЕ*

© 2017 Юрина Владлена Сергеевна

кандидат экономических наук, доцент

Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти

E-mail: vlada_tft@mail.ru

Ключевые слова: высшая школа, образование, экология, стандарты, безопасность, устойчивое развитие.

Главным звеном в системе экологического образования выступает высшая школа, где преподаются, согласно образовательным стандартам, набор экологических дисциплин, способствующих формированию экологической культуры специалистов в целях устойчивого развития.

Подготовка квалифицированных специалистов в высшей школе, сочетающих достаточные познания по множеству фундаментальных дисциплин, проводится на основе концепции профильной подготовки специалистов¹. В университетах, в структуре традиционных факультетов, появились соответствующие кафедры. Однако, решение многочисленных экологических проблем требует универсальных специалистов, достаточно хорошо разбирающихся как в естественно-научных, так и в социально-экономических вопросах². Инженерных или узкоэкологических подходов для этого недостаточно. Возник

* Автор выражает благодарность РФФИ "Волжские земли в истории и культуре России" (грант № 16-16-63003) "Инновационные возможности экологического образования в интересах устойчивого развития на примере Самарской области") за поддержку данной работы.

спрос на профессионалов экологов-управленцев после того, как было создано Министерство охраны окружающей среды и природных ресурсов с обширной сетью подразделений - комитетов по экологии, во всех субъектах Федерации, городах и районах. Интегральные специалисты-экологи с управленческим уклоном должны иметь специальную подготовку вне традиционной классификации фундаментальных наук. Поэтому были разработаны образовательные стандарты по нескольким новым специальностям. Наличие экологической подготовки является одним из основных признаков профессионализма для многих специальностей в высшей школе.

В процессе вузовской подготовки студенты должны осознать, что человечество стоит перед выбором: сохранение существующего взаимоотношения человека и природы или радикальное его изменение³. Осознание бесперспективности второго пути развития должно сформировать у студентов ответственность за качество своей профессиональной подготовки и гражданскую зрелость. Все это предполагает масштабную переориентацию мировоззрения специалистов с высшим образованием.

Радикальная модернизация подготовки специалистов в сфере экологического образования для устойчивого развития⁴ может пойти по пути открытия в российских университетах на базе бакалавриата новых инновационных магистерских программ с получением двойных дипломов РФ/ЕС университетов - наподобие программ наиболее успешных образовательных проектов XX столетия - (МБА и МПА.). Примером может служить англо-немецко-испаноязычная магистерская программа „MBA in Executive Waste Management“ (магистр экологического администрирования и устойчивого управления отходами).

В целом, на сегодняшний день, в России состояние экологического образования не отвечает интересам населения и не соответствует мировым тенденциям в данной области. В высшей школе экологическое образование для устойчивого развития необходимо развивать с учетом международных, национальных и региональных экологических и природноресурсных особенностей в условиях модернизации страны, а также для обеспечения экологической безопасности как важной составляющей национальной безопасности Российской Федерации⁵.

¹ Дохолян А.С. Проблемы устойчивого развития экономики региона // Современные проблемы науки и образования. 2011. № 5.

² Казаренкова Т.Б. Социально-экологические проблемы высшего образования // Экологическая культура и образование: опыт России и Беларуси. М., 2000. С. 235.

³ См.: Экологическое образование и образованность - два "кита" устойчивого развития / Г.С. Розенберг, Д.Б. Гелашвили, Г.Р. Хасаев [и др.]. 2-е изд. Самара, 2016;

Кудинова Г.Э., Розенберг А.Г., Костина Н.В. Экологическое образование - один из факторов устойчивого развития региона // Азимут научных исследований: педагогика и психология. 2016. Т. 5. № 3 (16). С. 60-63.

⁴ Материалы XVI Международной конференции "Экологическое образование в интересах устойчивого развития". СПб., 2010. 374 с.

⁵ Национальная стратегия образования для устойчивого развития в Российской Федерации.
URL: <http://www.unesco.org/fileadmin/DAM/env/esd/Implementation/NAP/RussianFederationNS.r.pdf>.

ASPECTS OF ENVIRONMENTAL EDUCATION IN HIGHER EDUCATION

© 2017 Yurina Vladlena Sergeevna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

Volga region State University of Service, Tolyatti

E-mail: vlada_tlt@mail.ru

Keywords: education, higher education, environment, standards, sustainable development, security.

The main link in the system of ecological education is high school, where is taught according to educational standards, a set of ecological disciplines that contribute to the formation of ecological culture of experts for sustainable development.

ЭКОНОМИКА

УДК 336.7

СУЩНОСТЬ ДОЛЕВОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ

© 2017 **Аблякимов Дамир Рустемович**
магистрант

Самарский государственный экономический университет
E-mail: damir10@list.ru

Ключевые слова: финансирование, акции, инвестиционный проект, эмитент, учредители.

Обосновывается необходимость, сущность, особенности и преимущества долевого финансирования инвестиционных проектов.

Важнейшей проблемой осуществления инвестиционных проектов является привлечение инвестиционных ресурсов в целях обеспечения финансовой реализуемости проекта.

Существует несколько методов финансирования инвестиционных проектов¹:

- самофинансирование, т.е. инвестирование осуществляется только при помощи собственных средств;
- акционирование и иные формы долевого финансирования;
- кредитное финансирование (выпуск облигаций, инвестиционные кредиты банков);
- бюджетное финансирование;
- лизинг;
- смешанное финансирование на основе различных комбинаций рассмотренных способов;
- проектное финансирование.

Рассмотрим более подробно формы долевого финансирования и выявим некоторые особенности.

Существуют 2 формы долевого финансирования проекта:

1) дополнительная эмиссия акций, уже существующего предприятия, объявляемая для нужд финансирования какого-то конкретного проекта;

2) создание для реализации инвестиционного проекта вновь учреждаемого предприятия с привлечением в него соучредителей, которые формируют дополнительный капитал в устав этого предприятия, в виде денежной или имущественной формы².

Дополнительная эмиссия акций на практике весьма редко осуществляется либо оказывается успешной, т.к. в большинстве случаев сумму необходимую для инвестирования собрать не получается. Тем не менее, на ранних стадиях рыночных реформ в России были примеры удавшихся попыток привлечения значительных сумм. Одним из таких примеров служит опыт первичного размещения акций Автомобильного Всероссийского Альянса, в интересах освоения выпуска «народного автомобиля». Акции выпускались к тому времени уже существовавшим АО, в собственности которого находился недостроенный Елабужский автомобильный завод³.

Выведено несколько причин данного способа финансирования инвестиционных проектов. Во-первых, для приобретателей упомянутой дополнительной эмиссии акций не существует гарантии, что в действительности их деньги не будут использованы на иные цели. Если соучредителям не предоставляется по закрытой подписке крупный пакет акций, дающий возможность провести своих представителей в органы управления акционерного общества.

Во-вторых, необходимы веские доказательства (подтвержденные надежным аудитом) финансовой устойчивости предприятия-эмитента, так и высокая степень его информационной прозрачности. Финансово-кризисное предприятие тем более будет склонно использовать средства, получаемые в результате рассматриваемой целевой дополнительной эмиссии, для укрепления своего финансового положения (в особо кризисных случаях - для погашения просроченной кредиторской задолженности). Заметим, что согласно российскому законодательству главной целью современного аудита является не анализ финансового положения акционерных обществ, а контроль за достоверностью бухгалтерской отчетности. Информационная прозрачность предприятия, которая тогда должна предполагать регулярную публикацию в тех или иных формах не только стандартной финансовой отчетности, но и сведений об инвестиционных проектах фирмы, нужна для того, чтобы инвесторы могли хотя бы в общих чертах видеть, как используются (и используются ли вообще) их деньги, доверенные предприятию в интересах получения в последующем прибылей с конкретного инвестиционного проекта, в который инвесторы поверили.

В-третьих, предприятие-эмитент должно пользоваться достаточным общественным доверием. При этом хорошим способом обеспечить его служит ранее проведенное им успешное первичное размещение акций и котировка их на престижной фондовой бирже.

В-четвертых, предприятие-эмитент не должно быть слишком многопрофильным. При этом профиль объявляемого инвестиционного проекта, как правило, должен соответствовать специализации эмитента. Данное обстоятельство укрепит уверенность инвесторов в том, что мобилизуемые посредством целевой дополнительной эмиссии фонды действительно будут направляться по назначению и принесут дивиденды⁴.

Целевое долевое финансирование проекта в этих случаях выступает в форме взносов сторонних соучредителей в уставные капиталы подобных предприятий. Учредительский договор может предусматривать как постепенную оплату взносов в уставный капитал, так и его поэтапное пополнение путем осуществления заранее запланированных дополнительных эмиссий акций, осуществляемых в порядке закрытой (лимитируемой) подписки на вновь выпускаемые акции (так, что это будет соответствовать оговоренному сохранению или изменению долей соучредителей в уставном капитале).

Напомним, долевое финансирование инвестиционных проектов может осуществляться в виде денежных и имущественных вкладов. Чаще всего от приглашаемых сторонних соучредителей требуется денежный вклад, так как инициатор и главный учредитель "предприятия под проект", как правило, обладает некоторыми уникальными для данного проекта (и создающими по нему конкурентные преимущества) активами, но не может сам полностью обеспечить потребность проекта в денежных средствах.

Наиболее характерной эта форма проектного финансирования оказывается для случаев, когда инвестиционный проект инициируется: (а) частными предпринимателями, привлекающими партнерский капитал; (б) крупными многопрофильными (диверсифицированными) фирмами; (в) финансово-кризисными предприятиями, желающими поправить свои дела за счет осуществления эффективных инвестиционных проектов с коротким сроком окупаемости (антикризисных инвестиционных проектов).

При этом следует учитывать, что чем больше предприниматели - инициаторы проекта вносят в уставный капитал своих средств, тем легче привлекать в уставный капитал более значительные средства со стороны. Очевидно, здесь сказывается и то, как приглашаемые соучредители подобного типа предприятий (именуемых иногда «кйй-ирк») оценивают степень веры в собственные деловые идеи со стороны самих инициаторов проекта. В то же время стремление изначально сохранить за собой контроль над учреждаемым предприятием существенно ограничивает возможности привлечения долевого проектного финансирования.

Весьма часто инициаторам инвестиционных проектов, которым не хватает денежных средств, ради привлечения со стороны именно денежных средств приходится соглашаться на недооценку их имущественного вклада в уставный капитал создаваемых под проект предприятий. Таким образом, они способствуют завышению доли в уставном капитале тех внешних соучредителей, кто согласен внести в него денежные взносы. Иначе последние в подобных случаях не соглашаются предоставлять долевое проектное финансирование.

Юридической формой создаваемых в подобных ситуациях предприятий обычно являются общества с ограниченной ответственностью, так как эта юридическая форма ведения бизнеса позволяет внести в устав предприятия практически любые условия, охраняющие права инициаторов проекта. Общество с ограниченной ответственностью также является и той формой ведения бизнеса, учреждение и ликвидация которой требуют минимума процедур и издержек.

Первая форма редко бывает успешной и редко применяется. Вторая форма является наиболее популярной и более успешная в реализации⁵.

¹ Ермолаев К.Н., Михайлов А.М. Секьюритизация активов как инструмент повышения конкурентоспособности организации // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2016. № 8 (142). С. 6-9.

² Инвестиции : учебник / под ред В.В. Ковалева, В.В. Иванова, В.А. Лялина. М. : ТК Велби, 2003. 440 с.

³ Моисеев В.В., Глаголев С.Н., Дорошенко Ю.А. Актуальные проблемы инвестиций и инноваций в современной России. М. : Директ-Медиа, 2014. 426 с.

⁴ Христенко П.Р. Анализ эффективности инвестиционных проектов. М. : Лаборатория книги, 2010. 58 с.

⁵ Оценка и совершенствование инвестиционно-инновационной деятельности предприятия : монография / И.А.Митрофанова, А.Б.Тлисов, Н.П.Иванов, М.А.Крылова. М. : Директ-Медиа, 2016. 98 с.

THE ESSENCE OF EQUITY FINANCING OF INVESTMENT PROJECTS

© 2017 **Ablyakimov Damir Rustemovich**
Graduate Student
Samara State University of Economics
E-mail: damir10@list.ru

Keywords: finance, stocks, investment project, the Issuer, the founders.

The article substantiates the need, nature, features and benefits of equity investment projects finansirovaniya.

УДК 330.332

ИНВЕСТИЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ КЛАСТЕРНОЙ ЭКОНОМИКИ

© 2017 **Абрамичева Кристина Дмитриевна**
магистрант

© 2017 **Котова Ольга Сергеевна**
магистрант

© 2017 **Гурбанов Давид Абилович**
магистрант

© 2017 **Гаранин Сергей Андреевич**
магистрант

© 2017 **Заступов Андрей Владимирович**
кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: oiler79@mail.ru, kristi_574784@mail.ru, kotova.olechka2013@yandex.ru

Ключевые слова: инвестиции, промышленный кластер, инновационно-инвестиционный потенциал, регион.

Описывается структурно-инвестиционная направленность промышленной политики. Представлены особенности разработки инвестиционной политики. Дана характеристика формирования инвестиционной промышленной политики на примере промышленных кластеров Самарской области.

Важнейшим инструментом реализации промышленной политики является инвестиционная политика, которая представляет собой совокупность методов и своих инструментов воздействия на отдельные направления развития промышленности, осуществление которой должно привести к выполнению инвестиционных программ и проектов, достижению целей промышленной политики и получению экономического, социального и другого положительных эффектов. В таком понимании инвестиционная политика характеризуется подчиненным характером по отношению к промышленной и должна соответствовать ее целям. В то же время разработка инвестиционной политики имеет свои особенности.

Обязательным элементом анализа развития промышленности является исследование инновационно-инвестиционного потенциала изучаемой экономической системы. На основе экономического анализа данных для реализации промышленной политики должны быть выбраны приоритеты развития промышленного комплекса. При их выборе целесообразно использовать ряд критериев. Возможны различные их варианты, однако, представляется, что важнейшим являются следующие: наукоемкость выпускаемой продукции, роль в развитии экономики, рейтинг продукции на внешних рынках, инвестиционная привлекательность, значение для повышения конкурентоспособности отдельных технологических цепочек. Использование этих критериев, с учетом их иерархии применительно к различным экономическим системам, позволит выявить приоритетные отрасли промышленности.

Определение приоритетных отраслей с последующей их поддержкой не должно противопоставляться комплексу косвенных мер, которые может осуществлять государство по развитию промышленности. Имеется в виду совершенствование нормативно-правовой среды, налоговой политики¹, формирование инфраструктуры, необходимой для развития промышленности, развитие информационной среды и др. Более того, эти меры позволят не только усилить развитие выбранных приоритетных отраслей, но и создать из них "точки роста", которые позволят сформировать устойчивую положительную динамику смежных отраслей и производств.

Этап выбора приоритетных отраслей и определения перспектив их развития не способен дать результат без разработки в них конкретных инвестиционных программ и проектов. Именно они должны служить основой формируемой промышленной политики, а ее результативность будет зависеть от успешности их реализации. Инвестиционные программы и проекты должны быть скоординированы по смежным производствам и в максимальной степени задействованы с отечественными производителями.

Формирование инвестиционной промышленной политики определяется способностью государства обеспечить концентрацию инвестиционных ресурсов на выбранных программах и проектах, создать регуляторы перетока в них отечественных и иностранных инвестиционных ресурсов. Для решения этой задачи необходимы не только самые строгие меры государственного воздействия, но и те меры, которые связаны с инвестиционной инфраструктурой. Необходимо улучшение инвестиционной привлекательности как на макроуровне, так и на уровне отдельных выбранных приоритетных предприятий, улучшение инвестиционного законодательства. Вместе с тем, следует контролировать

направленность этих мер - они должны быть ориентированы не на поддержку финансовых спекуляций, а на стимулирование притока реальных инвестиций.

Стоит отметить, за последние годы в промышленности региона очень медленно повышается техническая оснащенность производства, что затрудняет решение вопросов перехода к производству новой продукции. Все это приводит к снижению технико-организационного уровня производства предприятий и его экономической результативности. На практике часто проводимая реструктуризация предприятий не решает организационно-экономических вопросов совершенствования материально-технической базы. Кроме того, в ряде подотраслей промышленности отсутствуют программы поддержки сохранения отраслевых научно-исследовательских институтов и материально-технической базы опытно-экспериментальных производств предприятий, имеющих высокую долю производства сложной наукоемкой продукции. Также медленно решаются вопросы согласования нормативно-законодательных актов, регулирующих и стимулирующих научно-производственную деятельность.

В этой связи, наиболее прогрессивным подходом к инновационно-инвестиционному развитию экономики промышленности² становится формирование и развитие промышленных кластеров, что способствует последовательно и комплексно оценить промышленную политику региона, в том числе сформировать новые конкурентные преимущества бизнеса с учетом имеющихся рисков в деятельности предприятий промышленности, а также выявить дополнительные возможности для инновационно-инвестиционного развития.

Кластерный подход предлагает альтернативную форму институциональной организации экономики региона. Развитие промышленных кластеров станет возможным на основе непрерывного, самовоспроизводящегося взаимодействия промышленных отраслей, когда характер и глубина связей между ними станут ключевыми факторами анализа инновационно-инвестиционного развития территории. Важно отметить, кластеризация создает возможности для взаимопроникновения различных отраслей и образования в результате этого новых рынков.

Стоит отметить, в настоящее время наблюдаются высокие значения рентабельности предприятий нефтехимического кластера³ как субъектов приоритетных отраслей промышленности Самарской области. Если сравнить со структурой⁴ инвестиций, именно здесь наблюдается основной приток инвестиций.

Сегодня нефтехимическому кластеру региона, где сосредоточены наиболее приоритетные отрасли промышленности, предстоит научиться совмещать реализацию масштабных инвестиционных проектов с режимом жесткой экономии под влиянием действия санкционных ограничений⁵. Очевидно, падение мировых цен на нефть, ослабление рубля и действующий санкционный режим со стороны Запада не могли не отразиться на доходах бюджета предприятий нефтехимического кластера (в сфере нефтедобычи и нефтепереработки) Самарской области. Тем не менее, на фоне экономического спада ведущим игрокам нефтяного рынка пока удается наращивать объемы производства и не прибегать к сокращению инвестиционных программ⁶.

Таким образом, инвестиционная промышленная политика региона направлена на формирование и развитие промышленных кластеров, модернизацию промышленных

производств, инновационное развитие отраслевых предприятий. Концепция формирования промышленных кластеров реализуется как инновационная модель развития отраслей промышленности региона.

¹ Заступов А.В. Отраслевые особенности налогообложения в современной системе недропользования // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2014. № 2 (112). С. 29-33.

² Меньшиков А.В. Кластерный подход в развитии экономики регионов // Известия РЭУ им. Г.В. Плеханова. 2014. № 3 (17). С. 56-63.

³ Заступов А.В. Тенденции состояния и перспективы развития российского нефтегазового сервиса в современных рыночных условиях // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 2 (100). С. 41-47.

⁴ Бабкин А.В. Интегрированные промышленные структуры как экономический субъект рынка: сущность, принципы, классификация // Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия "Экономика". 2014. № 4. С. 7-23.

⁵ Заступов А.В. Подходы к оценке и управлению рисками в нефтяной отрасли // Самарский научный вестник / ПГСГА. 2014. № 1 (6). С. 53-55.

⁶ Заступов А.В. Аспекты управления проектными рисками в деятельности предприятий нефтедобывающей промышленности // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2008. № 11 (49). С. 27-32.

INVESTMENT DEVELOPMENT OF CLUSTER ECONOMY

© 2017 **Abramicheva Kristina Dmitrievna**

Undergraduate

© 2017 **Kotova Olga Sergeevna**

Undergraduate

© 2017 **Gurbanov David Abilovich**

Undergraduate

© 2017 **Garanin Sergey Andreevich**

Undergraduate

© 2017 **Zastupov Andrey Vladimirovich**

Candidate of Economics, Associate Professor

Samara State University of Economics

E-mail: oiler79@mail.ru, kristi_574784@mail.ru, kotova.olechka2013@yandex.ru

Keywords: investments, industrial cluster, innovative investment potential, region.

In article a structural and investment directivity of an industrial policy is described. Features of development of an investment policy are provided. The characteristic of formation of an investment industrial policy on the example of industrial clusters of the Samara region is this.

АВТОМАТИЗИРОВАННЫЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ, ПРИМЕНЯЕМЫЕ В ПАО СБЕРБАНК

© 2017 Абрамов Виталий Сергеевич

студент

© 2017 Кочеткова Наталья Викторовна

кандидат педагогических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: NVKochetkova@bk.ru

Ключевые слова: Сбербанк, автоматизированные системы управления, информационные технологии, инновационные проекты, автоматизация.

Отражены основные направления развития информационных технологий, инновационный характер которых позволяет Сбербанку удерживать лидирующие позиции по ключевым показателям не только в российской банковской среде, но и быть серьезным игроком на международном уровне.

В Сбербанке на настоящий момент почти ничего не напоминает о сберегательных кассах, функции которых он выполнял на протяжении значительного периода своей истории (создан в 1841 году¹).

Сбербанк дает работу и источник дохода каждой 150-й российской семье. На долю лидера российского банковского сектора по общему объему активов приходится 28,7% совокупных банковских активов (по состоянию на 1 января 2016 года), 46% вкладов населения, 38,7% кредитов физическим лицам и 32,2% кредитов юридическим лицам.

В состав Сбербанка входят 12 территориальных банков и более 16 тысяч отделений в 83 субъектах Российской Федерации, включающих 11 часовых поясов. В России у Сбербанка более 110 млн. клиентов, а за рубежом - около 11 млн. человек.

Среди клиентов Сбербанка - более 1 млн предприятий (из 4,5 млн зарегистрированных юридических лиц в России). Банк обслуживает все группы корпоративных клиентов.

В Сбербанке на сегодня трудятся более 260 тыс. квалифицированных сотрудников.

Залогом успешной работы Сбербанк считает развитие взаимовыгодных отношений с клиентами и освоение новых управленческих технологий². Сбербанк следует мировым тенденциям и внедряет решения, которые должны удовлетворять растущие потребности клиентов, то есть проведение работы по совершенствованию и разработке новых автоматизированных систем. Затраты банка на эти цели за 2016 год составили 89,3 млрд. руб. против 65,5 млрд. руб. в 2014 году.

Банк успешно выполняет планируемые стратегические инициативы, целью которых является построение технологической платформы и трансформация в сервисную компанию с продуктами и услугами мирового уровня к концу 2018 года³.

Технологическая платформа будет включать в себя инфраструктуру, данные и средства их обработки и анализа, приложения, средства разработки, API.

Среди важных вех этой работы - организация георезервирования сервисов контактного центра, создание ядра новой высоконадежной локальной вычислительной сети, работа клиентских сервисов при совершении операций в интернет-магазинах, переводов, выдаче кредитов, обслуживании через удаленные каналы в период инцидентов и технологических работ.

Высококритичные сервисы транспортирования данных между автоматизированными системами Сбербанка совершенны настолько, что простой системы составляет не более 5 минут в год.

В Сбербанке создана система удаленных каналов обслуживания, в которую входят⁴:

онлайн-банкинг "Сбербанк Онлайн" (более 30 млн активных пользователей);

мобильные приложения "Сбербанк Онлайн" для смартфонов (более 18 млн активных пользователей);

SMS-сервис "Мобильный банк" (более 30 млн активных пользователей);

одна из крупнейших в мире сетей банкоматов и терминалов самообслуживания (более 90 тыс. устройств).

В Сбербанке внедрены сквозной производственный процесс и ресурсное планирование, благодаря чему усилился контроль за запуском и реализацией проектов, сократилась средняя длительность проектов с 30 до 18 месяцев. Удовлетворенность внутренних клиентов в области реализации ИТ-составляющей проектов выросла в 3,8 раза, реализации непроектных задач - в три раза.

В Сбербанке создан единый процесс управления операционным и ИТ-производством, инцидентами и технологическими стандартами, на 13% сокращена численность функции сопровождения клиентских операций. Трансформированы региональные центры сопровождения клиентских операций в Хабаровске и Воронеже. Сопровождение ИТ-операций обеспечено во всех часовых поясах.

Реализован эксперимент по разработке математической модели управления инкассацией и наличностью в устройствах самообслуживания Сбербанка

Успешно завершена начатая 4,5 года назад Программа "Автоматизации систем управления рисками на финансовых рынках". Созданы системы для контроля лимитов рыночного и кредитного рисков, установления лимитов на финансовые институты. Внедрены системы контроля рыночности и независимой верификации цен. При создании риск-инфраструктуры было сэкономлено около 360 млн. рублей.

Сбербанк внедрил автоматизированную систему мониторинга кредитных заявок для выявления мошеннических действий со стороны корпоративных клиентов.

Банк автоматизировал систему контроля качества андеррайтинга. Запланированное до конца 2017 года создание инструментария анализа рисков позволит улучшить качество кредитного портфеля и обеспечить поддержание высокого уровня экспертизы.

Завершен проект по развертыванию международного карточного процессингового центра, первым клиентом стал БПС-Сбербанк Республики Беларусь.

Создан "Личный кабинет инвестора", дающий доступ к просмотру остатков по брокерским счетам, маржинальным показателям, реестру сделок, информации по расходованию денежных средств, движению ценных бумаг между счетами клиента.

Создан прототип портала для внешних партнеров Сбербанка, опубликован сервис с открытым интерфейсом (API) и развернут инструмент управления жизненным циклом API для подключения партнеров "Сбербанк-Мессенджер", а также публикации API корпоративных сервисов и привлечения новых партнеров.

Создан новый канал обработки мультимедиа-сообщений в контактном центре - "Текстовый чат", что сократит расходы на оплату телефонного трафика и снизит темпы роста нагрузки на операторов⁵.

Сбербанк внедрил у себя технологию "прямых расчетов", что позволило проводить платежи в расчетной системе Сбербанка в режиме реального времени, время прохождения платежа между клиентами Сбербанка было сокращено с 45 до 6 минут.

Введена упрощенная схема рассмотрения обращений корпоративных клиентов, в результате чего до 50% финансовых претензий решаются за один день. Максимальное время рассмотрения обращений корпоративных клиентов не превышает двух дней.

В Сбербанке появился новый бизнес - монетизация данных. Сформирован базовый портфель продуктов Сбербанка на основе агрегированных данных. Заключены первые сделки с внешними клиентами на продукты по построению модели склонности к покупке и сегментированию клиентской базы для таргетированных кампаний.

Запущен портал "Открытые данные" - уникальный информационный продукт представляющий агрегированные данные экономической активности населения и бизнеса.

Концепция Сбербанка предусматривает, что в 2019-2020 гг. у него в общей сложности останутся три собственных Центра обработки данных (ЦОД), рассматривает возможность введения компенсаций для клиентов, испытывающих неудобства из-за сбоя в системах.

¹ URL: <http://www.sberbank.ru/ru/about/today>.

² Войткевич Н.И., Косарев Д.Н. Инновационные банковские технологии // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 2 (100). С. 23.

³ Информационные технологии в Сбербанке. 2017. URL: <http://www.tadviser.ru/index.php>
Статья: Информационные технологии в Сбербанке.

⁴ Развитие информационных технологий. URL: <http://2013.report-sberbank.ru/ar/the-bank-s-development/it-development>.

⁵ Лев Хасис. Технологическая платформа Сбербанка. Годовой отчет Сбербанка за 2016 год. URL: https://2016.report-sberbank.ru/download/ar/ru/pdf/parts/ru_information-technology.pdf.

Астафьева О.В., Юдина О.В. Подходы к обеспечению устойчивого развития экономических систем с отраслевой направленностью // Экономика. Бизнес. Банки. 2016. Т. 10. С. 9-18.

AUTOMATED CONTROL SYSTEMS USED IN SBERBANK

© 2017 Abramov Vitaly Sergeevich
Student

© 2017 Kochetkova Natalia Viktorovna
Ph.D., Associate Professor
Samara State University of Economics
E-mail: NVKochetkova@bk.ru

Keywords: Sberbank, automated control systems, information technologies, innovative projects, automation.

The article reflects the main directions of the development of information technologies, the innovative nature of which allows Sberbank to retain its leading positions in key indicators not only in the Russian banking environment, but also to be a serious player at the international level.

ПРОБЛЕМЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ С ГОСУДАРСТВЕННЫМ УЧАСТИЕМ (НА ПРИМЕРЕ ГУП "ВОЛГОФАРМ")

© 2017 Абухоф Владимир Владимирович

студент

Волгоградский институт управления - филиал РАНХиГС

E-mail: abuhof@yandex.ru

Ключевые слова: система менеджмента качества, выбор поставщиков, управленческие решения, конкурентоспособные цены, рейтинг фармдистрибьюторов.

Данная статья посвящена выявлению факторов, оказывающих влияние на ценообразование фармацевтических компаний с государственным участием. Делается акцент на проблеме отсутствия механизма определения персональной ответственности руководителей государственных предприятий за выбор поставщиков, с нарушением системы менеджмента качества, несмотря на негативные последствия, влияющие как на конкурентоспособность самого предприятия, так и на качество жизни людей.

Цены государственных фармацевтических предприятий на конкретные торговые позиции не всегда конкурентоспособны¹, что в первую очередь обусловлено высоким уровнем закупочных цен², так как установленные надбавки применяются к ценам поставщиков. Рассмотрим в качестве примера ситуацию, возникшую в 2011 году в ГУП "Волгофарм"³. С 2008 года на предприятии внедрена система менеджмента качества в соответствии с требованиями международного стандарта ИСО 9001-2008 (далее - СМК)⁴, нацеленная на оптимизацию бизнес-процессов предприятия⁵, с помощью регламентации обязательных процедур этих процессов, в том числе, по оценке и выбору поставщиков⁶.

Согласно действующему на предприятии регламенту процесса "Закупки" реестр потенциальных поставщиков ГУП "Волгофарм" формируется по результатам их первичной и последующей оценки и ввод в реестр поставщиков осуществляется на основании служебной записки отдела организации закупок. Учитывая, что закупка товара путем выбора лучшей цены осуществляется только у поставщиков, включенных в реестр, сформированный ГУП "Волгофарм", то есть от правильности их оценки и выбора зависит, в том числе конкурентоспособность отпускных цен. Критериями первичной оценки поставщиков⁷ являются (наличие эксклюзивного или дефицитного на определенный момент ассортимента, представление отсрочки платежа, предложение цен, позволяющих формировать предприятию конкурентоспособные цены, оптимальные условия доставки).

Более высокая вероятность наличия этих критериев существует у поставщиков, включенных в совокупный рейтинг фармдистрибьюторов⁸, который ежегодно формируется Центром маркетинговых исследований "Фармэксперт" (далее ЦМИ) и является ведущей компанией в сфере аналитики по розничному, оптовому, производственному сектору фармацевтического рынка не только в России, но и в странах СНГ⁹. Анализ постав-

щиков предприятия показал, что количество поставщиков предприятия, являющихся национальными, межрегиональными и региональными фармдистрибьюторами увеличивается, что подтверждается данными табл. 1.

Таблица 1

Период	Количество поставщиков ГУП Волгофарм, ед.		Удельный вес поставщиков ГУП, включенных в рейтинг ЦМИ, %
	Всего за период	Включенных в рейтинг ЦМИ	
2010	189	15	7,9
2011	171	17	9,9
9 мес. 2012	163	18	11,0

По данным рейтинга ЦМИ в период с 2010 по 2012 год неизменно лидировали три компании, в настоящее время ГУП "Волгофарм" сотрудничает со всеми из них. В табл. 2 приведены результаты сравнительного анализа объема поставок лидерами фармацевтического рынка по годам.

Таблица 2

№ п/п	Наименование национального фармдистрибьютера	Удельный вес от общей суммы поставок, %		
		2010	2011	2012
1	ЗАО "СИА Интернейшнл"	6,4	26,0	8,6
2	ЗАО фирма ЦВ "Протек"	19,4	16,9	16,2
3	ЗАО НПК "Катрен"	0,0	0,0	5,5

Из табл. 2 видно, что в 2011 году доля ЗАО "СИА Интернейшнл" существенно превышает доли других поставщиков предприятия, порядка 30% всех закупок осуществлялось у этого контрагента. Данный факт был обусловлен, по мнению автора статьи, отсутствием в реестре поставщиков ГУП "Волгофарм" в 2011 году компании, способной конкурировать по закупочным ценам с ЗАО "СИА Интернейшнл", а основным его конкурентом являлось ЗАО НПК "Катрен", так как относится к одной категории фармдистрибьюторов России. Эта компания введена в реестр поставщиков предприятия только в конце 1 кв.2012 года. Считаем, что ограничение доступа ЗАО НПК "Катрен" в реестр поставщиков ГУП в 2011 году из-за управленческих решений руководства поспособствовало, тому, что ЗАО "СИА Интернейшнл" в 2011 году имело возможность в одностороннем порядке определять уровень цены поставляемой продукции.

Такой подход к выбору поставщиков влечет за собой ограничение конкуренции. Признаки ограничения конкуренции установлены п. 17 ст. 4 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ "О защите конкуренции"¹⁰, в частности (сокращение числа хозяйствующих субъектов, не входящих в одну группу лиц, на товарном рынке; рост цены товара, не связанные с соответствующими изменениями иных общих условий обращения товара на товарном рынке). Сравнительный анализ среднего уровня цен на поставку одной лекарственной формы, дозировки и упаковки по двум национальным фармдист-

рибьюторам, способным конкурировать между собой по ценам реализации, позволил установить случаи предложения более низкой цены ЗАО НПК "Катрен" в 2012 году, чем предлагал ЗАО "СИА Интернейшнл" в 2011 году.

В 2012 году более 5% всех закупок предприятия осуществлялось у этого поставщика, что свидетельствует о предложении более низких цен на реализуемую фармацевтическую продукцию. С марта 2012 года у ГУП "Волгофарм", в целом, снизился уровень закупочных цен, что подтверждено мониторингом цен предприятия, проведенным КСП Волгоградской области. Выбор конкурентоспособного фармдистрибьютора ЗАО НПК "Катрен" и включение его в реестр поставщиков ГУП "Волгофарм" повлияла на ценовую ассортиментную доступность, в том числе за счет сдерживания роста цен у других поставщиков предприятия.

Таким образом, в результате анализа действующей системы менеджмента качества (на примере ГУП "Волгофарм") автором статьи были выявлены определенные проблемы, возникающие при оценке и выборе поставщиков предприятия, от которых, в итоге, зависит конкурентоспособность самого предприятия. А именно, из-за отсутствия механизма определения персональной ответственности руководителя предприятия, за принятие управленческих решений, не соответствующих документам (регламентам) СМК, определенные организацией как необходимые ей для обеспечения эффективного осуществления процесса выбора и оценки поставщиков возникают ситуации, способные негативно отразиться как на деятельности предприятия.

¹ Тюренков И.Н., Евстратов А.В. Товаропроводящая система волгоградского фармацевтического рынка // Новая Аптека. 2003. № 5. С. 18-22.

² Измайлов А.М. Методический подход к анализу конкурентоспособности фармацевтического промышленного предприятия // Бизнес в законе. 2015. № 3. С. 232-236.

³ О государственных и муниципальных унитарных предприятиях : федер. закон от 14.11.2002 № 161-ФЗ. Доступ из справ. правовой системы "КонсультантПлюс" (дата обращения: 28.08.2017).

⁴ ГОСТ Р ИСО 9001-2015. Системы менеджмента качества. Требования : утв. Приказом Росстандарта от 28.09.2015 №1391-ст (вместе с "Разъяснением новой структуры, терминологии и понятий", "Другими международными стандартами в области менеджмента качества и на системы менеджмента качества, разработанными ИСО/ТК 176"). Доступ из справ. правовой системы "КонсультантПлюс" (дата обращения: 28.08.2017).

⁵ Евстратов А.В., Абрамов С.А. Стратегический маркетинг : учеб.пособие для студентов, обучающихся по направлению "Экономика" и специальности "Мировая экономика" / Волгогр. гос. техн. ун-т. Волгоград, 2010. 85 с.

⁶ Отчет о результатах проверки эффективности финансово-хозяйственной деятельности и использования государственного имущества ГУП "Волгофарм" за 2010-2011 годы и 9 месяцев 2012 года : утв. постановлением КСП Волгогр. обл. от 01.02.2013 № 1/1. URL: http://www.ksp34.ru/activity/control_measures/2012_god.

⁷ Евстратов А.В., Измайлов А.М. Слияния и поглощения компаний на фармацевтическом рынке: мировой опыт и российская специфика : монография / ВолгГТУ. Волгоград, 2016. 156 с.

⁸ Шаховская Л.С., Евстратов А.В., Пескова О.С. Формирование региональных фармацевтических кластеров в современной России // Вестник РУДН. Серия: Экономика. 2011. № 2. С. 49-56.

⁹ URL: <https://www.retail.ru/news/48376>.

¹⁰ О защите конкуренции : федер. закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ. Доступ из справ. правовой системы "КонсультантПлюс" (дата обращения: 28.08.2017).

**PRICE SETTING ISSUES OF PHARMACEUTICAL COMPANIES
WITH STATE PARTICIPATION
(THROUGH THE EXAMPLE OF STATE UNITARY ENTERPRISE "VOLGOFARM")**

© 2017 Abukhof Vladimir Vladimirovich
Student

Russian Presidential Academy of National Economy
and Public Administration in Volgograd
E-mail: abuhof@yandex.ru

Keywords: quality management system, supplier selection, managerial decisions, competitive prices, pharm distributors ranking.

The article is dedicated to identification of factors that have an impact on pricing issues of pharmaceutical companies with state participation. The emphasis is put on a problem of absence of a mechanism that determine personal responsibility of state companies' managers who disrupt quality management system during supplier selection, regardless of negative consequences that influence both the competitiveness of the company and people's quality of life.

УДК 659.1:338.46

PR И СРЕДСТВА PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ

© 2017 Ананикян Мария Эдуардовна*
студент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: ananikian.maria-flowers@yandex.ru

Ключевые слова: PR, PR-деятельность, СМИ, PR-акции, реклама, гостиницы, гостиничный бизнес.

Рассмотрены отличия PR от рекламы, показана роль PR-деятельности в продвижении услуг средств размещения, сформулированы задачи PR-деятельности в гостиничном бизнесе.

Паблик рилейшнз - это планомерная, постоянно осуществляемая деятельность по обеспечению равноправного информационного взаимодействия между организацией и общественностью для формирования взаимопонимания. Проанализируем данное утверждение. Во-первых, "планомерная постоянно осуществляемая деятельность" свидетельствует о том, что PR-деятельность организуется как мероприятие либо проект, исполняется регулярно, а

* Научный руководитель - **Войткевич Наталия Ивановна**, кандидат экономических наук, доцент.

не эпизодически. Во-вторых, целью является обеспечение равноправного взаимодействия, благодаря чему, осуществляется взаимопонимание общественности и предприятия, поскольку в этом случае в процесс вовлечены разнообразные категории людей¹.

Необходимо уметь разграничивать понятия PR и реклама. Последнее представляет собой четко позиционированную для определенной целевой аудитории информацию о товаре и услуге. Если говорить о печатании проспектов, баннеров, то здесь подразумевается реклама как таковая. Информация рекламной службы непредвзято и специально выбранная, должна неявно увеличивать прибыль организации².

Мероприятия PR призваны, во-первых, проявлять интерес покупателя к предложению компании, а во-вторых - благодаря обратной связи с клиентом привести предложение услуг в соответствие с имеющимся спросом. Акцент рекламы делается на продажах, ведь именно это отличает её от назначения PR - оповещать, просвещать и гарантировать понимание посредством предоставления определенных знаний. Помимо различий, существует определенная неизбежная связь между рекламой и PR. Реклама, как правило, приходит к успеху, если PR-деятельность достигла хорошего уровня при формировании знаний, неких навыков и представления об услуге.

Реклама, в отличие от PR, ограничивается определенными продажами. К примеру, продвижение товаров, услуг, информационные объявления о достигнутых результатах. Паблик рилейшнз способен иметь дело со многими связями, которые осуществляются на предприятии, именно поэтому данное направление деятельности является более экстенсивным и многосторонним.

PR активно используется в гостиничном бизнесе. Гостиничный бизнес - это перспективная и активно развивающийся сектор экономики, обеспечивающий по всему миру высокую прибыль. Гостиничный бизнес обладает колоссальными возможностями для отечественного рынка, способен приносить стабильный доход в федеральный и местный бюджеты³. С каждым годом растет количество отелей, как в нашей стране, так и за рубежом. Регулярно растущая конкурентная борьба в гостиничном бизнесе, безусловно, способствует росту заинтересованности предпринимателей в знании потребительских предпочтений клиентов в области гостиничных услуг. Специально направленная политика PR улучшает связи с клиентами и помогает предприятию выдвинуть свое предложение в разряд приоритетных.

Главные задачи PR-деятельности в гостиничном деле лежат в определенных областях:

- формирование информационной составляющей,
- работа с прессой,
- PR- акции,
- диалоги, оценки, планирование.

Слоган Public Relations - "паблик рилейшнз начинаются с человека" сообщает о том, что PR начинаются, во-первых, с информированности и мотивированности работников, а во-вторых - с неприменного и стабильного контроля качества и коррекции предложения предприятий в зависимости от изменений спроса. Существует ряд направлений PR - деятельности.

Работа с прессой и СМИ. Основной целью взаимосвязи с прессой является достижение наибольшего числа публикаций PR-информации для формирования "нового знания и правильного понимания"⁴. Изданный материал непременно должен быть увлекательным для тех, кому он предназначен, непосредственно данного аспекта необходимо придержи-

ваться специалисту по связям с прессой. Абсолютно неприемлемо демонстрировать СМИ информацию, которая не соответствует реальности и выставлять всё лишь в удачном для организации свете. Прежде чем выбирать СМИ, необходимо знать, на какую аудиторию направлена информация⁵. К примеру, гостиница "Националь" публикует личные модули в тематических журналах "Банковское дело", "Нефть и капитал", предназначенных для работников государственного сектора экономики, а также специалистов коммерческих банков, которые могут воспользоваться услугами гостиничного предприятия. Большинство гостиниц столицы используют Интернет - PR. Пользуясь Интернетом, потребитель приобретает больше информации, у него появляется возможность наиболее обширного подбора вариантов, легкий, удобный, к тому же недорогой метод резервирования, примером является размещение информации через сайты, такие как "instagram", "booking.com", "ozon.travel" и другие популярные интернет адреса, чем прямое обращение за услугами к турагенствам.

PR акции. Осуществление PR акций - это прямое полномочие пресс-референта и менеджера по PR. Немаловажно принимать во внимание особый факт - единичные результативные мероприятия имеют все шансы стать затратными и неэффективными, в случае если выпускать из виду установленную цель. К примеру, организация мероприятий, главной целью которой является не представление службы PR, а информирование общественности о возможностях предприятия. Главными принципами представляемой информации являются подлинность и совершенная серьезность. Задача подобных акций элементарная, а именно - вызвать заинтересованность у клиентов к средству размещения, т.е. к отелю, гостинице, пансионату. Базой каждого PR является символика, которая способствует представлению людей о мероприятии и событии, также приложим к этому время проведения и иные обстоятельства, которые идут после данного события, вследствие чего приобретаем огромную заинтересованность к событию, мероприятию, услуге. Так, к примеру, в гостинице "Holiday Inn", в Самаре, прошла PR-акция, которая называлась "час Земли - выключайся. Присоединяйся, если тебе небезразлично будущее нашей планеты". Смысл данной акции заключался в том, чтобы в определенный день и в определенное время, миллионы людей отключили свет на целый час, чтобы тем самым показать свое переживание об изменении климата. Данная акция прошла достаточно удачно.

К PR-акциям, крайне популярным в практике гостиничного бизнеса, можно отнести: различные благотворительные акции; выставочные мероприятия; презентация какой-либо продукции для посетителей гостиницы; проведение свадеб и других светских мероприятий, показ мод. Так, к примеру, в самарской гостинице "Граф Орлов" каждый год в качестве PR-акции проводится показ модных дизайнерских коллекций от "Fashion" и т.д.

Взаимодействие с потребителем услуг может проходить с помощью публикации в определенных изданиях информации о мероприятиях, шоу, событиях, которые будут проходить в гостинице для определенного круга лиц.

PR -необходимая составляющая функционирования средства размещения, а также главный составной элемент успеха гостиничного предприятия, поскольку дает возможность применять разнообразные виды коммуникации, а кроме того, создавать взаимоприятие и кооперацию между организацией и общественностью.

¹ Джефкинс Ф., Ядин Д. Паблик рилейшнз : учеб. пособие для вузов / пер. с англ. под ред. Б.Л. Еремина. М. : Юнити-Дана, 2003. 416 с.

² Михаил Умаров "PR в реальном времени. Тренды. Кейсы. Правила", 2016.

³ Алексушин Г.В. Развитие комплекса средних средств размещения как основы современного гостиничного сервиса в Самаре // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2014. № 1. С. 54-57.

⁴ Сорокина А.В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах : учеб. пособие. М. : Альфа-М : Инфра-М, 2011.

⁵ Киселев А.Г. Теория и практика массовой информации. Подготовка и создание медиатекста. СПб. : Питер, 2011. 400 с.

PR AND TOOLS OF PR-ACTIVITIES IN THE HOTEL BUSINESS

© 2017 Ananikyan Maria Eduardovna
Student

Samara state University of Economics
E-mail: ananikian.maria-flowers@yandex.ru

Keywords: PR, PR-activities, media, PR events, advertising, hotels, hospitality.

The analysis of the activities of PR, differences of public relations from advertising, explained the role of the PR-activities in accommodation facilities, set tasks PR activities of the hotel business in certain areas.

УДК 658.5

АНАЛИЗ СОВРЕМЕННЫХ ПОДХОДОВ К УПРАВЛЕНИЮ РЕСУРСАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ

© 2017 Ангелова Арина Дмитриевна
студент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: shirshova_arina@mail.ru

Ключевые слова: управление ресурсами, затратный подход, доходный подход, организационные ресурсы, функции управления ресурсами.

Рассматриваются несколько подходов к управлению ресурсами предприятия, дается их сравнительная характеристика по ключевым признакам, в числе которых выделены состав ресурсов предприятия, цель управления, источники привлечения и формирования ресурсов, критерий эффективности управления.

Ресурсы являются важнейшим элементом внутренней среды предприятия, от которого, в значительной степени, зависят результаты его функционирования и развития. Данный факт определяет не снижающуюся актуальность и значимость решения ком-

плекса вопросов по привлечению ресурсов, формированию необходимой ресурсной базы предприятия, использованию и воспроизводству ресурсов.

Рассмотрим 2 подхода к управлению ресурсами предприятия, которые представляются основополагающими, так как в основу их выделения положена цель управления ресурсами – параметр, определяющий все другие компоненты управления.

Выделим основные параметры сравнения (помимо цели управления), которые позволяют четко идентифицировать каждый из подходов: состав ресурсов как объекта управления; источники ресурсов; характер задач, решаемых в процессе управления ресурсами; критерий эффективности управления ресурсами; инструментарий управления.

Длительное время ресурсы выступали исключительно как элементы затрат предприятия, управление которыми направлено на реализацию всех функций управления с целью минимизации затрат, что нашло отражение в затратном подходе.

При данном подходе основные задачи управления ресурсами сводятся к поиску наиболее выгодных в ценовом отношении источников ресурсов и эффективному их использованию. Реализация функций планирования, привлечения и использования ресурсов направлена на решение чисто производственных задач и в основном опирается на имеющийся в данном вопросе опыт у предприятия. Фактически в данном случае решается задача воспроизводства ресурсов для обеспечения непрерывности производственного процесса и не ставится задача развития ресурсов с точки зрения повышения их ценности¹.

Состав ресурсов как объекта управления при затратном подходе определяется исходя из классического представления о ресурсах, описываемого триадой труд, земля, капитал. На уровне предприятия это означает, что главными являются вопросы материально-технического снабжения и обеспечения трудовыми ресурсами. При этом приоритетное внимание уделяется материальным ресурсам, признанию их первостепенного значения для достижения организационных целей и выстраиванию такого механизма управления ресурсами, который обеспечивает их наиболее рациональное формирование и использование с точки зрения минимизации затрат².

Рассмотренные выше характеристики позволяют сделать вывод о том, что при затратном подходе управление ресурсами концентрируется исключительно на текущих и оперативных потребностях предприятия без учета возможных перспектив развития. Приоритетное внимание к материальным ресурсам фактически выводит за рамки управленческого внимания другие виды ресурсов, независимо от их роли в деятельности предприятия. Такая ориентация управления ресурсами практически приводит к отсутствию инвестиций в развитие ресурсов, поскольку они означают дополнительные затраты.

Что касается эффективности управления, то главным ее критерием выступает прибыльность, повышение которой достигается путем сокращения, прежде всего, текущих, материальных затрат.

Появление в начале 1980-х гг. персональных компьютеров позволило автоматизировать вопросы управления ресурсами даже небольшим компаниям, не имеющим высококвалифицированного управленческого и технического персонала. Первым шагом в данном направлении стала разработка концепции МКР (планирование материальных ресурсов), рассматривавшей планирование материалов для производства. Основная цель концепции МКР заключалась в минимизации издержек, связанных со складскими запасами.

В основе этой концепции лежит понятие BOM (Bill Of Material- спецификация изделия, ответственность за которую возложена на конструкторский отдел), отражающее зависимость спроса на основные ресурсы: сырье, полуфабрикаты и другие продукты от плана выпуска готовой продукции.

Усовершенствованная версия - концепция MIP II (Manufacturing Resource Planning - планирование производственных ресурсов) позволила расширить перечень ресурсов и учитывать и планировать все производственные ресурсы предприятия. По мере развития концепции МКР II к ней постепенно добавлялись возможности учета остальных затрат предприятия. Так появилась концепция ЕКР (Enterprise Resource Planning - планирование ресурсов предприятия), называемая иногда также планированием ресурсов в масштабе предприятия (Enterprise-wide Resource Planning). В основе ЕКР лежит принцип создания единого хранилища данных (репозитария), содержащего всю деловую информацию, накопленную организацией в процессе ведения бизнеса, в частности финансовую информацию, данные, связанные с производством, управлением персоналом, и любые другие данные. Стандарт ЕКР позволил объединить все ресурсы предприятия и повысить эффективность управления ими³.

В начале 1990-х гг. появляется ресурсная концепция фирма, содержание которой означало отличный от затратного подхода взгляд на ресурсы. Новый взгляд на ресурсы означал, что фактически содержанием успешных стратегий стало считаться не подавление любой ценой соперника в рыночной конкуренции, а создание собственных, трудно копируемых другими фирмами организационных компетенций как залога лидерства в бизнесе⁴.

Очевидно, что признание ресурсов как ключевого источника успеха хозяйствующего субъекта, требует выработки отличного от затратного подхода к управлению ресурсами. Прежде всего, новизна подхода отражается в изменении представлений об объекте управления: классическая ресурсная триада «труд, земля и капитал», характерная для затратного подхода, в новых условиях трансформируется в сложный симбиоз материальных и нематериальных ресурсов фирмы.

Характерной чертой современного периода развития является повышение в экономической деятельности роли научно-технических знаний и значения нематериальных ресурсов.

По своей природе нематериальные ресурсы возникают или как результат новых уникальных знаний в любой форме, или как следствие редкости (природной или организованной) каких-либо ресурсов. В обоих этих случаях использование таких ресурсов создает для их собственников исключительные, недоступные для конкурентов возможности при производстве и реализации определенной продукции.

Таким образом, необходимым условием успешного функционирования предприятия становится создание и эффективное использование его собственными нематериальных ресурсов, отличительной особенностью которых являются отсутствие материальной основы получения доходов и неопределенность размеров будущей прибыли от их использования.

Ресурсы, которые являются объектом управления в рамках доходного подхода, в отличие от затратного, формируются уже не только путем привлечения из внешних источников, но и во внутренней среде предприятия путем мобилизации поступивших извне ресурсов и создания конкурентных преимуществ. Но именно их наличие свидетельствует о том, насколько эффективно осуществляется использование материальных и трудовых ресурсов⁵.

Конкурентные преимущества в ресурсах заключаются в привлечении лучших, более производительных по сравнению с конкурентами ресурсов; во владении исключительными ограниченными ресурсами; в создании уникальных ресурсов, недоступных участникам рынка; в формировании системы ресурсов, обеспечивающих высокую результативность. Это значит, что помимо традиционных, характерных для затратного подхода к управлению, необходима реализация таких функций как мобилизация ресурсов, создание ключевых компетенций и конкурентных возможностей, укрепление ключевых компетенций и развитие организационных возможностей⁶.

Анализ управления ресурсами предприятия показал, что важнейшим направлением его совершенствования является применение системного подхода. При этом меняются цели и содержание управления. Системное управление ресурсами следует рассматривать как сложное хозяйственное решение, процесс принятия которого должен осуществляться с использованием многокритериального подхода⁷.

Таким образом, в настоящее время большинство российских предприятий по-прежнему реализует в основном затратный подход к управлению, что не позволяет в полной мере использовать имеющиеся организационные возможности. Поэтому формирование механизма управления, ориентированного на всю совокупность организационных ресурсов расширяет возможности более успешного функционирования и развития и способствует постоянному наращиванию ресурсного потенциала предприятия, столь необходимо для достижения не только текущих, но и стратегических целей деятельности⁸.

¹ Ермакова Н.В. Управление ресурсами предприятия: основные подходы // Молодой ученый. 2016. № 4. С. 122.

² Аверина Л.Н. Особенности управления ресурсами предприятия в рамках основных подходов // Экономика предприятия. 2016. № 11. С. 88.

³ Сосунова Л.А., Макарова Н.В. Формирование стратегий управления материальными ресурсами // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2010. № 8. С. 41.

⁴ Ермакова Н. В. Управление ресурсами предприятия: основные подходы // Молодой ученый. 2016. № 4. С. 123.

⁵ Бондарь Н.Л. Ресурсы как главный фактор результативности и эффективности // Тетра есополисиз. 2017. № 1. С. 61.

⁶ Романова К.Е. Формирование системы управления ресурсами // Экономика и управление. 2017. № 7. С. 104.

⁷ Мусаев Д.Р. Методологические подходы к управлению ресурсами предприятия // Аспирант и соискатель. 2017. № 1. С. 33.

⁸ См. также: Печерская Э.П., Юдина О.В. Методология формирования профессиональных компетенций специалистов экономического профиля с использованием проектного подхода в условиях высшей школы // Экономические науки. 2007. № 35. С. 359-361.

ANALYSIS OF MODERN APPROACHES TO RESOURCE MANAGEMENT

© 2017 Angelova Arina Dmitrievna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: shirshova_arina@mail.ru

Keywords: resource management, expensive approach, profitable approach, organizational resources, resource management functions.

In article few approaches to resource management of the enterprise are considered their comparative characteristic on key signs among which are allocated structure of resources of the enterprise, the purpose of management, sources of attraction and formation of resources, criterion of management efficiency is also given.

УДК 657.1

КОНТРОЛЬ СОБЛЮДЕНИЯ ПРИНЦИПОВ ФОРМИРОВАНИЯ УЧЕТНОЙ ИНФОРМАЦИИ О МАТЕРИАЛЬНО-ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ЗАПАСАХ

© 2017 Андреева Светлана Владимировна

кандидат экономических наук, доцент

© 2017 Широкова Анастасия Владимировна

магистрант

Самарский государственный экономический университет

E-mail: apollonia63@mail.ru

Ключевые слова: материально-производственные запасы, финансовая отчетность, принципы раскрытия информации, внутренний контроль.

Отражены принципы формирования финансовой отчетности в соответствии с МСФО, определены направления внутреннего контроля для обеспечения качественных характеристик учетной информации о запасах организации, предложены меры по совершенствованию данного направления контроля.

Финансовая отчетность, составляемая в формате международных стандартов финансовой отчетности (далее по тексту - МСФО), должна отвечать определенным принципам - качественным характеристикам. Их соблюдение обеспечивает для заинтересованного пользователя релевантность предоставляемой информации, ее максимальную полезность для инвесторов и кредиторов при принятии ими различных управленческих решений.

Трактовка принципов - качественных характеристик представлена в Концептуальных основах финансовой отчетности¹. Изучение положений данного документа позволяет систематизировать качественные характеристики информации бухгалтерской финансовой отчетности (см. рисунок)².

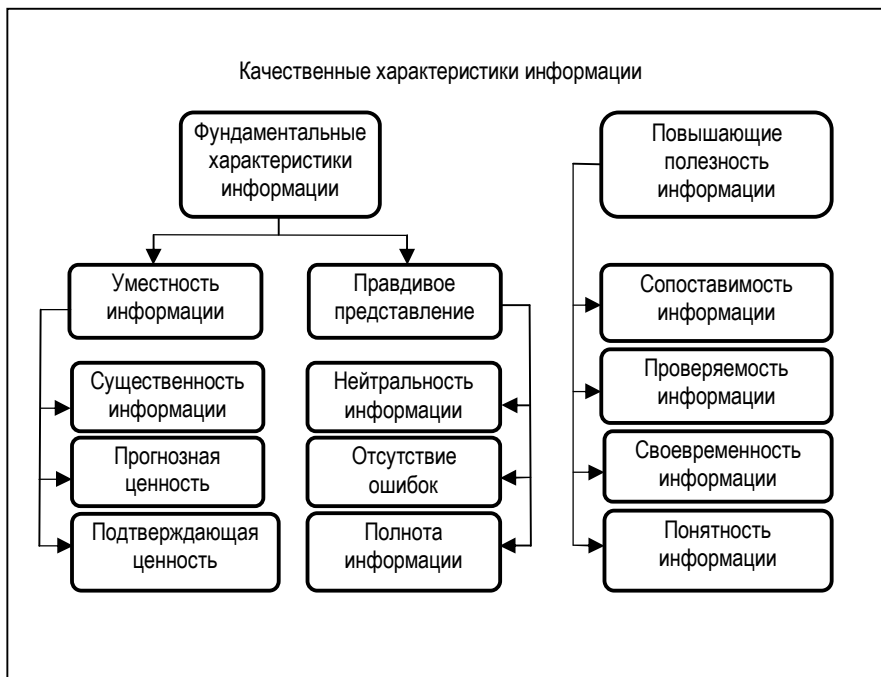


Рис. Качественные характеристики учетной информации, отражаемой в финансовой отчетности в соответствии с МСФО

Рассматривая требования данного документа можно сделать вывод о том, что при формировании финансовой отчетности в соответствии с рисунком.

Считаем, что качественные характеристики учетной информации не реализуются сами по себе, т.е. самопроизвольно. Формальное соблюдение правил бухгалтерского учета не является исчерпывающим условием высокого качества информации финансовой отчетности. Необходимы дополнительные меры его обеспечения. И в качестве такой эффективной обеспечительной меры мы рассматриваем соответствующее направление системы внутреннего контроля.

В настоящее время федеральным законодательством установлена обязанность экономического субъекта осуществлять внутренний контроль совершаемых фактов хозяйственной жизни, а так же внутренний контроль ведения бухгалтерского учета и составления бухгалтерской (финансовой) отчетности³. По мнению специалистов - внутренний контроль для целей бухгалтерского учета - "это непрерывный процесс, направленный на формирование финансовой отчетности при условии эффективности системы бухгалтерского учета, состоящий из взаимосвязанных процедур и установленных правил, подлежащих оценке"⁴.

Рассмотрим направления системы внутреннего контроля, повышающие качество учетной и отчетной информации о материально-производственных запасах (далее - МПЗ), являющихся значимым компонентом производственной деятельности и, следовательно, важнейшим объектом бухгалтерского учета и отчетности экономического субъекта.

Приоритетным направлением внутреннего контроля в данном случае должна стать учетная политика организации и ее элементы, принятые для учета МПЗ. Вариативные способы учета материальных запасов и их влияние на бухгалтерскую финансовую отчетность достаточно подробно рассмотрены в экономической литературе. Поэтому отметим другой, редко освещаемый специалистами аспект разработки учетной политики: выбираемые бухгалтером способы ведения учета МПЗ должны быть ориентированы не столько на решение учетно-организационных задач (снижение трудоемкости учетного процесса, сближение бухгалтерского и налогового учета), сколько на решение экономических задач, стоящих перед управленческим аппаратом.

В рамках внутреннего контроля достижения качественных характеристик учетной информации необходимо исследовать полноту применения бухгалтерской службой спектра традиционных учетных инструментов. Нельзя преуменьшать их значение, и тем более игнорировать. Наиболее эффективными и приоритетными для обеспечения качества учетной информации о материальных запасах являются:

- эффективная инвентаризационная деятельность;
- правильно организованный документооборот;
- адаптированные под специфику компании первичные учетные документы и регистры;
- достаточная аналитика по учетным объектам;
- установленные нормы потерь МПЗ, естественной убыли, и т.п.

Традиционные учетные инструменты ретроспективной направленности обеспечивают подтверждающую ценность учетной информации, отражающей результаты состоявшихся фактов хозяйственной жизни.

Достижение прогнозной ценности учетной информации по МПЗ связано с отражением в учете процессов обесценения запасов, событий после отчетной даты, отдельных оценочных обязательств, а так же своевременной переквалификацией запасов в отчетности в случае использования их для создания внеоборотных активов. Соответственно, при проведении предлагаемой нами контрольной деятельности должны оцениваться способность и готовность бухгалтерской службы применять выше рассмотренные инструменты. Развитие и расширение практики формирования интегрированной финансовой отчетности ставит перед контролерами задачу инициирования и привлечения внимания к раскрытию нефинансовой прогнозной информации, в частности по экологическим последствиям использования МПЗ. Это будет повышать прогнозную ценность бухгалтерской финансовой отчетности для заинтересованного внешнего пользователя.

При организации внутреннего контроля необходимо учитывать, что составным компонентом контрольной среды экономического субъекта является бухгалтерская информационная система⁵. Это определяет высокую степень взаимообусловленности качества информационной поддержки системы внутреннего контроля и совокупности учетной информации. Таким образом, контроль соблюдения принципов формирования учетной информации приводит к определенному синергетическому эффекту в области учетно-информационного обеспечения процессов управления в организации.

¹ Концептуальные основы финансовой отчетности. URL: <http://minfin.ru> (по состоянию на 09.02.2016).

² Дружилковская Э.С. Принципы формирования финансовой отчетности в России и в МСФО // Бухгалтерский учет в бюджетных и некоммерческих организациях. 2016. № 15. С. 3.

³ О бухгалтерском учете : федер закон от 06.12.2011 № 402-ФЗ (ред. от 18.07.2017). URL: <http://www.consultant.ru>.

⁴ Шлифер Е.В. Организационно-содержательные аспекты внутреннего контроля для целей бухгалтерского учета // Интеллект. Инновации. Инвестиции. 2016. № 7. С. 70-71.

⁵ Соболева О.А. Исследование структурных элементов системы внутреннего контроля организации // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2017. № 6. С. 74.

CONTROL OF COMPLIANCE WITH PRINCIPLES OF FORMATION OF ACCOUNTING INFORMATION ABOUT INVENTORIES

© 2017 **Andreyeva Svetlana Vladimirovna**
Candidate of Economics, Associate Professor
© 2017 **Shirokova Anastasia Vladimirovna**
Undergraduate
Samara State University of Economics
E-mail: apollonia63@mail.ru

Keywords: inventories, financial statements, principles of information disclosure, internal control.

The article reflects the principles of the formation of financial statements in accordance with IFRS; the directions of internal control are determined to ensure the qualitative characteristics of the accounting information about the organization's inventories; measures have been proposed to improve this area of control.

УДК 664.6

ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВА ПРОДУКЦИИ В ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ (НА ПРИМЕРЕ ЗАО "СБКК")

© 2017 **Асабаева Альфия Тулеужановна**
студент
© 2017 **Адырхаева Галина Дмитриевна**
кандидат экономических наук, доцент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: alfiyaasabaeva@mail.ru

Ключевые слова: организация производства, хлебопекарная промышленность, производственные процессы.

Рассматривается организация производства на предприятиях пищевой промышленности в современных условиях, дается характеристика производственных процессов изготовления продукции.

Под организацией производства понимается координация и оптимизация во времени и пространстве всех материальных и трудовых элементов производства с целью дос-

тижения в определенные сроки наибольшего производственного результата с наименьшими затратами.

Организационная структура управления ЗАО "СБКК" - линейно-функциональная. При таком построении выполнение узкоспециализированных функций переплетается с системой подчиненности и ответственности за непосредственное выполнение задач по производству продукции и ее поставке потребителям.

ЗАО "Самарский булочно-кондитерский комбинат (СБКК)" развивается в трех основных направлениях. Это хлебобулочное производство, выпуск слоеных и сдобных изделий и кондитерское производство.

Хлебобулочный цех выпускает более 50 наименований продукции, здесь работает 6 комплексно-механизированных линий производительностью свыше 40 тонн в сутки. Из печей цеха выходят хлеб формовой и подовый, заварные сорта хлебов, батоны и ароматная сдоба. На Самарском БКК бережно хранят традиционные технологии производства опарного и заварного хлеба. Руководство и организацию производства осуществляет мастер-пекарь (бригадир), который возглавляет бригаду рабочих¹.

На втором этаже - цех слоеных и сдобных изделий, выделенный в отдельное производство в 2008 году. Здесь используют итальянское и швейцарское оборудование по производству слоеных и сдобных изделий.

Предприятие предлагает потребителям более 150 наименований оригинальных сладостей. Это торты со сливочным и белковым кремом, на основе суфле, йогуртовые торты, пирожные и рулеты, кексы и пряники.

Вспомогательные цеха предназначены для обеспечения нормальной работы цехов и хозяйств завода производственными услугами. К этой группе относятся: ремонтные, энергетические, транспортные.

Обслуживающие хозяйства и цехи включают производственные подразделения, где осуществляются процессы, связанные с хранением, снабжением и подачей всего необходимого цехам основного и вспомогательного производства. К таким хозяйствам относятся: складское, санитарно-техническое, центральная заводская лаборатория. В состав предприятия входят также службы управления и охраны.

Для поддержания безупречного качества продукции и разработки новых видов изделий на предприятии создана технологическая служба. Имеются химико-технологическая и лицензированная бактериологическая лаборатории. Обе оснащены современным оборудованием, позволяющим проводить входной контроль сырья, а также контроль выпускаемой продукции и полуфабрикатов по органолептическим, физико-химическим показателям и показателям безопасности. В отделе работают опытные специалисты, имеющие соответствующую профессиональную подготовку. Также в каждом цехе есть своя производственная лаборатория, где осуществляется контроль за полуфабрикатами.

Одним из факторов успеха является дальновидная кадровая политика. Сегодня на предприятии трудятся около 800 человек. Накоплен огромный производственный и управленческий опыт, сформирована сплоченная команда руководителей и специалистов. Постоянное внимание уделяется повышению квалификации. На комбинате рабо-

тают собственная столовая и прекрасно оснащённый здравпункт, рабочих премируют по итогам отчётных периодов и к праздникам. На базе предприятия развита система подготовки молодых кадров "с нуля", причем возраст таких соискателей может быть самым разным².

ЗАО "СБКК" изучает ассортимент коллег по всей стране и внедряет удачный опыт. На предприятии анализируют не только рынок, но и спрос покупателей. На предприятии работают целая лаборатория и дизайнерская группа, разрабатывающая новые рецепты. Пытаясь удержать объем продаж, местные производители ежегодно расширяют продуктовую линейку на 2-7 позиций.

В рамках маркетинговой политики идет планомерная разработка новых видов продукции. Одно из направлений - удовлетворение потребности в здоровом питании. Покупатели прежде всего обращают внимание на состав и полезность предлагаемой продукции³. В 2006-2013 годах в рамках приоритетного национального проекта "Здоровье" на предприятии освоили выпуск линии зерновых хлебов "Здоровое зерно". Хлеба "Здоровое зерно" максимально обогащены питательными веществами, микроэлементами и витаминами, за счет входящих в их состав зерновых смесей. Сейчас взят курс на популяризацию хлеба и кондитерских изделий с добавлением ржаной клетчатки, что позволит увеличить разнообразие полезных хлебов для населения.

Сырье, поступающее на ЗАО "СБКК" для производства хлебобулочной и кондитерской продукции, представлено широким перечнем от многочисленных поставщиков, связь с которыми основывается на заключении долгосрочных договоров поставок. У ЗАО "СБКК" заключены договоры на поставку сырья с 19 предприятиями, 15 из которых располагаются на территории Самарской области, преимущественно предприятия г. Самары, г. Тольятти, п. Новосемейкино. Только ООО "Родос-Инвест" - поставщик горчичного масла - является представителем из г. Волгограда.

По большей части ассортимента рассматриваемого комбината производство масовое, характеризуется узкой номенклатурой и большим объемом выпуска изделий. Из этого следует, что производству данного предприятия присущи такие признаки, как: расположение рабочих мест в соответствии с процессом, ритмичное выполнение производственных операций, синхронность и параллелизм выполнения различных операций, специализация рабочих мест по операциям. Исключение составляет производство мелкоштучных булочных изделий, а также ряда кондитерских изделий. Единичный тип производства свойственен линии по производству заказных индивидуальных тортов.

Предприятие ежедневно производит в среднем около 17-18 т в смену, а значит, в сутки - 34-36 т хлеба и хлебобулочных изделий, причем 8-9 т приходится на мелкоштучные булки и круассаны. Кондитерское отделение предприятия выпускает около 3,5 т в смену. В целом загрузка производственных мощностей комбината составляет 80%.

Хлебобулочные изделия занимают одно из ведущих мест в производстве продукции на ЗАО "СБКК". Выпечка хлеба на ЗАО "СБКК" состоит из нескольких технологических процессов. Самым первым является доставка на предприятие сырья для выпечки хлеба. Хранится сырьё до момента использования в особых бункерах. А непосредственно перед выпечкой хлеба оно проходит многочисленные лабораторные анализы.

Высокое качество продукции зависит от технологии приготовления теста. Муку просеивают, а эмульсии и растворы фильтруют. После, в одно и то же время с процессом активации дрожжей, производится растворение сахара, соли и иных веществ. Замес опары происходит в специальных тестомесильных машинах. Затем машина из опары начинает месить тестовую смесь. Потом данную смесь оставляют для процесса брожения. После брожения тесто снова помещают в тестомесильную машину и добавляют сахар и соль. После замешенное тесто на 20-30 минут подаётся в устройство для брожения. Спиртовое брожение позволяет тестовой массе увеличить объём.

Высокий уровень механизации и автоматизации производства позволяет повысить производительность труда на этапе разделки готового теста. Готовое тесто стекает из емкости в приемную воронку тестомесильной машины. Здесь тесто разрезают на куски, которым придаётся определённая форма. В зависимости от того, какая необходима форма изделий, используется либо тестоокруглительная машина, либо закаточная машина, для придания батонобразной формы. Тесто, которому уже придали форму, отправляется в шкаф окончательной расстойки. Это необходимо для придания тесту нужной рыхлости. После данной процедуры в момент перекладки заготовок под печи их подвергают надрезке или наколке.

Выпечка хлеба происходит в специальных печах. Для каждого сорта хлеба технологией предусмотрен свой режим выпекания. Для придания хлебным изделиям красивого внешнего вида используют паровлажнение.

Выпечка - это не последний этап производства хлеба. Технология предусматривает остывание хлеба в кулере с системой охлаждения Cleanline фирмы Vulcanus (Финляндия) и упаковку. Это позволяет изделиям не потерять вкус и красивый внешний вид при транспортировке.

Максимальная автоматизация производства батончиков повысила объемный и количественный выход продукции. Участок заморозки полуфабрикатов позволяет отправлять некоторые изделия в пекарни-кулинарии Самарского БКК, которые в прошлом году появились в торговом центре "Европа", на улице Лукачева и в Южном городе⁴.

В настоящее время объём реализации хлебобулочных изделий комбината составляет порядка 28% от общего объёма продаж по области, а по кондитерским изделиям входит в тройку ведущих производителей с долей рынка более 21%. При этом вся продукция обладает достаточной конкурентоспособностью⁵. Поэтому в дальнейшем с этой точки зрения фирма может увеличивать свою долю рынка.

¹ ЗАО "СБКК" [офич. сайт]. URL: <http://www.sbk.ru>.

² Агамырадов П. А., Адырхаева Г.Д. Анализ кадрового потенциала ЗАО "СБКК" // Российская наука: актуальные исследования и разработки : сб. науч. ст. I Всерос. заоч. науч.-практ. конф., посвящ. 85-летию Самар. гос. экон. ун-та. Самара, 2016. Ч. 2.

³ Ванина Э.Г., Николаева К.С. Тенденции рынка хлебобулочных изделий в Самарской области // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2015. № 6 (128).

⁴ Сборнова Е. Пусть Новый год будет вкусным! // Комсомольская правда. 2016. 28 дек.

⁵ Адырхаева Г.Д., Ванина Э.Г. Анализ конкурентной среды регионального рынка хлеба // Региональное развитие. 2015. № 4 (8).

**THE ORGANIZING OF PRODUCTION IN THE FOOD INDUSTRY
IN MODERN CONDITIONS
(ON THE EXAMPLE OF CJSC "SBP")**

© 2017 **Asabaeva Alfiya Tuleuzhanovna**

Student

© 2017 **Adyrkhaeva Galina Dmitrievna**

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

Samara State University of Economics

E-mail: alfiyaasabaeva@mail.ru

Keywords: the organizing of production, baking industry, production processes.

In article the organization of production at the enterprises of the food industry in modern conditions is considered, the characteristic of productions of production of production is given.

УДК 311.2

**ОСОБЕННОСТИ НАЛОГОВОГО КОНТРОЛЯ
ЗА СОБЛЮДЕНИЕМ ПОРЯДКА ИСЧИСЛЕНИЯ И УПЛАТЫ НДФЛ**

© 2017 **Асеев Дмитрий Владимирович**

кандидат экономических наук, доцент

© 2017 **Мухортов Сергей Геннадьевич**

магистрант

Самарский государственный экономический университет

E-mail: nalogi_audit@mail.ru

Ключевые слова: налог на доходы физических лиц, налоговое администрирование, налоговый контроль.

Рассмотрены особенности налогового контроля по налогу на доходы физических лиц.

Налоговая система современной России направлена на обеспечение баланса интересов государства и лиц, выполняющих налоговые обязательства. С одной стороны, формирование бюджетного потенциала нужно в связи с задачами социально-экономического развития, улучшения качества жизни граждан, что требует увеличения налоговых платежей. С другой стороны, необходимость экономического роста, улучше-

ния инвестиционных процессов предполагает осуществление оптимальной налоговой политики, в том числе меры по снижению налоговой нагрузки на экономику. В настоящее время эффективность должна рассматриваться как сбалансированная налоговая политика, которая включает меры по стимулированию вложений в реальный сектор экономики и увеличению доходов домашних хозяйств.

Эти задачи налагают на государственные органы ограничения, связанные с реформой закона, в соответствии с бюджетными потребностями. В этой связи необходимо улучшить систему мер управления, которые влияют на функционирование налоговых отношений в рамках существующей правовой базы. Наиболее важные налоговые отношения между государством, представленным налоговыми органами и субъектами налогообложения, происходят в рамках налогового контроля. Именно здесь реализуются государственные интересы в области налогообложения, что, естественно, увеличивает важность изучения процесса налогового контроля.

Одним из требований к системе налогового контроля является адекватность финансово-хозяйственной деятельности. Снижение дополнительных налогов на прибыль может свидетельствовать о том, что налоговые органы теряют возможность эффективного противодействия уклонению от уплаты налогов. Это предполагает улучшение мер контроля и аналитических методов, направленных на предотвращение, быстрое обнаружение и своевременное предотвращение незаконных действий в налоговой сфере.

При проведении контрольных мероприятий в рамках налогового контроля необходимо учитывать особенности налогового законодательства. Механизмы для расчета и оплаты различных видов налогов существуют значительные различия, в чем причина специализации сотрудников налоговых органов по проверке определенного вида налогов. Одной из основных проблем, стоящих перед налоговыми органами, является повышение качества работы в основных сферах деятельности. В связи с этим необходимо создать не только методы оценки эффективности контрольно-проверочной деятельности в целом, но и оценку эффективности ее отдельных направлений.

Одним из основных направлений налоговой реформы в сфере налогового контроля является повышение качества проверок по налогу на доходы физических лиц (НДФЛ).

Решение социальных и экономических задач российских регионов практически невозможно без эффективного механизма налогообложения доходов физических лиц. Это связано с тем, что налог на доходы физических лиц как федеральный налог составляет основную долю налоговых поступлений региональных бюджетов наряду с налогом на прибыль организаций.

В 2013-2016 гг. суммарные налоговые поступления по налогу на доходы физических лиц в консолидированном бюджете неуклонно возрастали.

Доля подоходного налога с населения в налоговых поступлениях консолидированного бюджета Российской Федерации в период 2013-2016 гг. составляла 20-23%. Если мы рассмотрим доходы от подоходного налога в этом периоде относительно консолидированного бюджета регионов, его доля по-прежнему существенна и составляет в 2016 году 40%. В настоящее время личный подоходный налог является основным источником финансирования региональных бюджетов.

В условиях, преобладающих в определенных регионах, снижение темпов роста, связанное с ликвидацией организаций, рабочих мест, необходимых для повышения эффективности системы мониторинга подоходного налога с населения на территориальном уровне для поддержания положительной динамики поступлений этот налог.

Механизм формирования организации налогового контроля подоходного налога с населения учитывает особенности отдельных категорий лиц, на которые возложено обязательство рассчитывать, удерживать и уплачивать налог. В результате анализа структуры обязанных лиц имеется три интегрированные категории, особенности которых следует учитывать для повышения эффективности функционирования системы налогового контроля подоходного налога с населения на региональном уровне.

Самая значительная часть дохода для подоходного налога с населения аккумулируется из доходов, предоставляемых налоговыми агентами, на которые приходится более 95% всего подоходного налога. Второй по величине доход - это категория налогоплательщиков, самостоятельно представляющих налоговые органы и объединяющие физических лиц, зарегистрированных как индивидуальные предприниматели, а также некоторые другие категории лиц отдельно в статье 227, 228 Налогового кодекса Российской Федерации. В связи с этим в рамках этого исследования основное внимание уделяется эффективности налоговых органов с двумя наиболее значимыми категориями лиц, подлежащих налогообложению.

Характеризуя особенности контроля налоговых агентов для подоходного налога с населения, мы отмечаем, что в отличие от контроля отдельных предпринимателей и других лиц среди инструментов контроля и проверки, осуществляемых в отношении налоговых агентов, нет проверок на местах. Данные о доходах физических лиц, суммах начисленных налогов и налогов, удерживаемых за предыдущий налоговый период, ежегодно представляемых налоговыми агентами в налоговые органы и подвергаются автоматической проверке, и на основе анализа данных разработан ряд мер, направленных на подавление нарушения налогового законодательства. Ситуация осложняется невозможностью широкого спектра выездных проверок налоговых агентов для личного подоходного налога из-за их значительного числа. Это позволяет субъектам хозяйствования предотвращать неспособность передать (неполную передачу) налога в бюджет.

Учитывая фискальную важность подоходного налога с населения, в настоящее время налоговые и трансфертные агенты должны разработать систему оценки эффективности методов и проверок, осуществляемых в практике региональных налоговых органов. Особенности налогового контроля подоходного налога с физических лиц, уплачиваемого индивидуальными предпринимателями и лицами, указанными в статье 227, 228 Налогового кодекса РФ, также указывают на необходимость проведения региональных сопоставлений эффективности этой работы по контролю направления.

Для сравнения, уровень эффективного контроля подоходного налога с населения в регионах представляется целесообразным использовать набор показателей, включая качественную оценку и оценку динамики. В ряде исследований была отмечена полез-

ность такого подхода, когда кластер разбивается, поскольку он позволяет сочетать статическую и динамическую оценку.

Стоит отметить, что анализ может быть проведен без использования математических методов, основанных только на сравнении значений показателей. Такое сравнение позволяет ранжировать регионы, идентифицировать лидеров или аутсайдеров конкретного индикатора, но не позволяет определить направление набора характеристик развития.

Необходимость приведения набора показателей, характеризующих эффективность налогового контроля, также обусловлена особенностями изучаемого явления. Налоговый контроль правильности исчисления и своевременности уплаты подоходного налога с населения - это система, состоящая из различных налоговых процедур для проверки соблюдения и предотвращения нарушений закона. Выбор одного из показателей качества, объективно отражающих уровень эффективности налогового контроля подоходного налога с населения, не позволит вам полностью описать ситуацию.

1. Налоговый кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 N 146-ФЗ.

2. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 N 195-ФЗ.

3. Лукьяненко Л.Ф., Иванов С.Г. Проблемы развития системы налогового контроля в России // Проблемы развития предприятий: теория и практика : материалы 15-й Междунар. науч.-практ. конф., посвящ. 85-летию Самар. гос. экон. ун-та. Самара, 2016. С. 261.

4. Назаров М.А., Михалева О.Л. Оценка налоговой нагрузки на малый и средний бизнес в Самарской области // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2016. № 12 (146). С. 41-47.

5. Цуцкарева Д.А., Михалева О.Л. Налоговый контроль как основной элемент налогового администрирования // Современная налоговая система: состояние, проблемы и перспективы развития : материалы IX Междунар. заоч. науч. конф., 2015. С. 69-71.

FEATURES OF TAX CONTROL OF COMPLIANCE ORDER OF CALCULATION AND PAYMENT OF NDFL

© 2017 Aseev Dmitriy Vladimirovich

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

© 2017 Mukhortov Sergey Gennadievich

Undergraduate

Samara State University of Economics

E-mail: nalogi_audit@mail.ru

Keywords: personal income tax, tax administration, tax control.

Features of tax control for personal income tax are considered.

МОБИЛЬНОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ И КОНТЕКСТНЫЙ МАРКЕТИНГ

© 2017 Афонина Елена Владимировна

студент

© 2017 Юдакова Ольга Васильевна

кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: kafedra-kl@ya.ru

Ключевые слова: мобильные устройства, мобильное взаимодействие, мобильный маркетинг, контекстный маркетинг.

Рассматривается необходимость использования контекстного маркетинга как современного инструмента продвижения товаров и услуг, формирующего мобильное взаимодействие с клиентами.

Мобильные устройства и доступ в Интернет в широком диапазоне общественных мест позволяют контекстным маркетологам связывать ситуации реальной жизни с виртуальной информацией и предложениями.

По данным "eMarketer", количество времени, которое люди тратят на мобильные устройства, в 11 раз превосходит время, затрачиваемое на компьютеры или ноутбуки. Эта тенденция предоставляет маркетологам беспрецедентную возможность, с помощью которой можно было бы связаться с потребителями: в истории никогда не было более прямых и постоянных средств связи. Однако успех в этой новой эре маркетинга зависит не только от связи с потребителями, но и от самого содержания данного предложения.

Маркетологи, которые недооценивают влияние контекстного маркетинга в мобильном мире, полагаются лишь на свой страх и риск, так как значение самого контекста очень велико.

Согласно исследованиям "MarketingTech", 60% потребителей считают, что их ожидания относительно хорошего контекстного предложения через мобильную связь не выполняются. Более того, 93% считают, что в результате этих неудовлетворительных ожиданий, клиенты будут покупать у другого бренда, и скорее всего больше не приобретать товары или услуги у данной компании. Если же у потребителей есть положительный опыт работы с мобильными устройствами, то лояльность к бренду повышается, так сообщают 75% опрошенных. Из чего следует, что маркетологи могут извлечь наибольшую выгоду, улучшив свои способности доставлять мобильную рекламу, которая будет отвечать ожиданиям потребителей. Однако, многие специалисты в данной сфере не полностью используют данные возможности. Почему же так происходит?

На самом деле реальность такова, что большинство маркетологов не справляются с проблемами, связанными с управлением, созданием и инвестированием в контекстно-ориентированные кампании. Рассмотрим некоторые из этих проблем.

Во-первых, возникает проблема, связанная с опытом. Для многих маркетологов существует разница между тем, что они хотели бы сделать с мобильным телефоном и тем, что они на самом деле делают. Большинство маркетологов фокусируются на самом устройстве, или на создании более гибкого и адаптивного механизма. А для того чтобы

преодолеть эту проблему необходимо понимание каждого клиента, а именно, как они взаимодействуют с контекстной рекламой сейчас, и как это делали в прошлом. Бренды и рекламодатели должны точно понимать, где находятся потребители и что они делают, а также какое устройство они используют.

Также проблемой является не понимание того, что мобильная связь - это всего лишь часть опыта работы с клиентами. Нельзя воспринимать контекстную рекламу, как главное продвижение конкретного продукта или компании в целом. Часто происходит так, что потребителей в ходе своих перемещений, будь то по стране или за ее границами, взаимодействуют с маркой компании по-разному и по многим каналам. Чтобы полностью понять клиентов и их пути, которые они совершают при путешествии с брендом, маркетологам необходимо более полное представление о взаимодействии потребителей по каждому из каналов. Маркетинг должен продвигаться далеко за рамки общих баннерных объявлений, и как раз контекстный маркетинг успешно может в этом помочь, однако, нельзя использовать контекстную рекламу, как один инструмент продвижения, необходимо иметь комплексный подход.

В-третьих, результаты после использования контекстной рекламы очень трудно измеримы. При использовании множества каналов, клиенты создают большую проблему атрибуции для маркетологов. Клиенты могут использовать мобильные устройства просто для исследования продуктов, а произвести покупку через компьютер или ноутбук, после чего маркетологи делают выводы, что сотовый телефон не имеет никакого отношения к покупке. И если специалисты не придают значения тому, что побуждающее действие к покупке товара или услуги возникло при взаимодействии с мобильным телефоном - возникают трудности с определением правильного канала продвижения товаров или услуг.

Помимо этих проблем также возникают сложности с постоянными изменениями мобильного функционала. Помимо того, что поведение клиентов постоянно меняется, появилась гонка мобильных функциональных вооружений, в результате чего многие компании разрабатывают множество различных решений, чтобы попытаться идти в ногу со временем. Это во многом усложнило работу отделов маркетинга (а также IT-отделов), так как эта гонка сделала процесс получения представления о каждом клиенте очень трудным, что обусловлено недостаточным опытом специалистов в данном направлении. Чтобы быть в курсе изменений, необходимо разобраться и понять, где и когда делать ставки на новые технологии. Сегодняшняя уверенность может быстро стать вчерашней.

Это одни из главных проблем, которые встают на пути у маркетологов при мобильном взаимодействии с клиентами через контекстный маркетинг. Не преодолев данные трудности, компания превращается в "мобильного отстающего". Поэтому чтобы перейти в статус "мобильный лидер", необходимо справиться с возникающими проблемами и следовать следующим критериям:

- постановка клиентов в центр стратегии;
- применение систематического подхода к данным;
- проведение исследований мобильного взаимодействия;
- анализ проведенных исследований;
- использование новых IT-технологий.

Известно, что в западных странах контекстный маркетинг имеет широкую популярность, тем самым отечественные специалисты могут позаимствовать их методики контекстного маркетинга, только с учетом особенностей российских пользователей. Также, кон-

текст-маркетологам нужно применять различные вариации для продвижения товаров или услуг, учитывая современные технологии и тенденции, и помимо всего, не забывать про мобильную взаимосвязь, так как это прямой канал для диалога с каждым потребителем.

1. Иванов А.В. О проблеме становления понятийно-категориального аппарата становления интернет-маркетинга // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2010. № 2 (64).

MOBILEINTERACTIONANDCONTEXTUALMARKETING

© 2017 Afonina Elena Vladimirovna

Student

© 2017 Yudakova Olga Vasilevna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

Samara State University of Economics

E-mail: kafedra-kl@ya.ru

Keywords: mobile devices, mobile interaction, mobile marketing, contextual marketing.

Discusses the need for the use of contextual marketing as a modern tool of promotion of goods and services that are shaping mobile interactions with customers.

УДК 637.1:338.43

ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВА МОЛОКА С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ РЕСУРСОБЕРЕГАЮЩИХ ТЕХНОЛОГИЙ

© 2017 Афонькина Олеся Владимировна

студент

© 2017 Адырхаева Галина Дмитриевна

кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: bo220795@yandex.ru

Ключевые слова: организация производства молока, ресурсосберегающие технологии, поголовье, продуктивность, уровень рентабельности, себестоимость, прибыль.

Статья посвящена анализу организации производства молока, которая оказывает прямое влияние на получение качественной продукции и максимальной прибыли с сокращением всех видов затрат на производство. Авторы рассматривают процесс производства молока, описывая применяемые предприятием технологии, анализируя их воздействие на затратно-прибыльность производства на примере ЗАО "Луначарск".

Приоритетным направлением развития молочного скотоводства является применение эффективных технологий производства, в том числе эффективного содержания крупного рогатого скота. Для экономически эффективного молочного скотоводства характерна разработка и соблюдение технологических требований к содержанию, кормлению, доению, разведению, а также выращиванию племенного скота. Это способствует выведению предприятий молочного направления на новый уровень, динамичному развитию отрасли. Актуальность данной проблемы, недостаточность изученности и обобщенности некоторых аспектов развития отрасли обусловили выбор темы исследования¹.

В рассмотренном предприятии доминирующей породой является черно-пестрая. Эта порода молочного направления является высокопродуктивной. Коровы данной породы хорошо приспособляются к климатическим условиям и обладают крепким здоровьем.

Источником повышения молочной продуктивности крупного рогатого скота является широкое использование семени высокоценных быков-улучшателей и их потомков. Широкое применение искусственного осеменения животных, метода трансплантации эмбрионов позволяет вести крупномасштабную селекцию³.

Для ограничения движения животного каждое стойло оборудуется фиксирующим механизмом. Основное требование к привязи заключается в обеспечении максимальной безопасности обслуживающего персонала, недопущение травматизма животного, обеспечение беспрепятственного поедания корма, стояния и лежания.

При конструкции стойл учитываются средние габариты животных в стаде и максимально оптимизируется система навозоудаления. Каждая секция должна иметь удобный выход на выгульные площадки. Данные площадки используются для прогулки животных в стойловый период. Выгульные площадки способствуют достаточному кровообращению и являются профилактикой против заболевания копыт животных.

Доение коров осуществляется два раза в сутки в молокопровод. Доильные установки с линейным молокопроводом предназначены для машинного доения коров в стойлах и одновременного транспортирования надоенного молока в резервуар-охладитель. Применение установок такого типа позволяет повысить качество молока за счет минимального контакта продукта с воздушной средой. Использование высококачественной нержавеющей стали при изготовлении молокопровода обеспечивает плавное и беспрепятственное перемещение молока, за счет чего не снижаются его потребительские свойства. Установки укомплектованы оборудованием для автоматической промывки, что повышает чистоту и экологичность процесса доения⁴.

Поение в ЗАО "Луначарск" обеспечивается индивидуальными полками, рассчитанными на двух коров. Индивидуальный тип поилки позволяет организовать подачу воды таким образом, чтобы каждой корове питье подавалось изолированно от остальных. Это позволяет предупредить возможность появления инфекционных заболеваний, но не даёт высоких результатов в плане экономии водных ресурсов предприятия.

Кормление осуществляется согласно рациону, составляемому главным зоотехником на определенную группу коров, что позволяет максимально учесть особенности поголовья⁵.

Несмотря на неизменное поголовье, валовое производство молока увеличилось на 20% с 2012 года по 2015 год за счет роста продуктивности животных (табл. 1).

Динамика производства молока в ЗАО "Луначарск"

Показатели	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2015 г. к 2012 г., %
Производство молока, ц	28731	32922	32930	34437	120
Объем реализованной продукции, ц	25896	30065	29963	31820	123
% Товарности	90	91	91	92	103
Среднегодовое поголовье, га л	603	603	603	603	100
Продуктивность, ц	47,65	54,6	54,61	57,11	120

Процент товарности молока в 2015 году составил 92%.

Основная часть произведенного молока отправляется на ООО "Молторг" 92% по 3211 рублей за 1ц молока в 2016 году, используется на выпойку телят 6%.

Уровень рентабельности и прибыль молока в ЗАО "Луначарск"

Показатели	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	Изменение 2015г к 2012г,+/-
Реализованное молоко, ц	25896	30065	29963	31820	5924
Полная себестоимость 1ц, руб.	1465	1460	1761	1790	325
Средняя реализационная цена 1ц, руб.	1468	1679	1954	2171	703
Прибыль(+), убыток(-) на 1 ц, руб.	3	218	193	381	378
Уровень рентабельности, %	0,2	15	11	21	21

Уровень рентабельности производства молока в 2015 году увеличился до 21%.

За последние 4 года реализация молока увеличилась на 5924 ц. Выручка выросла на 31069 тыс. руб., что привело к увеличению прибыли на 12040 тыс. руб. Данные изменения привели к увеличению прибыли на 1ц на 378 рубль, а полной себестоимости на 1 ц и средней реализационной цены на 1 ц на 325 рублей и 703 рубля соответственно.

Таким образом, совершенствование содержания животных и кормовой базы позволило повысить показатели экономической эффективности. Отсутствие текучести кадров на данном предприятии позволяет использовать эффективную систему стимулирования труда. Внедрение системы повышения квалификации и применения инновационных технологий улучшает качество производимой продукции.

¹ Лагун А., Медведева Н. Экономика сельского хозяйства России. 2009. № 8. С. 70.

² Анопченко Т.Ю., Маколова Л.В., Проблема формирования механизма рационального использования ресурсов в агропромышленном комплексе с учетом экологических приоритетов // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 12 (110).

³ Алейник С. Обеспечить устойчивый рост продуктивности молочного стада // Экономика сельского хозяйства России. 2009. № 3. С. 10-16.

⁴ Сельцов В.И., Молчанова Н.В., Калиевская Г.Ф. Формирование и реализация продуктивного потенциала коров // Зоотехния. 2008. № 3.

⁵ Качество молока коров в хозяйствах, расположенных в зоне экологического риска / О. Корчагина [и др.] // Молочное и мясное скотоводство. 2009.

MANUFACTURE OF MILK PRODUCTION WITH USING OF RESOURCE-SAVINGS TECHNOLOGY

© 2017 Afonkina Olesya Vladimirovna
Student

© 2017 Adyrkhaeva Galina Dmitrievna
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Samara State University of Economics
E-mail: bo220795@yandex.ru

Keywords: organization of milk production, resource-saving technologies, livestock, productivity, profitability, cost, profit.

The article is devoted to the analysis of the organization of milk production, which has a direct impact on obtaining high-quality products and maximum profit with a reduction in all types of production costs. The authors consider the process of milk production, describing the applied technologies by the enterprise, analyzing their impact on the production costs and profit by the example of the Lunacharsk CJSC.

УДК 330.332

РИСКИ СОФИНАНСИРОВАНИЯ В ПРИОБРЕТЕНИИ ОБЪЕКТОВ НЕДВИЖИМОСТИ

© 2017 Ахметшин Рустем Газинурович
студент

© 2017 Шевченко Алена Васильевна
студент

© 2017 Антипина Юлия Сергеевна
студент

© 2017 Заступов Андрей Владимирович
кандидат экономических наук, доцент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: mr.alceste@gmail.com, oiler79@mail.ru

Ключевые слова: недвижимость, долевое строительство, риски, долевое участие.

Представлены и проанализированы основные риски участия в долевым строительстве. Предложены признаки недобросовестного застройщика.

Важнейшим объектом собственности для современного жителя России является квартира. Именно она выступает основным объектом желаний и одновременно одной из главных ценностей для среднестатистического обывателя. Сложившиеся на рынке достаточно высокие цены на жильё и низкий уровень располагаемого дохода делают для большей части на-

селения крайне затруднительным процесс улучшения жилищных условий. Долевое строительство позволяет частично решить данную проблему.

Несмотря на очевидное преимущество долевого строительства: более низкие цены в сравнении с уже готовым жильём как на первичном, так и на вторичном рынке; к долевному строительству у потребителей очень настороженное отношение. Причиной этому является большое разнообразие мошеннических схем и "подводных камней", к использованию которых могут прибегать недобросовестные застройщики. Знание этих схем может значительно уменьшить риски участия в долевого строительстве. Часть мошеннических схем уже является историей и сейчас практически не встречается, что является заслугой принятого в 2004 году 214-ФЗ "Об участии в долевого строительстве..."¹, который формализует и упорядочивает отношения между застройщиком и участником долевого строительства. К примеру, данный закон ввёл обязательную регистрацию договора долевого участия (ДДУ).

Основным видом мошенничества, который практически полностью был ликвидирован этим законом, является двойная продажа квартир. Подобная практика была особенно популярна среди застройщиков в 90-ые и в первой половине 2000-х гг. Так как принятый закон подразумевал обязательную регистрацию ДДУ и обязательное указание в нём конкретной квартиры, данная схема вышла из употребления у недобросовестных застройщиков².

Ещё одной обманной схемой является адаптация классической финансовой пирамиды под рынок долевого строительства. Упомянутый выше закон, к сожалению, не в силах защитить дольщика от этой и описанных ниже схем, потенциальный собственник полностью возлагает на себя возможные риски³ и несет личную ответственность. Пирамида на рынке долевого строительства подразумевает, что застройщик ведёт строительство объектов на средства новых дольщиков только до тех пор, пока количество новых дольщиков не начнёт снижаться, после чего застройщик бросает строительство и с оставшейся суммой скрывается.

Также существует и более хитрая методика обмана дольщиков, которую можно охарактеризовать как "псевдо-долгострой". Суть её заключается в следующем: застройщик на некотором этапе строительства симулирует финансовые трудности и замораживает строительство на достаточно продолжительный срок (от полугода и более), после чего появляется "третья сторона" (другое юридическое или физическое лицо, которое вступило в сговор с застройщиком), предлагающее участникам долевого строительства продать свои права на "долгострой" ей со значительной скидкой, мотивируя это тем, что участники долевого строительства вряд ли когда-то дождутся сдачи объекта, а так смогут вернуть хоть часть вложенных денег. После уступки прав объект "оживает" и благополучно достраивается. Дольщики же, продав свои права, остаются только с частью своих вложенных средств.

После вступления в силу 214-ФЗ и введения обязательной регистрации ДДУ, появилась новая схема мошенничества: потенциальному дольщику предлагают подписать не договор ДДУ, а инвестиционный договор. Отличие инвестиционного договора от ДДУ заключается в следующем:

1. инвестиционный договор не подпадает под 214-ФЗ и регулируется общими принципами гражданского права⁴. Дольщик теряет те гарантии и права, что даёт специализированный закон;

2. инвестиционный договор соответствует духу инвестирования и подразумевает наличие рисков⁵, то есть застройщик не даёт гарантии, что дольщик получит желаемый объект;

3. данный договор не требует регистрации как ДДУ т.е. появляется возможность двойной продажи.

Были приведены основные схемы мошенничества в долевом строительстве. Кроме них, существует ещё несколько видов проблем, с которыми могут столкнуться дольщики:

- задержка сдачи объекта. Это, пожалуй, самая распространённая проблема. Застройщики часто по различным причинам затягивают сдачу объекта, при этом дольщикам получить от них компенсации, полагающиеся по договору, бывает либо крайне сложно, либо фактически невозможно⁶;

- непредусмотренные доплаты. Часто в договорах долевого строительства нет чёткого описания необходимого состояния объекта при сдаче. К примеру, в своей рекламе застройщик может говорить, что он сдаёт объекты "под ключ" с чистовой отделкой, а в договоре это не конкретизировано т.о. застройщик может сдать объект с черновой отделкой, а за остальное предлагает дополнительно заплатить;

- сложности с регистрацией прав. Данная проблема может возникнуть, если застройщик достаточно небрежен с документацией и не предоставляет необходимые документы в срок, что может привести крайне длительному процессу регистрации прав на уже готовый объект⁷.

Рисковые ситуации при долевом строительстве бывают достаточно разнообразными. В этой статье были рассмотрены лишь самые распространённые. Тем не менее, можно выделить основные признаки недобросовестного застройщика, использование которых на практике может сильно уменьшить риски дольщиков:

1. застройщик предоставляет не полную проектную декларацию, либо не предоставляет её вообще;

2. отсутствует какая-либо информация о его предшествующей деятельности;

3. предлагаемый договор ДДУ не содержит необходимых формулировок и строго определённых сроков и условий;

4. застройщик отказывается предоставлять свои учредительные документы и бухгалтерскую отчётность либо содержание данных документов вызывает опасение.

Долевое строительство является выгодным инструментом приобретения недвижимости, но оно сопряжено с дополнительными рисками.

¹ Федеральный закон "Об участии в долевом строительстве многоквартирных домов и иных объектов недвижимости и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации" от 30.12.2004 N 214-ФЗ (последняя редакция).

² Чернякова С. А. Защита прав граждан, участвующих в долевом строительстве многоквартирных домов // Сервис в России и за рубежом. 2014. № 9 (56). С. 171-186.

³ Заступов А.В. Подходы к оценке и управлению рисками в нефтяной отрасли // Самарский научный вестник / ПГСГА. 2014. № 1 (6). С. 53-55.

⁴ Балашова Н.А. Существенные условия договора участия в долевом строительстве // Вестник Удмуртского университета. Серия "Экономика и право". 2009. № 2. С. 244-257.

⁵ Заступов А.В. Аспекты управления проектными рисками в деятельности предприятий нефтедобывающей промышленности // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2008. № 11 (49). С. 27-32.

⁶ Лебедева С.Р. Защита дольщиков: необходимость совершенствования механизмов // Имущественные отношения в РФ. 2014. № 12 (159). С. 65-68.

⁷ Заступов А.В. Потенциал развития рынка гостиничной недвижимости региона // Экономика и управление собственностью / СИ ВШГП. Самара, 2016. № 1. С. 61-67.

RISKS OF JOINT FINANCING IN ACQUISITION OF REAL ESTATE OBJECTS

© 2017 Akhmetshin Rustem Gazinurovich

Student

© 2017 Shevchenko Alena Vasilevna

Student

© 2017 Antipina Julia Sergeevna

Student

© 2017 Zastupov Andrey Vladimirovich

Candidate of Economics, Associate Professor

Samara State University of Economics

E-mail: mr.alceste@gmail.com, oiler79@mail.ru

Keywords: real estate, shared-equity construction, risks, individual share.

In article the main risks of participation in shared-equity construction are presented and analysed. Signs of the unfair builder are offered.

УДК 331.57

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РЕГУЛИРОВАНИЯ ЗАНЯТОСТИ НАСЕЛЕНИЯ В ДЕПРЕССИВНЫХ ЮГО- И СЕВЕРО-ВОСТОЧНЫХ РАЙОНАХ РЕСПУБЛИКИ БАШКОРТОСТАН

© 2017 Байгильдина Альбина Ураловна

кандидат экономических наук

Башкирский кооперативный институт (филиал)

Российского университета кооперации, г. Уфа

E-mail: bau78@mail.ru

Ключевые слова: занятость населения, безработица, регион, депрессивный район, эффективность управления, малое предпринимательство, Республика Башкортостан, качество жизни.

Статья посвящена анализу основных направлений регулирования занятости населения в депрессивных юго- и северо-восточных районах Республики Башкортостан. Автор рассматривает развитие малого и среднего предпринимательства как ключевой фактор снижения безработицы и повышения качества жизни сельского населения.

Трансформация российской экономики в 1990-е годы привела к существенной дифференциации территорий страны по уровню социально-экономического развития, нарастающему социальной напряженности, расширению ареалов нестабильности и бедности, возникновению депрессивных районов в субъектах РФ¹.

Даже в одном из самых развитых регионов Российской Федерации - Республике Башкортостан уже долгие годы все сельские юго- (Баймакский, Хайбуллинский, Бурзянский, Зианчуринский, Зилаирский, Абзелиловский, Учалинский) и северо-восточные (Аскинский, Белокатайский, Дуванский, Караидельский, Кигинский, Мечетлинский, Нуримановский, Салаватский) районы относятся к разряду депрессивных. Они характеризуются падением объемов производства, сокращением числа рабочих мест, ростом безработицы².

Высокий уровень безработицы является причиной увеличения количества преступлений в сельской местности, суицидов, профессиональной и социальной деградации населения, оттока молодежи в города, роста заболеваемости, снижения рождаемости.

Как справедливо считает Ахметов В.Я. и ряд других авторов, во многом все вышеперечисленные проблемы связаны с моноструктурным характером и недостаточной диверсификацией экономики сельских районов, слабым развитием малого и среднего предпринимательства³.

Поэтому в целях ускоренного и эффективного социально-экономического развития депрессивных муниципальных районов Республики Башкортостан должно быть уделено более пристальное внимание развитию диверсификации экономики села и развитию различных направлений малого бизнеса⁴.

Как нам представляется, для динамичного и масштабного развития малого предпринимательства, регулирования занятости населения целесообразно поэтапное проведение следующих мероприятий.

1. Разработка "Стратегии развития малого предпринимательства в юго- и северо-восточных районах на 2017-2020 гг.", которая была бы логическим продолжением федеральных и региональных программ по выводу депрессивных территорий из кризиса, где мероприятия по снижению безработицы носили бы более конкретизированный характер, в том числе содержали типовые алгоритмы организации определенных направлений малого бизнеса.

2. Разработка конкретизированных для каждого города и района Зауралья и Северо-Востока РБ долгосрочных программ развития малого предпринимательства. Это обусловлено тем, что существующие в настоящее время целевые программы развития и поддержки малого бизнеса по городам и районам носят кратко- и среднесрочный характер и представляют в основном переписанные плановые документы прошлых лет. Сейчас же актуально их дополнение стратегическими планами, где должна даваться прогнозная оценка повышения занятости населения, роста количества предприятий и рабочих мест.

3. Необходимо обратить более пристальное внимание проведению на базе научно-образовательных учреждений Республики Башкортостан, а также в выездом в районы, краткосрочных курсов по различным направлениям малого бизнеса, способствующим развитию предпринимательской и финансовой грамотности населения: основы организации малого бизнеса; бизнес-планирование; пчеловодство; садоводство; технологии производства и реализации этнопродуктов (кумыс, курут, казы, буза, башкирский мед и др.); основы агро- и этнографического туризма; организация различных видов кооперативов (сбытовых, кредитных, сервисных, производственных и др.); производство изделий народных промыслов и ремесел (войлоковязание, изготовление изделий из дерева, ковроткачество, сувенирной продукции из яшмы и т.п.). Проведение обучающих курсов будет способствовать не только росту занятости населения, но

и сохранению, возрождению исчезающих традиций производства изделий народных промыслов и ремесел, навыков производства национальной продукции⁵.

Целесообразна разработка банка бизнес-идей, типовых (шаблонов) и адаптированных к условиям конкретного района, населенного пункта, предприятия, с учетом требований инвесторов бизнес-проектов по отраслям (животноводство, растениеводство, торговля, общепит и т.д.) и их реализация.

4. Организация не только региональных, но и всероссийских и международных форумов, научно-практических конференций по вопросам малого предпринимательства с приглашением известных предпринимателей, представителей администраций городов и районов, ученых, средств массовой информации.

Реализация вышеупомянутых системных мер будет способствовать формированию эффективных институтов регулирования занятости населения за счет развития малого предпринимательства, которые, в свою очередь, должны быть основой создания новых рабочих мест, снижения безработицы и стабилизации социально-экономического развития депрессивных районов Башкортостана.

¹ Байгильдина А.У. Регулирование занятости в регионах // Региональная экономика: взгляд молодых. Труды молодых ученых и специалистов. Вып. 3. Уфа : Гилем, 2004. С. 27-36.

² Байгильдина А.У., Исянбаев М.Н., Ярмухаметов З.Г., Ярмухаметов Р.З. Регулирование занятости населения в депрессивных регионах. Уфа : РИО БашГУ, 2006. 178 с.

³ Ахметов В.Я. Диверсификация хозяйственной структуры как фактор устойчивого развития сельской местности // Сельское хозяйство в современной экономике: новая роль, факторы роста, риски. М. : ВИАПИ им. А.А. Никонова : "Энциклопедия российских деревень", 2009. С. 21-23.

⁴ Бессонов И.С. Малый бизнес и малое предпринимательство: особенности, преимущества и факторы развития // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 1 (99). С. 13-18.

⁵ Ахметов В.Я., Барлыбаев У.А., Рахматуллин И.М., Ярмухаметов Р.З., Узембаева Г.И. Приоритетные направления активизации развития молодежного предпринимательства на селе (на примере Зауралья Республики Башкортостан) // Управление экономическими системами : электрон. науч. журн. 2016. № 5. URL: <http://www.uecs.ru/uecs-87-872016/item/3941-2016-05-16-11-16-42>.

THE MAIN DIRECTIONS OF REGULATION OF POPULATION EMPLOYMENT IN DEPRESSIVE SOUTHERN AND NORTH-EASTERN REGIONS OF THE REPUBLIC OF BASHKORTOSTAN

© 2017 Baigildina Albina Uralovna

Candidate of Economic Sciences

Bashkir Cooperative Institute (branch) Russian University of Cooperation, Ufa

E-mail: bau78@mail.ru

Keywords: employment of population, unemployment, region, depressive region, management efficiency, small business, Republic of Bashkortostan, quality of life.

The article is devoted to the analysis of the main directions of regulation of employment of the population in the depressed south- and north-eastern regions of the Republic of Bashkortostan. The author considers the development of small and medium-sized businesses as a key factor in reducing unemployment and improving the quality of life of the population of Bashkortostan.

АНАЛИЗ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ПРОИЗВОДСТВЕННО-ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ООО "ЗАВОД ПРИБОРНЫХ ПОДШИПНИКОВ")

© 2017 Баканач Ольга Вячеславовна

кандидат экономических наук, доцент

© 2017 Кипайкина Мария Геннадьевна

слушатель программы "Подготовка управленческих кадров
для организаций народного хозяйства Российской Федерации"

Самарский государственный экономический университет

E-mail: bakanach@mail.ru, mariki@list.ru

Ключевые слова: завод, показатели, производственно-финансовая деятельность, завод приборных подшипников.

Проведен анализ показателей производственно-финансовой деятельности ООО "Завод приборных подшипников".

В качестве объекта исследования рассмотрено общество с ограниченной ответственностью "Завод приборных подшипников" (далее ООО "ЗПП"). ООО "ЗПП", основанный в 1954 году как филиал Четвертого Государственного Подшипникового завода (ГПЗ-4), является крупнейшим в России производителем миниатюрных прецизионных шариковых подшипников метрической и дюймовой систем измерения. За время существования завода потребителями его продукции стали более 500 предприятий практически всех отраслей промышленности. На сегодняшний день номенклатура выпускаемых заводом подшипников насчитывает 300 типоразмеров и порядка 2000 их различных модификаций. Основным видом деятельности является производство частей и принадлежностей летательных и космических аппаратов (ОКВЭД 30.30.5). Среднесписочная численность на 01.01.2017г. составила 1139 человек. Активы ООО "ЗПП" на 31 декабря 2016 г. характеризуются следующим соотношением: 44,2% внеоборотных активов и 55,8% оборотных. Активы организации за 2014-2016 годы увеличились на 123 426 тыс. руб. или на 12,3%. Учитывая рост активов, необходимо отметить, что собственный капитал увеличился в меньшей степени - на 6%. Отстающее увеличение собственного капитала относительно общего изменения активов следует рассматривать как негативный фактор.

Рост величины активов организации связан, в первую очередь, с ростом следующих позиций актива бухгалтерского баланса (в скобках указана доля изменения статьи в общей сумме всех положительно изменившихся статей): запасы - 62 267 тыс. руб. (45,7%); основные средства - 43 369 тыс. руб. (31,8%); денежные средства и денежные эквиваленты - 24 843 тыс. руб. (18,2%). Одновременно, в пассиве баланса наибольший прирост наблюдается по строкам: кредиторская задолженность - 92 483 тыс. руб. (63,6%); нераспределенная прибыль (непокрытый убыток) - 48 763 тыс. руб. (33,5%).

У организации не имеется достаточно высоколиквидных активов для погашения наиболее срочных обязательств (разница составляет 177 017 тыс. руб.). В соответствии с принципами оптимальной структуры активов по степени ликвидности, краткосрочной дебиторской задолженности должно быть достаточно для покрытия среднесрочных обязательств (краткосрочной задолженности за минусом текущей кредиторской задолженности). В данном случае это соотношение выполняется (быстрореализуемые активы превышают среднесрочные обязательства в 3,4 раза).

Одним из наиболее значимых показателей оценки финансового и экономического состояния предприятия является рентабельности продаж. Показатель используется в качестве основного индикатора для оценки финансовой эффективности предприятия. Суть анализа рентабельности продаж заключается в определении уровня прибыли компании, приходящейся на единицу выручки. Путем расчета определяется норма прибыльности на текущий момент, которая сравнивается со значениями прошлых лет и/или планируемыми показателями. За 2016 год организация по обычным видам деятельности получила прибыль в размере 33,2 копеек с каждого рубля выручки от реализации. При этом имеет место рост рентабельности продаж по сравнению с данным показателем за 2015 год (+6,8 коп.). Показатель рентабельности, рассчитанный как отношение прибыли до процентов к уплате и налогообложения к выручке организации, за 2016 год составил 0,32%. То есть в каждом рубле выручки организации содержалось 31,6 коп. прибыли до налогообложения и процентов к уплате. Темп роста выручки 2016г. по отношению к 2015г. составляет 105,5%, в то время как темп роста затрат составляет 95,2%. При увеличении количества проданной продукции (в натуральном выражении) выручка возрастает быстрее затрат в результате действия так называемого производственного левериджа.

Финансовые модели управления должны решать задачи по определению оптимального объема оборотного капитала, влиянию структуры оборотных активов на финансовую устойчивость предприятий и на финансовые результаты их деятельности, а также прогнозирования финансовой устойчивости с оптимальным соотношением между собственным и заемным капиталом и структурой активов предприятий. Этого можно достичь путем декомпозиции показателя рентабельности собственного капитала на составные части. Декомпозиция означает разложение базового показателя на составные части. Уровень детализации показателя зависит от целей проведения такого анализа.

Рассмотрим трехфакторную модель (метод Дюпон), которая покажет влияние на рентабельность собственного капитала предприятия операционной деятельности (продажи), инвестиционной и финансовой:

$$ROE = \frac{ЧП}{B} \times \frac{B}{A} \times \frac{A}{СК} = ROS \times K_{oa} \times LR,$$

где ROE (*Return On Equity*) - рентабельность собственного капитала,

ЧП - чистая прибыль,

B - реализация товаров, работ и услуг, без акцизов и НДС,

A - суммарные активы компании,

СК - собственный капитал,

ROS (*Return On Sales*) - рентабельность продаж. Этот коэффициент показывает, какую сумму чистой прибыли получает предприятие с каждого рубля проданной продук-

ции, т.е. сколько средств остается у предприятия после покрытия себестоимости продукции, выплаты процентов по кредитам и уплаты налогов.

K_{oa} - коэффициент оборачиваемости активов. Является одним из основных производственных показателей, отражающих эффективность использования инвестированного капитала.

LR (*Leverage ratio*) - коэффициент капитализации (коэффициент финансового рычага). Финансовый рычаг (леверидж) отражает структуру капитала, авансированного в деятельность предприятия. Это характеристика финансовой устойчивости и рискованности бизнеса и оценка эффективности использования предприятием заемных средств.

Рентабельность собственного капитала выросла в 2016 году по сравнению с 2015 годом на 17,9 п.п. ($ROE_{2016} - ROE_{2015} = 59,4 - 41,5 = 17,9$)

Для расчета меры влияния каждого из факторов на изменение показателя рентабельности собственного капитала применяют индексный факторный анализ, в частности метод цепных подстановок.

Изменение и мера влияния факторов на абсолютное изменение рентабельности собственного капитала

Показатели	2015 г.	2016 г.	Абсолютное изменение	Относительное изменение, %	Влияние фактора
Рентабельность продаж	21,43%	25,65%	4,22 п.п	19,7	+8,2
Коэффициент оборачиваемости активов	1,474	1,550	0,076	4,8	+2,4
Коэффициент финансового рычага	1,312	1,494	0,182	13,9	+7,3
Сопряженное воздействие трех факторов					+17,9

Как видно из расчетов (см. таблицу) рентабельность собственного капитала увеличилась в 2016 году по сравнению с 2015 годом на 17,9 п.п., что свидетельствует о росте эффективности деятельности предприятия.

1) Рентабельность собственного капитала увеличилась на 8,2 п.п. за счет роста рентабельности продаж на 19,7% .

Повысить рентабельность продаж (чистую маржу) можно благодаря сокращению расходов на каждый рубль произведенной продукции и предоставленных услуг.

2) Рентабельность собственного капитала увеличилась на 2,4 п.п. за счет ускорения оборачиваемости оборотных средств на 4,8%, что отражает повышение эффективности управления инвестиционной деятельностью организаций.

Достигнуть увеличения оборачиваемости активов можно путем улучшения политики управления дебиторской задолженностью, оптимизации структуры и объема запасов и т.д.

3) Рентабельность собственного капитала увеличилась на 7,3 п.п. за счет увеличения финансового левериджа на 13,9% .

Рост показателя объясняется превышением темпа роста привлеченных заемных средств над темпом роста наращивания собственного капитала.

При увеличении собственного капитала возрастает финансовая устойчивость организации и снижается рентабельность собственных средств. В связи с этим утверждение, что для предприятия всегда целесообразно увеличение собственного капитала является неоднозначным. Собственных средств должно быть достаточно для обеспечения финансовой

устойчивости. Задача финансового менеджмента на предприятии - обеспечить финансовую устойчивость, способствовать росту рентабельности собственного капитала.

1. ООО "Завод приборных подшипников" : [официальный сайт]. URL: <http://www.mbf-samara.ru>.

ANALYSIS OF INDICATORS OF INDUSTRIAL AND FINANCIAL ACTIVITY OF THE ENTERPRISE (ON THE EXAMPLE OF LLC "PLANT OF INSTRUMENT BEARINGS")

© 2017 Bakanach Olga Viacheslavovna

Candidate of Science (Economics), Associate Professor

© 2017 Kipaykina Maria Gennadevna

Student of the program "Training of Management Personnel for the Organizations
of the National Economy of the Russian Federation"

Samara State University of Economics

E-mail: bakanach@mail.ru, mariki@list.ru

Keywords: plant, indicators, production and financial activities, plant instrumentation bearings.

In the article the authors analyzed the indices of production and financial activity of the enterprise "Plant of Instrument Bearings".

УДК 338

ОСНОВНЫЕ СПОСОБЫ УКЛОНЕНИЯ ОТ УПЛАТЫ НАЛОГОВ В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

© 2017 Башмаков Андрей Игоревич

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: bashmakov1991@mail.ru

Ключевые слова: уклонение от уплаты налогов, трансфертное ценообразование, контролируемая иностранная компания, тонкая капитализация.

Статья посвящена рассмотрению самых распространенных способов уклонения от уплаты налогов, наносящих наибольший ущерб национальным экономикам. Приводятся примеры различных схем уклонения, указываются конкретные примеры из мировой практики.

Механизмы снижения налогового бремени, которыми пользуются налогоплательщики, нередко лежат за пределами установленных нормами права легальных средств.

Мировая практика показывает, что существует множество способов, так или иначе приводящих к конфликтной ситуации между государством и налогоплательщиками.

Уклонение от уплаты налогов перестало быть проблемой, с которой государство в состоянии справиться самостоятельно. В связи с эволюцией способов уклонения от уплаты налогов, приобретением ими статуса трансграничных появилась необходимость изменения методов противодействия этому негативному явлению. Взаимодействие стран на различных уровнях в данном вопросе позволяет наиболее эффективно справляться с общемировой угрозой. Деятельность в рамках межправительственных организаций, международных договоров, сотрудничество налоговых органов, органов экономической безопасности носят всеобъемлющий характер, что помогает учитывать особенности налогообложения в каждой конкретной стране, и в тоже время нацелены на унификацию всех правил по борьбе с уклонением от уплаты налогов.

В самой же Великобритании разрыв между суммой налогов, которая должна быть получена государством, и фактически собранной в 2014- 2015 годах - 36 миллиардов фунтов стерлингов, что составило 6,5 % от теоретически обязательной суммы (см. рисунок)¹.

Одной из форм уклонения от уплаты налогов в мировой практике выделяют использование трансфертного ценообразования. В Руководстве ОЭСР по трансфертному ценообразованию для транснациональных компаний и администраций под трансфертной ценой понимается "цена, устанавливаемая между ассоциированными организациями, по которой одна организация реализует товары, нематериальные активы и оказывает услуги другой ассоциированной организации"². Сама по себе трансфертная цена не является нарушением налогового законодательства, она может быть использована для повышения эффективности и конкурентоспособности компании, но применение ее для уменьшения налоговой обязанности несет в себе, безусловно, опасность для процесса налогообложения. Иначе говоря, фирмы, чаще всего крупные ТНК и холдинги, заключают со своими дочерними, зависимыми компаниями сделки по ценам ниже рыночных, тем самым уменьшая облагаемую налогом базу. Примером может послужить наличие зависимой компании Starbucks в Коста-Рике (Starbucks Farms Costa Rica Inc.), которая продает кофе непосредственно компании в США³.

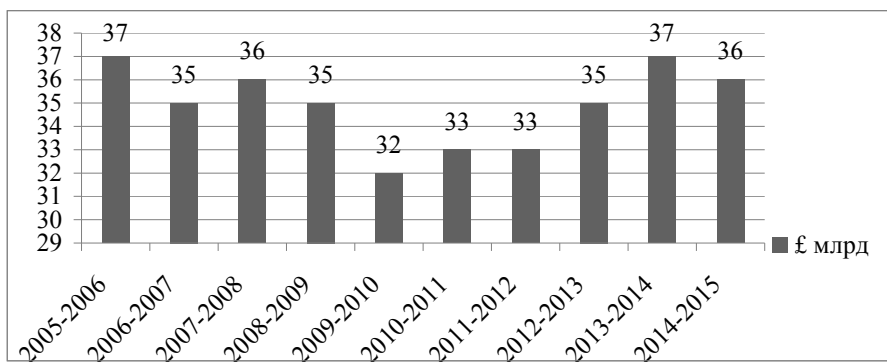


Рис. Разрыв между суммой налогов, которая должна быть получена государством, и фактически собранной

Однако представленная ситуация является примером довольно простой схемы использования трансфертного ценообразования. На данный момент многие компании, которые осуществляют свою деятельность в основном в сфере интеллектуальной собственности, новых технологий (Google, Facebook, Yahoo, Apple и Amazon), используют так называемую "двойную ирландскую" схему. Для этого создается две ирландских компании. Первая из них является офшорной. По законам Ирландии, компания является налоговым резидентом той страны, из которой она управляется, поэтому ирландская компания может не являться налоговым резидентом Ирландии. Первая компания лицензирует за большую сумму права второй компании, которая является налоговым резидентом Ирландии. Вторая компания получает доходы от использования прав в различных странах, однако налогом облагается только разница между лицензионными платежами и доходами. На эту разницу распространяется налог в 12,5 %. Также существует похожая, но с еще одной, третьей, компанией - схема "двойная ирландская с голландским сэндвичем"⁴.

Другим способом уклонения от уплаты налогов является использование контролируемых иностранных компаний, находящихся в низконалоговых юрисдикциях (далее - КИК). Необходимость контроля и регулирования использования КИК появилась еще в середине 20 века. В 1962 году Налоговым Управлением США был введен подраздел F, который значительно изменил правила налогообложения КИК⁵. Долгое время главным признаком для признания лица контролирующим над иностранной компанией оставался формально-юридический контроль. Однако это показало свою неэффективность, поскольку появились схемы, когда лицо, непосредственно осуществляющее контроль над КИК, передавал управление другим лицам в группе и тем самым избегал правила налогообложения для КИК. В связи с этим сегодня помимо формального контроля необходимо обращать внимание на наличие косвенного контроля, экономического контроля, фактического контроля или контроля в соответствии со стандартами МСФО (см. таблицу)⁶.

Признаки КИК по ОЭСР

Косвенный контроль	Экономический контроль	Фактический контроль	Контроль в соответствии со стандартами МСФО
Контролирующему лицу доля в КИК принадлежит не напрямую, а через участие в цепочке юридических лиц, и когда контролирующее лицо может влиять на решения КИК не напрямую, а посредством третьих лиц	Лицу принадлежит право на участие в прибыли КИК, ее капитале и/или активах в определенных обстоятельствах, например, при банкротстве или ликвидации КИК	Лицо может быть признано контролирующим, если это лицо осуществляет или может осуществлять определяющее влияние на деятельность КИК	Предлагается признавать резидента контролирующим лицом КИК в случае, если при аудите его финансовой отчетности, финансовые данные КИК "консолидируются" вместе с финансовыми данными резидента

Многие американские компании в последние годы используют КИК, находящиеся в низконалоговых юрисдикциях. Это связано с высокими ставками корпоративного налога в США. Пристальное внимание привлекают сделки по покупке крупнейшими компаниями своих конкурентов, которые уже находятся в регионах с минимальными налоговыми ставками. В 2014 году одна из крупнейших компаний США по производству медицинского оборудования Medtronic купила своего конкурента Covidien за 42,9 млрд долларов, головной офис которого находится в Дублине. В результате сделки новое совместное предприятие также будет базироваться в Ирландии, хотя свою непосредственную деятельность осуществлять в США. Это позволит экономить на налоговых отчислениях порядка 14 млрд долларов⁷.

Нередко для того, чтобы уклониться от уплаты налогов, компании используют схему распределения прибыли под видом исчисления и выплаты процентов по долговым обязательствам иностранным юридическим лицам в группе компаний, в которую сами входят⁸. Это получило наименование "тонкая (недостаточная) капитализация". Выгода для уклонистов заключается в том, что проценты по полученным займам, принятые в расходы, уменьшают налог на прибыль. В отличие от дивидендов для займов чаще всего применяется порядок налогообложения по месту резидентства получателя дохода при отсутствии налогообложения у источника выплаты. Применение соглашений об избежании двойного налогообложения и низконалоговых юрисдикций для размещения компаний-займодавцев позволяет значительно снизить налоговую нагрузку при осуществлении иностранных инвестиций в рамках группы компаний⁹.

Стоит отметить, что использование какой-то одной конкретной схемы уклонения от уплаты налогов в чистом виде редко встречается. Компании используют и видоизменяют сразу несколько методов. Это вызвано, во-первых, усложняющимися финансовыми отношениями, во-вторых, борьбой государств с уклонистами и разработкой новых механизмов выявления и пресечения налоговых преступлений.

¹ URL: https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/561312/HMRC-measuring-tax-gaps-2016.pdf

² URL: <http://dx.doi.org/10.1787/tpg-2010-en>.

³ Barker J., Asare K., Brickman S. Transfer Pricing As A Vehicle In Corporate Tax Avoidance // The Journal of Applied Business Research. 2017. № 1. P. 9.

⁴ Barker J., Asare K., Brickman S. Transfer Pricing As A Vehicle In Corporate Tax Avoidance // The Journal of Applied Business Research. 2017. № 1. P. 12.

⁵ URL: https://www.irs.gov/irm/part4/irm_04-061-007.html.

⁶ OECD. Designing Effective Controlled Foreign Company Rules. Action 3 - 2015 Final Report. OECD/G20 Base Erosion and Profit Shifting Project. P. 24.

⁷ URL: <https://www.kommersant.ru/doc/2492332>.

⁸ URL: <https://www.kommersant.ru/doc/2357940>.

⁹ Крашенинникова М.Е. Некоторые проблемы применения правил трансфертного ценообразования и тонкой капитализации к сделкам по займам в России // Имущественные отношения в Российской Федерации. 2014. № 5. С. 32.

Харитonenko К.А. Функции налогов в системе современного инновационного развития национальной экономики // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2008. № 7.

THE BASIC WAYS OF EVASION FROM PAYMENT OF TAXES IN THE WORLD ECONOMY

© 2017 Bashmakov Andrey Igorevich

Student

Samara State University of Economics

E-mail: bashmakov1991@mail.ru

Keywords: tax evasion, transfer pricing, controlled foreign company, thin capitalization.

Article visited review the most common methods of tax evasion, they cause the greatest damage to the national economy. Examples of different schemes of evasion, provide specific examples from international practice.

УДК 338.054.23

АНАЛИЗ НЕДОСТАТКОВ ТРАНСПОРТНОЙ ЛОГИСТИКИ В РОССИИ

© 2017 Белемаева Анастасия Вячеславовна

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: mizeryoad@gmail.com

Ключевые слова: транспорт, логистика, управление ресурсами, проблемы развития.

В статье предпринимается попытка проанализировать актуальные проблемы развития транспортной логистики в России, перечислить существенные недостатки системы на основе статистической информации и фактов упущенной выгоды, подчеркнуть необходимость совершенствования данного сектора логистики в стране.

Транспортные сети, независимо от того, в страну какого уровня развития вовлечены ее основные узлы, являются одной из важнейших составляющих в общем учете экономического потенциала страны. Транспорт, в зависимости от выбранного типажа, скорости товарного оборота, оперативности работы, с тем или иным уровнем эффективности связывает между собой различные районы, предприятия и отрасли народного хозяйства, стягивает к своим основным рабочим эпицентрам размещение предприятий, заводов и организаций, принимает ключевую роль в процессе снабжения и движения грузопотока от производителя к потребителю. При таком определении несложно дать быстрое оценочное суждение тому, насколько преобладающую роль транспортная сеть играет на территории России - самой протяженной по площади страны мира, раздробленной на десятки регионов разного уровня удаленности и доступности. В России транспортная система представляет собой 940 тыс. км. автомобильных дорог общего пользования,

включая 750 тыс. км дорог с твердым покрытием; 87 тыс. км железных дорог (второй по величине показатель в мире после США), 100 тыс. км внутренних водных путей, а также 1 млн. км воздушных трасс¹. По этим транспортным узлам ежегодно перевозится около 5 млн. тонн груза. Важнейшим видом транспорта в стране продолжает оставаться железнодорожный, а на его специализацию приходится более 56% совокупного грузооборота. Логика его широкого распространения объясняется необходимостью перевозок на дальние расстояния в различных климатических условиях, а также общим уровнем невнимания к развитию других видов транспорта, в частности автомобильного транспорта, в эксплуатации которого перманентно наращивается высокий уровень изношенности автомобильных дорог и стремительное старение самого автопарка.

Имея в доминирующем положении преимущественно один вид транспорта с небольшими издержками на содержание, транспортная система России вовлекает себя в иррациональные логистические издержки. Основой для блокирования таких издержек как раз является транспортная логистика - с помощью математических методов оптимизируется работа отдельных элементов транспортного процесса и объединяется в целостную совокупность². Тот факт, что в России преобладают устаревшие и поддерживаемые типы перевозок, оперативные виды транспорта списываются в износ, а процесс обновления стратегий транспортных перевозок заморожен - говорит о преимущественно регрессивном состоянии транспортной логистики в стране. Вследствие географических особенностей и проблем инфраструктуры, сегмент коммерческих грузовых перевозок в России характеризуется низкой эффективностью. Согласно исследованию Всемирного банка, Россия занимает 99 место в мире по индексу эффективности логистики LPI, имея низкие оценки по всем показателям, учитываемым при расчете индекса. Из внушительного перечня приходящихся на транспортную логистику издержек, можно обобщенно выделить ключевые недостатки, связанные с организацией товарного движения:

приход в неработоспособное состояние транспортных средств и трудности, связанные с их восстановлением;

- недостаток производственной мощности транспорта;
- недостаточная информационная обеспеченность перевозок в отношении обмена информацией для кооперации и взаимодействия;
- недостатки при планировании маршрутов и общая несостоятельность (непроходимость) маршрутов;
- отсутствие страховой обеспеченности грузов и транспортных средств;
- сложность организации перевозок с участием нескольких видов транспорта³.

При всех этих замечаниях важно отметить, что на каждом отдельно взятом типе транспорта в стране, имеется либо краткий, либо расширенный перечень вышеизложенных проблем, что многократно усложняет характер проблемы. Особо сильный акцент сложности развития поставили на эксплуатации автомобильного транспорта. Так, можно подчеркнуть, что в России до сих пор не сформирована опорная сеть автомобильных дорог федерального значения, которая объединяет регионы и координирует их взаимную работу. Только 38% федеральных автодорог соответствует общим нормативным требованиям, а некоторые трассы даже не сохраняют своей функциональной формы -

они либо отсутствуют вовсе, либо имеют твердое покрытие, но в неполных масштабах (около 1/3 все автомобильной сети). Это способствует тому, что более 10 % населения страны, особенно в сезонные периоды интенсивного давления на дороги из-за погодных условий (обычно это весенне-осенний период), становятся отрезанными от транспортной сети. По состоянию на начало 2015 г. около 28 % сельских населенных пунктов Российской Федерации не имеют связи по дорогам с сетью путей сообщения общего пользования. Развитие заморожено и на крупномасштабных региональных уровнях, что отражается в незавершенности проектирования автомобильных дорог, особенно в районах Севера, Сибири и Дальнего Востока.

Отсталость транспорта сопровождается низкой мобильностью населения, низкий объем транспортных инвестиций на душу населения и совокупный уровень жизни. Средняя скорость движения грузов в России в 3-5 раз меньше, расход топлива - в 1,5 раза, а стоимость обслуживания автомобилей - в 2,5-3 раза выше, чем за рубежом. Доля транспортных расходов в себестоимости (15-20%) намного выше, чем в ЕС и США (7-8%)⁴. Отдельную острую проблему составляет изнашиваемость и недостаток технической поддержки оборудования. Обновлять свой автопарк, в котором срок эксплуатации оборудования колеблется в районе восьми - десяти лет, большинству предпринимателей не представляется возможным из-за больших эксплуатационных расходов, а транспортный лизинг все еще находится в стадии преимущественно убыточного мероприятия с низкой рентабельностью.

Не менее насущные проблемы наблюдаются и в работе преимущественного - железнодорожного - вида транспорта и транспорта водных путей. Если в первом случае сочетание причин довольно посредственно для проявления стандартной картины недостатков (изношенность путей и подвижного состава, низкая скорость движения, отсутствие дорожных сетей в ряде отдаленных регионов, перегруженность грузопотоков и крупная финансовая отдача), то в ситуации с водным транспортом в перечень причин добавляется осознанно небрежное отношение к его потенциалу и недоиспользование предположительно выгодных возможностей. Так, например, попытки по эксплуатации даже не были в должной мере переброшены на освоение уникальной системы водных путей Волжского бассейна, что привело к построению маломощной сети речных портов и речного флота в целом⁵. Недостаточные производственные мощности морских и речных портов способны переработать лишь 54 % грузов, готовых к перевозке. Из-за недостаточных глубин около 60 % портов не могут принять крупнотоннажные суда. Очевидной оценивается и потребность в системной модернизации воздушного транспорта, самого перспективного по международным показателям носителя грузопотока⁶. Главной проблемой авиалиний является замкнутость их грузовых маршрутов, деятельность большинства региональных авиакомпаний направлена на поддержание связи только с Москвой и немногочисленными крупными столичными центрами, в то время как во многих субъектах России сеть местных авиалиний отсутствует вовсе.

Даже из обобщенных, ориентировочных перечислений, затронутых в этом списке, потребность в модернизации транспортной системы России ощущается предельно остро. В устройстве транспортной системы отсутствуют механизмы саморегуляции - она либо получает внешний приток возможностей и средств, необходимых для поддержания транспортных объектов и путей, либо обращается в незамедлительный износ и устаре-

вание, направляя к логическому тупику процесс грамотного и оперативного снабжения. Исходя из этого, можно сделать вывод, что совершенствование транспортной логистики складывается только из гармоничного сочетания мероприятий организационного, экономического и административного характера, способных направить ее в здоровом прогрессивном направлении. Ключевой вектор развития задает именно эффективное государственное регулирование деятельности транспортных предприятий. Официальные информационные сборники по развитию неоднократно подчеркивают факт недостаточного объема инвестиций в транспортную инфраструктуру. Согласно исследованию Всемирного банка, расходы на инфраструктуру в России составляют 1% от ВВП. Среди стран БРИКС более низкие показатели имеют только Бразилия и Индия, но при этом они отличаются высоким уровнем частных инвестиций⁷.

Изложенное обосновывает неоспоримый факт того, что развитие транспортной логистики в России является одной из приоритетных задач роста российской экономики и повышения уровня жизни населения, главным элементом модернизации отечественной системы национального хозяйства и ее потенциального экономического роста.

¹ Министерство транспорта Российской Федерации. URL: <http://www.mintrans.ru> (дата обращения: 29.09.2017).

² Динукова О.А., Жирнова А.О. Использование логистического подхода к организации грузовых перевозок // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2015. № 11 (133). С. 97-100.

³ Гаджинский А.М. Логистика : учеб. для высш. учеб. заведений по направлению подготовки "Экономика". М. : Дашков и К°, 2013. 420 с.

⁴ Ларионов В.Г. Проблемы транспорта в России в свете современной промышленной логистики // Российское предпринимательство. 2013. Т. 14. № 24. С. 145-152.

⁵ Шуравина Е.Н. Проблемы современной транспортной системы России // Вестник СамГУ. 2011. № 9 (90).

⁶ Транспортная стратегия Российской Федерации на период до 2030 г. URL: http://www.mint-rans.ru/documents/detail.php?ELEMENT_ID=19188 (дата обращения: 01.10.2017).

⁷ Обзор российского транспортного сектора в 2016 году. URL: <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/ru/pdf/2017/04/ru-ru-transport-survey.pdf> (дата обращения: 02.10.2017).

ANALYSIS OF DISADVANTAGES OF TRANSPORT LOGISTICS IN RUSSIA

© 2017 Belemaeva Anastasia Vyacheslavovna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: mizeryroad@gmail.com

Keywords: transport, logistics, resource management, development problems.

The article attempts to analyze the actual problems of the development of transport logistics in Russia, list the significant shortcomings of the system based on statistical information and theoretical costs of lost profits, emphasize the need to improve this logistics sector in the country.

СИСТЕМА МОТИВАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ГРАЖДАНСКИХ СЛУЖАЩИХ В СУБЪЕКТАХ РФ

© 2017 Бобов Иван Александрович

магистрант

© 2017 Мясникова Вера Михайловна

кандидат экономических наук, доцент

© 2017 Паулов Павел Александрович

кандидат юридических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: paulovpavel@ya.ru

Ключевые слова: государственные служащие, мотивация, стимулы.

Рассматриваются общие положения о мотивации государственных служащих в субъектах РФ, ее проблемы, а также возможные пути их решения.

Государственная служба имеет сложную специфику, сфера трудовой деятельности государственных служащих, прежде всего, состоит из реализации национальных интересов государства, что предполагает высокий уровень ответственности за принятие, реализацию и результаты решений. Деятельность государственных служащих имеет четкий нормативный регламент, в сочетании с жесткой трудовой дисциплиной, а также требует высокого интеллектуального уровня и творческого потенциала для решения различных задач.

Создание эффективного института государственной службы невозможно без высокой мотивационной составляющей государственных служащих. Механизмами мотивации государственных гражданских служащих субъектов РФ, выступают именно альтруистические и экономические стимулы. Низкая мотивационная культура госслужащих не способствует развитию и совершенствованию профессиональной деятельности. Современная мотивационная система на государственной гражданской службе субъекта РФ содержит два блока стимулов:

1) материальное стимулирование:

- денежный оклад;
- надбавки;
- премии;
- социальные гарантии;
- пенсионное обеспечение;

2) нематериальное стимулирование:

- дополнительное образование, повышение квалификации, стажировки;
- должностной рост на конкурсной основе - замещение новых должностей государственной гражданской службы;
- включение в кадровый резерв;

- поощрения и награждения¹.

Изучение публикаций в области мотивации государственных гражданских служащих, позволяет сформировать следующие основные проблемы:

- во-первых, величина материального обеспечения гражданских служащих органов исполнительной власти на федеральном уровне значительно выше, чем у государственных служащих на региональном уровне;
- во-вторых, требуется дальнейшее совершенствование механизмов установления ряда выплат, в основе премий за важность и сложность работы;
- в-третьих, зависимость величины оплаты труда от результатов работы государственных служащих пока еще не полная, а стимулирующая функция ряда выплат (надбавки к должностному окладу за выслугу лет или надбавки за работу со сведениями, составляющими государственную тайну) реализуется не в полной мере.

При этом активным мотивационным фактором может выступить: профессионально-карьерный рост, условия для личностного развития, реализация творческого потенциала, а также наличие системы повышения квалификации, полная прозрачность и открытость о планах и задачах работы, для ощущения госслужащими своей причастности к процессу. Мерами положительного мотивационного воздействия следует считать: регулярное выражение благодарностей, организацию корпоративных мероприятий для сплоченности служащих, публичное признание достижений.

Федеральным законом "О государственной гражданской службе Российской Федерации" закреплены возможности должностного повышения для гражданского служащего посредством конкурсной основы, а также право на включение в кадровый резерв на конкурсной основе или по итогам аттестации².

Также для развития государственной службы была разработана и принята Федеральная программа "Развитие государственной службы Российской Федерации (2015 - 2018 годы)", предполагающая внедрение механизмов оплаты труда гражданских служащих направленных на достижение эффективности профессиональной служебной деятельности, планирование карьерного роста, за счет результатов мотивационных оценок гражданских служащих, предоставление социальных гарантий опирающихся на полноценный и стимулирующий характер³.

Реализация предложений по совершенствованию системы оплаты труда гражданских служащих должна предусматривать изменение состава и структуры денежного содержания для достижения оптимальной взаимосвязи размера оплаты труда, объема и качества выполняемой работы. Следует видоизменять политику денежного содержания госслужащих в сторону более гибкого соотношения постоянной и переменной частей заработной платы. В постоянной части необходимо регулярное индексирование, в переменной, более полное отражение непрерывного развития госслужащего, его индивидуальных заслуг и вклада в общую результативность государственного органа.

¹ Щукина Т.В., Брусенцева В.А. Система мотивации государственных гражданских служащих субъекта Российской Федерации: практика регионов и перспективы модернизации // Вопросы экономики и права. 2015. № 83. С. 16-22.

² Федеральный закон "О государственной гражданской службе Российской Федерации" от 27.07.2004 N 79-ФЗ.

³ Федеральная программа "Развитие государственной службы Российской Федерации (2015 - 2018 годы)".

THE MOTIVATION SYSTEM OF CIVIL SERVANTS IN CONSTITUENT ENTITIES OF THE RUSSIAN FEDERATION

© 2017 Bobov Ivan Alexandrovich

Undergraduate

© 2017 Myasnikova Vera Mihailovna

Candidate of Economics, Associate Professor

© 2017 Paulov Pavel Alexandrovich

Candidate of Jurisprudence, Associate Professor

Samara State University of Economics

E-mail: paulovpavel@ya.ru

Keywords: public servants, motivation, incentives.

This article discusses the General provisions on the motivation of civil servants in constituent entities of the Russian Federation, its problems and possible solutions.

УДК 338

ЛОГИСТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ В ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛЕ

© 2017 Бойко Марина Александровна*

студент

© 2017 Минакова Татьяна Владимировна

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: bma-97@mail.ru

Ключевые слова: логистика, бизнес-модель сбыта, электронная торговля, интернет-магазин.

Рассматриваются особенности логистики распределения в электронной торговле, виды бизнес-моделей сбыта при осуществлении онлайн-покупок, а также проблемы, которые на сегодняшний день распространены в интернет-магазинах, в частности обозначены проблемы логистики в интернет-магазине OZON.

* Научный руководитель - Тойменцева Ирина Анатольевна, доктор экономических наук, профессор.

В наше время, век инновационных технологий, довольно часто приходится сталкиваться с понятием электронной торговли. Благодаря широкой распространённости с помощью сети Интернет, не выходя из дома, мы можем осуществлять разного рода сделки, производить оплату и тд. Интернет даёт возможность потребителям полностью ознакомиться с интересующей продукцией, рассмотреть её характеристики и отзывы от потребителей. Все инновации в сфере электронной торговли в значительной степени упрощают жизнь.

В отличие от традиционного способа торговли, электронные магазины осуществляют продажу не только товаров, но и услуг по его доставке. Доставка продукции это несомненное преимущество при совершении виртуальных покупок. Данный процесс выступает как самостоятельный товар, имеет свою цену и влияет на сам факт совершения покупки. Концепция электронной торговли заключается в продаже реальных продуктов за реальные деньги в режиме онлайн. Но, как и в традиционной торговле, основным бизнес процессом такого вида магазинов является приём и выполнение заказов покупателей, отвечающая их требованиям доставка товаров и услуг.

Так как электронная торговля достаточно стремительно развивается, она постоянно совершенствуется, создавая наиболее удобные и благоприятные условия для ведения бизнеса. Как следствие, она обладает рядом особенностей. Интернет-бизнес должен включать следующие аспекты: установление связей с целевой аудиторией (потенциальными покупателями) по средствам привлечения их внимания (реклама), продажа продуктов и услуг, осуществление полного контроля за процессом оплаты, доставки и после-продажного обслуживания.

Сегодня существуют более 10 видов бизнес-моделей, но на практике больше всего применяют модели В2С (компания-потребитель), С2В (потребитель-компания) и С2С (потребитель-потребитель)¹. Первой применяемой моделью оказалась В2С, где продавцом товаров и услуг является коммерческое предприятие, а потребителем является частное лицо. В отличие от первой модели, в категории В2В коммерческие предприятия выступают и продавцами и заказчиками. Наибольший акцент делается на организацию работы между компаниями в процессе производства товаров и услуг. Благодаря этой модели компании познают больший спектр возможностей, таких как размещение коммерческих предложений, заключение крупных сделок и контрактов, расширение связей и выход бизнеса на международный уровень. Преимущественно больший процент всех сделок происходит именно данным способом. В секторе С2В роль продавца отводится частному лицу, а потребителем является компания. Данная модель позволяет потребителям устанавливать стоимостные границы товаров, предлагаемых компаниям, таким образом, самостоятельно формировать спрос на предлагаемые товары и услуги. Важно сказать, данную модель, в отличие от всех существующих, применяют намного реже. Модель С2С подразумевает, что покупателями и продавцами являются частные лица. В данном случае, интернет-ресурс (сайты) является лишь посредником между потребителями².

Так как в России электронная коммерция является относительно молодой отраслью, она сегодня находится на стадии бурного развития. Данная сфера привлекает все большее внимание как физических, так и юридических лиц. Но для того чтобы электрон-

ная торговля в дальнейшем так же активно развивалась, необходимо решить ряд проблем, которые этому могут препятствовать. В первую очередь необходима поддержка со стороны государства. Большое внимание надо уделить развитию инфраструктуры электронной торговли, конфиденциальности и безопасности личных данных пользователей. Все задачи необходимые к выполнению требуют решения и участия в этом непременно государства.

На сегодняшний день электронная торговля имеет очень большой процент популярности. Так, в сравнении с 2014 годом онлайн-продажи увеличились в 2 раза, а доля интернет-магазинов выросла на 69%, что является существенным показателем роста уровня электронной торговли за последние 3 года.

Однако, несмотря на такие значительные показатели развития, онлайн-рынок в России развивается более медленными темпами, чем в ряде передовых стран. Связано это с плохой логистикой и неустойчивой системой оплаты. Именно эти две причины и будут рассмотрены в практической части статьи.

По данным анализа популярности компаний на онлайн-рынке России было выявлено, что лидирующие позиции за последний год занимают такие электронные площадки, как OZON, Darberry, YandexMarketиKupiVIP. В России около 30 миллионов человек совершают покупки через интернет.

Большой процент пользователей, совершающих интернет-покупки, составляет молодое поколение в возрасте от 12 лет и старше. Они приобретают такие вещи, как книги, одежда, косметика и многое другое. Более старшее поколение в возрасте от 55 лет предпочитает не использовать сеть Интернет для совершения покупок по причине недоверия к такой системе приобретения товаров.

Чтобы показать развитие электронной торговли в России, обратимся к такому известному интернет-магазину, как OZON и проанализируем его логистические особенности, а также их достоинства и недостатки для рядового покупателя.

Сайт OZONбыл открыт еще в 1998 году, но набрал большую популярность и выбилсь в лидеры только ближе к 2003 году. В этот год магазин впервые вышел на самоокупаемость и ассортимент его продукции вырос в 3 раза по сравнению с прошлым годом³.

Основной проблемой OZON является то, что возможности бесплатного самовывоза товаров значительно ограничены. Однако за счет увеличения пунктов выдачи заказов и повышением эффективности курьерской доставки значение этого факта сглаживается для потребителя.

Ежегодно интернет-магазин OZON работает над тем, чтобы его потребителям было удобно принимать и осуществлять заказы на сайте. Для этого магазин расширил географию доставки заказов и услуги доставки заказов. Конечно, это является существенными преимуществами для потребителя, совершающего заказы в интернет-магазине. Однако у системы OZON все еще остаются некоторые недостатки, которые мешают работе всей системы. Связано это с проблемами в устройстве сайта компании и дорогой доставкой.

По отзывам пользователей было выявлено, что при желании совершить заказ система не может оформить заказ, так как "невозможно рассчитать дату доставки". Также значительные проблемы и "ошибки" возникали и в мобильном приложении магазина, которое постоянно модерировалось и исправлялось. Однако даже при своевременном решении проблем, они возникали вновь.

Служба поддержки OZON также работает неполноценно. На вопрос отвечают некорректно, проблемы решают не всегда своевременно и иногда недостаточно качественно.

Существенным минусом интернет-магазина также служит то, что доставка товаров из магазина имеет непомерно высокую цену, по причине чего некоторые пользователи отказываются от совершения покупки на сайте. Так, для примера, курьерская и почтовая доставка в Самару варьируется в пределах 250 рублей, а бесплатная доставка предусмотрена только при заказе от суммы в 3500 рублей⁴. Совершенно очевидно, что такие цены на доставку не удовлетворяют потенциальных покупателей, и некоторые из них вынуждены отказаться от покупки.

Однако большое число потребителей до сих пор пользуется услугами OZON и не планируют в ближайшее время прекращать с ним покупательские отношения. Так, на сегодняшний день зарегистрировано более 3,2 миллионов пользователей, совершающих покупки на OZON. Поэтому, можно сделать вывод, что для потребителей важен общий рейтинг магазина и его текущая популярность на рынке товаров и услуг.

Таким образом, хоть уровень электронной торговли и набирает все большую популярность с каждым годом, но даже на передовых лидирующих интернет-магазинах не исключены проблемы и системные ошибки в логистике компании. Поэтому с каждым годом онлайн-магазинам необходимо совершенствовать свою логистику, выходить на новый уровень электронной торговли и таким образом завоевывать все большее признание и любовь потребителей.

¹ Перспективы развития интернет-торговли в России. URL: <https://fundamental-research.ru/pdf/2014/12-9/36472.pdf>.

² Там же.

³ Информацию об интернет-магазине "OZON" см.: <http://www.ozon.ru/context/help/article/122>

⁴ Там же.

LOGISTICS ASPECTS OF ELECTRONIC COMMERCE

© 2017 Boyko Marina Aleksandrovna

Student

© 2017 Minakova Tat'yana Vladimirovna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: bma-97@mail.ru

Keywords: logistics, business marketing model, E-Commerce, online-store.

The article deals with features of distribution logistics in E-commerce, types of business marketing models in online-shopping and current problems that are prevalent in the online shops. Also was considered the practical aspects such as logistical problems in the Internet-shop OZON.

ВЛИЯНИЕ МАРОЧНОЙ ПОЛИТИКИ НА ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ

© 2017 Бочоришвили Виктория Георгиевна
магистрант

© 2017 Юдакова Ольга Васильевна
кандидат экономических наук, доцент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: miss.veeka94@yandex.ru

Ключевые слова: торговая марка, маркетинговая стратегия, сила торговой марки, подсказанная известность, спонтанная известность, лояльность потребителей, доля рынка.

Представлено исследование основных показателей оценки торговой марки игроков рынка кондитерского производства г. Самары. Анализ основных показателей силы торговой марки позволяет сделать выводы о выборе и принятии потребителем решения о покупке.

В процессе реализации маркетинговой стратегии компании важным является решение таких задач, как разработка самого товара, увеличение доли рынка и выход на новые рынки сбыта¹. Одним из самых эффективных средств дифференциации продукции предприятий является использование марочной политики. Так, на сегодняшний день рынок кондитерских изделий насчитывает порядка 10000 торговых марок, и их число с каждым годом медленными темпами растет. Среди такого множества марок выделить и сделать запоминающейся торговую марку конкретного производителя становится сложной, но необходимой задачей, решение которой обеспечит со стороны потребителей лояльность к товару, выбор именно данного товара среди прочих альтернатив и стабильность совершения покупки, что обеспечивает компании постоянный уровень прибыли.

На самарском рынке кондитерских изделий представлено порядка 40 компаний, основными товарами которых являются как мучные, так и сахаристые изделия. Основными игроками рынка являются такие компании, как "Палыч", "Лиронас", "БКК", "Мирэль", "Сладкодаров", "Жигулевская Нива", "СладКО". Кроме того, на рынке представлено множество малоизвестных производителей. Наличие мощной, запоминающейся торговой марки является одним из главных критериев выбора потребителей в момент совершения покупки. Выделяют несколько основных показателей узнаваемости марки:

1. Первая названная марка (Top-of-mind) - показатель, определяющий долю потребителей, назвавших данную марку первой, без подсказки:

$$\text{Top-of-mind} = P1/100\%$$
, где

P1 - количество потребителей, которые назвали определенную торговую марку первой.

2. Спонтанная известность - это критерий, который позволяет определить долю потребителей, которые назвали марку без подсказки среди нескольких других марок конкурентов этой же товарной группы.

$$S_i = P_2 / 100\%, \text{ где}$$

S_i - спонтанная известность, %

P_2 - количество потребителей, выделивших данную марки среди марок конкурентов

3. Подсказанная известность - это показатель, который позволяет выявлять долю потребителей, узнавших марку уже после подсказки.

$$P_i = P_3/100\%, \text{ где}$$

P_i - подсказанная известность, %

P_3 - количество потребителей, узнавших марку после подсказки

Чтобы определить силу торговой марки на практике используют следующий показатель - сила торговой марки (BF):

$$BF = A/100 * B/100 + C, \text{ где}$$

A - доля знающих марку

B - доля выделивших самую сильную эмоцию марки

C - количество свойств марки (бренда), превосходящих ожидания потребителей?

Для выявления уровня узнаваемости той или иной торговой марки был проведен опрос. Респондентами оказались представители целевой аудитории разной половозрастной категории. Продолжительность опроса составила 30 дней, всего было опрошено 120 человек в возрасте от 15 до 70 лет. Опрос проводился рядом с местами продаж изделий как в городе Самара, так и в городе Сызрань. По результатам опроса можно сделать следующие выводы.

Таблица 1

Предпочтения потребителей в кондитерских изделиях

Вопрос	Варианты ответа				
Употребляете ли Вы кондитерские изделия?	да		нет		
	90%		10%		
Каким кондитерским изделиям отдаете предпочтение?	мучные		сахаристые		
	56,3%		43,7%		
Где приобретаете кондитерские изделия?	В сетевых супер- и гипермаркетах	В магазинах формата "у дома"	На оптовых базах	В специализированных заведениях	На заказ
	48%	12%	19%	16%	5%

Большинство потребителей приобретают кондитерские изделия в супермаркетах и гипермаркетах. При покупке кондитерских изделий самым главным критерием выбора является его качество изделий. Потребители чаще выбирают продукцию более известных торговых марок, таких как "У Палыча" (31% респондентов), "БКК" (19% опрошенных), и меньшей популярностью у респондентов пользуются изделия торговых марок "Жигулевская Нива"(4% голосов) и "Вкусняшкино"(1% голосов). На выбор потребителя влияют множество факторов, и низкая популярность торговой марки "Вкусняшкино", скорее все-

го, связана с низкой осведомленностью покупателя о данной марке. Данное предположение подтверждает анализ ответов на последний вопрос экспресс-опроса. Среди респондентов всего 4% знают торговую марку "Вкусняшкино".

Таблица 2

Узнаваемость торговых марок среди респондентов, чел.

	"У Палыча"	"БКК"	"Сладкодаров"	"Вкусняшкино"
Первая названная марка	56	31	22	3
Узнали без подсказки	52	34	23	5
Узнали с подсказкой	44	32	25	11
Не узнали	9	12	33	58
Выделили сильную эмоцию марки	56	38	14	4

Анализ данных опроса показывает, что узнаваемость ООО "Вкусняшкино" находится на низком уровне. Самое большое количество респондентов не узнали компанию ООО "Вкусняшкино".

Чтобы оценить степень узнаваемости компании ООО "Вкусняшкино" по сравнению с конкурентами, рассчитаем следующие показатели:

1. Сила торговой марки:

$$BF = 11/112 * 4/11,2 + 0 = 0,04$$

2. Величину параметра Top of mind находим по формуле:

$$Top\ of\ mind = 3/112 = 0,027\%$$

3. Спонтанная известность:

$$Si = 5/112 = 0,044\%$$

4. Подсказанную известность данной марки можно узнать следующим образом:

$$Pi = 11/112 = 0,098\%$$

Аналогичным способом рассчитаем показатели узнаваемости торговой марки для конкурентов компании ООО "Вкусняшкино" - "У Палыча", "БКК", "Сладкодаров". Результаты расчетов представлены ниже.

Таблица 3

Сравнительная характеристика показателей узнаваемости торговой марки основных представителей рынка кондитерских изделий, %

Показатель	У Палыча	БКК	Сладкодаров	Вкусняшкино
Сила торговой марки, ед	2,5	0,95	0,35	0,04
Top of mind, %	0,5	0,28	0,19	0,03
Спонтанная известность, %	0,26	0,30	0,21	0,04
Подсказанная известность, %	0,46	0,29	0,22	0,09

Таким образом, ни один показатель оценки степени узнаваемости у компании ООО "Вкусняшкино" не находится в пределах нормы. Потребители практически не знают компанию, а значит, будут охотнее выбирать кондитерские изделия уже знакомых торговых марок. Кондитерские изделия конечным потребителям продаются на вес, и запомнить название, логотип торговой марки очень трудно.

Для решения выявленной проблемы необходимо провести совершенствование марочной политики в разрезе разработки такого инструмента торговой марки, как логотип, который будет включать в себя разработку нового, отличного от прежнего названия компании, создание визуального символа, который будет одинаков для восприятия любым представителем целевой аудитории. Особое внимание стоит уделить плану продвижения - выбрать оптимальную стратегию куда мы можем наносить логотип для повышения узнаваемости марки. Как правило, на практике, зачастую компании поддерживают эффективные коммуникации, как с партнерами, так и с клиентами, поэтому логотип должен выполнять напоминающую функцию, как для первых, так и для вторых.

Совершенствование марочной политики и разработка ее инструментов являются неотъемлемой частью компании, которая настроена на завоевание устойчивых рыночных позиций и повышение конкурентных преимуществ в сознание потребителей. Создание сильной марки вызывает у покупателей определенные эмоции, и важно, чтобы эти эмоции носили положительный характер. В таком случае компания сможет достичь поставленных перед собой целей³.

¹ Абрамов О.В. Основные принципы эффективной организации провечка стратегического управления корпорацией // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2012. С. 7.

² Карпова С.В. Маркетинг: теория и практика : учеб. пособие. М. : Юрайт, 2012. 408 с.

³ См. также: Коротков А.В., Синяев И.М.. Управление маркетингом : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности "Маркетинг". 2-е изд., перераб. и доп. М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. С. 463;

Линдстром Мартин "Вынос мозга". М. : Альпина Бизнес, 2012. С. 178;

Муромкина И.И. Особенности использования концепции брэндинга на российском потребительском рынке // Маркетинг. 2010. № 1 (50). С. 69.

THE INFLUENCE OF THE FINE POLICY ON THE BEHAVIOR OF THE CONSUMER MARKET OF CONFECTIONERY PRODUCTS

© 2017 Bochorishvili Viktoriia Georgievna
Undergraduate

© 2017 Yudakova Olga Vasilevna
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Samara State University of Economics
E-mail: miss.veeka94@yandex.ru

Keywords: brand, marketing strategy, the strength of the brand, suggested by the prominence of spontaneous fame, customer loyalty, market share.

The article presents a study of key indicators to measure brand players in the market of confectionery production in the city of Samara. Analysis of the main indicators of the strength of the brand allows to draw conclusions about the selection and acceptance of the purchasing decision.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НЕФИНАНСОВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ В РАМКАХ ВНЕДРЕНИЯ БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА В ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПАО СБЕРБАНК

© 2017 Боярова Мария Александровна

студент

© 2017 Татаровская Татьяна Евгеньевна

кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: boyarova.masha@mail.ru, tatarovskaya.tatyana@gmail.com

Ключевые слова: бережливое производство, Сбербанк, лин-лаборатория, нефинансовые показатели, устранение потерь на производстве.

Применение концепции бережливого производства в ПАО Сбербанк позволило улучшить ряд нефинансовых показателей: скорость обслуживания клиентов, качество работы сотрудников, создание удобной информационной базы для быстрого поиска информации, что характеризует данную технологию как универсальный способ повышения эффективности работы в банковской сфере.

Каждая компания, несмотря на специфику своей деятельности, работает над повышением показателей производительности труда, совершенствованием качества работы, сокращением времени обслуживания, применяя при этом различные технологии. Одной из таких технологий является концепция "бережливого производства".

Бережливое производство (от англ. leanproduction, leanmanufacturing - "стройное производство") - концепция управления производственным предприятием, основанная на постоянном стремлении к устранению всех видов потерь¹. Бережливое производство предполагает вовлечение в процесс оптимизации бизнеса каждого сотрудника и максимальную ориентацию на потребителя.

В соответствии с данной концепцией вся деятельность предприятия делится на операции и процессы, добавляющие и не добавляющие ценность для потребителя. Следовательно, все, что не добавляет ценности для потребителя, рассматривается как потери, и принимаются меры по их устранению.

К таким потерям можно отнести: ожидание (потери времени), лишние этапы обработки, ненужные операции, лишние движения сотрудников в процессе работы, длительный поиск информации².

ПАО Сбербанк внедряет бережливое производство, начиная с 2009 года. Несмотря на то, что концепция бережливого производства больше направлена на производство продукции, нежели на банковское дело, руководство Сбербанка постепенно перенимали опыт у компаний, которые уже взяли на вооружение эти технологии³.

Внедрение бережливого производства помогло привести в порядок филиальную часть и освоить новые модели обслуживания. Большинство тех, кто является клиентами

Сбербанка, подтвердили результативность программы, в частности, повышение качества обслуживания и минимизацию процесса ожидания клиентом. Благодаря нововведениям, банковское обслуживание проводится в максимально короткие сроки и в комфортной обстановке⁴.

Кроме того, применение бережливого производства повышает эффективность аналитической работы в Сбербанке, поскольку применение нефинансовых показателей позволяет провести всестороннюю оценку деятельности организации⁵.

В Сбербанке существует служба поддержки клиентов под названием Контактный Центр. Его функция - информирование о доступных продуктах, обеспечение помощи и предоставление консультаций по различным вопросам. За рабочую смену сотрудник принимает около 150 звонков, длительность которых по стандартам обслуживания составляет 230 секунд. Для того, чтобы решить вопрос клиента в максимально быстрое время и уложиться в показатели, требуется разработать такое программное обеспечение, что позволит быстро найти интересующую клиента информацию. Этим занимается лин-лаборатория, которая направлена на сокращение потерь времени при консультировании клиента (быстрый поиск информации). Определенная группа специалистов тестирует новые интерактивные схемы, применяя их уже непосредственно в работе с клиентами. Созданы они на предпочтениях самих же сотрудников и направлены для улучшения качества работы и быстрого поиска информации. После тестирования лин-группой такой схемы, она направляется на доработку, где учитываются все замечания и неудобства, затем вносятся исправления и схема будет в доступе для всех сотрудников и готова к использованию. Таким образом, бережливое производство оказывает благотворное влияние на клиента, так как сокращает время обслуживания, и на сотрудника, поскольку от количества принятых звонков зависит размер премии.

Для улучшения работы сотрудников в контактном центре Сбербанк проводятся следующие мероприятия:

- устанавливаются доски визуализации, где отражена работа каждого специалиста. Данное новшество позволяет провести анализ следующих нефинансовых показателей: показатели качества, скорости, продаж, количество времени после принятия вызова, наличие жалоб и благодарностей. Заполняется доска за текущий месяц с указанием среднего показателя прошлого периода. Таким образом, происходит мотивация сотрудников, "все стараются соответствовать коллегам", а руководство, зная отклонения каждого работника, находит пути решения.

- при выявлении отклонений от нормы или ухудшения качества и скорости работы у группы привлекается наставник, который выявляет причину таких отклонений. Проводится работа непосредственно с каждым сотрудником.

- разработка процедур и установление регламента работы. Этим занимаются сотрудники сектора операционной поддержки. Все планируемые изменения в работе Банка, появление новых продуктов и услуг публикуются для изучения специалистами заранее, что позволяет проконсультировать клиента при обращении максимально точно.

- соблюдение порядка на рабочих местах и отсутствие отвлекающих предметов является важным фактором в работе, поскольку сотрудник будет сосредоточен на решении вопроса клиента.

- отсутствие лишних перемещений работников. Если возник сложный вопрос и сотруднику нужна помощь в его решении, то не потребуется идти и узнавать информацию, на своем рабочем месте можно будет связаться с уполномоченным специалистом для консультации. Эта процедура в разы сокращает время обслуживания клиента и позволяет сотруднику узнавать важные сведения по продуктам банка.

Применение концепции бережливого производства на уровне контактного центра, позволило Сбербанку увеличить прибыль, удовлетворить потребности клиентов, усовершенствовать работу сотрудников и повысить их профессиональные навыки.

¹ Закиров Э.А. Развитие методики учета затрат и формата отчетности о прибылях и убытках в рамках бережливого производства // Экономический анализ: теория и практика. 2013. № 2. С. 56.

² Просвирина Н.В., Тихонов А.И. Роль человеческого фактора при внедрении принципов бережливого производства на предприятиях высокотехнологического производства // Идеи К.Э. Циолковского в инновациях науки и техники : материалы 51-х Научных чтений памяти К.Э. Циолковского. 2016. С. 448-450.

³ Жабин А.П., Митрофанов А.Г. Адаптация персонала как элемент стратегии развития человеческих ресурсов в организации (на примере Поволжского банка Сбербанка России) // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 5. С. 39-43.

⁴ Кузнецова О.В., Сураева М.О. Кадровый потенциал реализации концепции бережливого производства в российских организациях // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2012. № 7 (93). С. 34-38.

⁵ Татаровская Т.Е. Стратегический подход в учете и анализе деятельности экономических субъектов // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2017. № 5 (151). С. 47-51.

NON-FINANCIAL INDICATORS IN THE LEAN PRODUCTION SYSTEM IMPLEMENTATION AT PJSC SBERBANK

© 2017 Boyarova Marya Aleksandrovna
Student

© 2017 Tatarovskaya Tatyana Evgenyevna
PhD in Economics, associate professor
Samara State University of Economics

E-mail: boyarova.masha@mail.ru, tatarovskaya.tatyana@gmail.com

Keywords: lean manufacturing, Sberbank, Lean-laboratory, non-financial indicators, production losses elimination.

The application of the lean production concept in PJSC "Sberbank" has improved several non-financial indicators: the customer service speed, quality of staff, the convenient information base creation for fast search of information that characterizes the technology as a universal way of increasing efficiency in the banking sector.

ПРОБЛЕМНЫЕ ВОПРОСЫ УЧЕТА И НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ В 2017 ГОДУ

© 2017 Бреднева Вера Васильевна

доцент

© 2017 Игошина Наталья Аклимовна

кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: bvv041954@yandex.ru, bume63@mail.ru

Ключевые слова: особые режимы налогообложения, налоговый контроль, ЕНВД, УСН, ЕСХН, критерии для применения особых режимов, комментарии по изменениям нормативного законодательства.

Рассмотрены проблемы налогообложения и учета при особых режимах, виды особых режимов, комментарии по изменениям нормативного законодательства.

Государственная Дума регулярно принимает законы, которые вносят поправки в первую и вторую части Налогового кодекса РФ, и вызывают у налогоплательщиков спорные вопросы, по которым дают разъяснения Министерство финансов и Федеральная налоговая служба РФ. Иногда эти ответы противоположны. Это вызывает проблемы не только в налогообложении, но и в правильности применения бухгалтерского учета. Особенно много вопросов возникает у налогоплательщиков малого и среднего бизнеса, которые находятся на особом режиме налогообложения: УСН и ЕНВД. Авторы этой статьи останавливаются на рассмотрении только некоторых проблем при использовании особых режимов налогообложения.

Проблемой для налогоплательщиков ЕНВД являются порядок и сроки его применения. С введением данного режима налогообложения переход на ЕНВД был обязательен, и налог был региональный. В настоящее время переход на ЕНВД добровольный и является муниципальным. С введением ЕНВД сроки его применения не были установлены, с 2018 года его планировали отменить, в итоге срок был продлен до 1 января 2021 года¹.

Известно, что ЕНВД можно применять, только если данная система используется в муниципальном образовании или городском округе (ранее в соответствующем регионе). Для этого нужно обратиться к решениям местного представительского органа. Если в регионе прописана деятельность по перевозкам применительно к ЕНВД, то необходимо подать заявление и представлять декларации в налоговую инспекцию. В случае если ИП - по месту жительства, юридическому лицу - по месту нахождения компании². Соответственно, отчитываться и платить налог в настоящее время следует в ФНС по месту регистрации, а не по месту деятельности как было ранее.

Виды предпринимательской деятельности, организациям, применяющих ЕНВД постоянно дополняли. Так, в 2017 году платить ЕНВД будут по 14 видам бизнеса, например, по оказанию услуг по ремонту, техническому обслуживанию и мойке автотранспорт-

ных средств, по ветеринарным услугам, услугам рекламы и т.д. (п.2 ст. 346.26 НК РФ). В настоящее время наиболее востребованным видом деятельности являются грузовые автоперевозки, которые являются более выгодными, при выборе системы налогообложения. В основном используется патент и "вмененка", как наиболее простые в исчислении налога, ведении учета и отчетности.

Актуальным вопросом является применение ЕНВД относительно использования количества транспортных средств, при перевозках пассажиров и грузов. В соответствии с главой 26.3 НК РФ налогоплательщикам "необходимо обладать на праве собственности или ином праве (владения) транспортными средствами, предназначенные для оказания услуг по перевозке грузов и пассажиров", т.е. на балансе которых должны находиться транспортные средства, зарегистрированные в органах ГИБДД³. В Налоговом кодексе РФ дано определение "транспортные средства", к ним не относятся прицепы, полуприцепы и прицепы-роспуски. Количество автомобилей в компании (у ИП) не должно превышать 20. В данное ограничение входят не только собственные транспортные средства, но и арендованные для этих целей. При этом налогоплательщикам ЕНВД нельзя выступать арендодателем транспортного средства, данная техника не учитывается для исчисления налога. Налогоплательщикам важно учитывать те транспортные средства, которые предназначены исключительно для оказания платного сервиса по автоперевозкам. В случае превышения количества транспортных средств более 20 единиц, ЕНВД не применяется.

Оставляя предельное число транспортных средств, для исчисления ЕНВД, по остальным средствам вместо договора на оказание транспортных услуг можно заключить договор их аренды, с экипажем, и без него. По подобным сделкам налогоплательщику необходим переход на иные режимы налогообложения, поскольку такой вид предпринимательской деятельности не относится к сфере оказания автотранспортных услуг по перевозке пассажиров и грузов и, соответственно, не переводится на уплату ЕНВД. Это следует из разъяснений, приведенных в письмах Минфина России от 04.10.2011 N 03-11-06/3/106, от 27.06.2011 N 03-11-06/3/74, от 10.06.2011 N 03-11-06/3/66. Таким образом, наличие договора перевозки и транспортная накладная является обязательным условием его заключения.

Услуги по перевозке должны включаться в определенные подгруппы Общероссийского классификатора видов экономической деятельности (ОКВЭД 2), группы 49.4. "Деятельность автомобильного грузового транспорта и услуги по перевозкам", подгруппы: 49.41.; 49.42. Если же налогоплательщик решит применять другой код по ОКВЭД, то такие услуги не будут облагаться ЕНВД.

ЕНВД рассчитывают по итогам каждого квартала, расчет налога прост: $ЕНВД = (\Phi_1 + \Phi_2 + \Phi_3) * БД * К1 * К2 * \text{ставка налога (15\%)}$, где:

Φ_1, Φ_2, Φ_3 - значения физического показателя в первом, втором и третьем месяцах квартала соответственно (по перевозке пассажиров определяется как количество посадочных мест, для грузоперевозок - количество автотранспортных средств, используемых для перевозки);

БД - базовая доходность в месяц (для грузоперевозок составляет 6000 рублей, для пассажирских - 1500 рублей);

К1 - коэффициент дефлятор, показатель для всех одинаков, устанавливается на каждый год;

K2 - корректирующий коэффициент, опираемся на решения местного представительского органа.

Плательщики ЕНВД исчисленную сумму налога могут уменьшить на сумму страховых взносов. Юридические лица, не более чем на 50%. Индивидуальные предприниматели, у которых нет наемных работников, на сумму страховых взносов в виде фиксированных платежей (абз.3 п.2.1 ст. 346.32 НК РФ, ч.1 ст.14 Закона № 212-ФЗ). Ограничение в 50% на таких предпринимателей не действует. С 01.01.2017 закон №212-ФЗ отменен, введена глава 34 НК РФ⁴, изменяется подчиненность по взносам на социальные нужды, необходимо отчитываться и платить страховые взносы в налоговый орган.

Ограничения по ЕНВД остались прежними (п. 2.2 ст. 346.26 НК РФ), в 2017 году не смогут платить вмененный налог юридические лица со средней численностью сотрудников свыше 100 человек, ранее ограничения по численности не было.

Проблемой для налогоплательщиков особых режимов является регулярные изменения формы деклараций, сроки их представления. В них учтены те изменения, которые были внесены в налоговое законодательство в отношении порядка применения специальных режимов.

Проблемными вопросами для налогоплательщиков ЕНВД, является использование контрольно-кассовой техники при расчетах с населением. Так, с принятием гл.26.3. применения ККТ для налогоплательщиков было обязательным, в последствии, применение ККТ было отменено, и она использовалась только для внутреннего пользования.

С 2017 года приняты изменения по работе с ККТ, с использованием в работе интернет-кассы, с обязанностью продавца передавать данные о наличных оплатах по Интернету в ФНС РФ. Переход на новые условия работы с кассой осуществляется независимо от режима налогообложения с 1 февраля 2017 года. Для нижеперечисленных предпринимателей предусмотрена отсрочка. Отказ от новых ККТ в 2017 году возможен тем, плательщикам, кто применяют ЕНВД, патентную систему и др. в соответствии с требованиями Федерального закона №54-ФЗ "О применении контрольно-кассовой техники" "выписывают квитанции, товарные чеки; оказывают услуги населению с применением бланков строгой отчетности; занимаются мелкими бытовыми услугами - покраской и ремонтом обуви, изготовлением и ремонтом металлической галантереи и ключей, присмотром и уходом за детьми, престарелыми, инвалидами; продают газеты, мороженое, талоны и билеты на проезд, овощи и фрукты (вразвал во время сезона); находятся в труднодоступных местностях"⁵.

Предприниматели, для которых не предусмотрено освобождение, смогут работать по старым правилам на ККТ, зарегистрированных до 1 февраля, с модернизацией или заменой действующих касс к 1 июля 2017 года. Обязанность перехода на новые кассы индивидуальным предпринимателям на ЕНВД и патенте вменяется с 1 июля 2018 года. На новых кассах предпринимателям необходимо будет формировать чек в бумажном и в электронном виде с передачей данных ФНС через оператора фискальных данных, с которым нужно заключить договор на обработку данных. По просьбе клиентов продавец будет отправлять чеки по электронной почте или в виде СМС-сообщений, на мобильный телефон.

С 2017 года увеличился штраф за работу без ККТ, он будет зависеть от суммы чека (ст.14.5 КоАП).

Рассмотрим нововведения для плательщиков, применяющих УСН. Они предоставляют декларации за налоговый период, с уплатой авансовых платежей за отчетные периоды, без предоставления деклараций. Положительным фактором для налогоплательщиков, применяющих УСН, является снятие 30-процентного ограничения суммы убытка, уменьшающего налоговую базу по единому налогу и переноса их на будущие налоговые периоды в течение 10 лет. Убытки, понесенные в предыдущих периодах, списываются за счет базы текущего года.

Для налогоплательщиков, переходящих на УСН или применяющих данный спец.режим, Налоговый кодекс РФ устанавливает ряд ограничений. Так, одним из условий для организации, желающей перейти на УСН, является соблюдение предельного размера доходов по итогам девяти месяцев того года, в котором она подает заявление о переходе на указанный спец.режим. Также в НК РФ определен лимит доходов, при превышении которого налогоплательщики утрачивают право применять УСН. С 2017 в два раза увеличился лимит доходов по УСН, так максимальный предел по доходам составит 120 млн. руб. до 1 января 2020 года без применения коэффициента дефлятора.

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод: чем больше изменений вносятся в Налоговый кодекс РФ, тем больше вопросов, а соответственно и проблем в бухгалтерском учете и налогообложении возникает у налогоплательщиков, на которые нужно своевременно и главное без противоречий отвечать.

¹ Федеральный закон от 02.06.2016 N 178-ФЗ "О внесении изменений в статью 346.32 части второй Налогового кодекса Российской Федерации и статью 5 Федерального закона "О внесении изменений в часть первую и часть вторую Налогового кодекса Российской Федерации и статью 26 Федерального закона "О банках и банковской деятельности".

² Письмо Минфина России от 23.06.2011 N 03-11-11/158.

³ Пп. 5 п. 2 ст. 346.26 и аб. 10 ст. 346.27 ч. 2 Налогового кодекса РФ.

⁴ Глава 34 "Страховые взносы" Налогового кодекса РФ.

⁵ Федеральный закон от 22.05.2003 №54-ФЗ "О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт".

PROBLEMATIC QUESTIONS OF CALCULATION AND TAXATION IN 2017 THE YEAR

© 2017 **Bredneva Vera Vasilyevna**
Associate Professor

© 2017 **Igoshina Natalia Aklimovna**
Candidate of Economics, Associate Professor
Samara State University of Economics
E-mail: bvv041954@yandex.ru, bume63@mail.ru

Keywords: the special regimes of taxation, tax control, ENVD, USN, ESKHN, criterion for applying the special regimes, commentary with respect to changes in the normative legislation.

In the article are examined the problems of taxation and calculation with the special regimes, the forms of special regimes, commentaries with respect to changes in the normative legislation.

КОНКУРЕНЦИЯ НА РЫНКЕ СТРАХОВЫХ УСЛУГ

© 2017 Бугаевский Константин Анатольевич

кандидат медицинских наук, доцент

Классический приватный университет, г. Запорожье, Украина

© 2017 Алексин Антон Юрьевич

старший преподаватель

Самарский государственный экономический университет

© 2017 Водолацкая Виктория Сергеевна

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: vikavodolatskaya_357@mail.ru

Ключевые слова: страховка, рынок страховых услуг, требования к страховым услугам, конкуренция, конкурирующие компании.

Исследуется проблема конкуренции на рынке страховых услуг. Показано, что конкуренция является одним из важнейших условий формирования и развития этого рынка. Отмечены факторы, которые необходимо принимать во внимание при анализе конкурентной среды и деятельности основных компаний-конкурентов.

В настоящее время одной из важнейших сфер экономики является страхование и в то же самое время она является наименее изученной из всех других. Данная сфера возникла в России достаточно давно и до сих пор совершенствуется, несмотря на то, что наша страна находится на этапе своего развития. Её цель заключалась в удовлетворении разнообразных потребностей людей через систему страховой защиты от случайных опасностей.

Как и в другой экономической сфере, страховании реализуются определенные экономические отношения, которые складываются между людьми в процессе обмена и потребления, обращения, производства материальных благ. Именно страхование предоставляет субъектам общества гарантии в возмещении ущерба.

Можно сказать, что развитая система страхования является одной из главных характерных черт развитого цивилизованного общества. Финансовая защита интересов отдельных людей, организаций и предприятий от риска непредвиденных обстоятельств в какой-то степени помогает преодолеть беду и возместить понесенный материальный ущерб. Во многих развитых странах страхование присутствует практически во всех сферах жизни государства.

Стоит отметить, что на данный момент в нашей стране тесно связаны повышенный уровень предоставления услуг страхования с общей экономической ситуацией, а также с состоянием финансового рынка, системой налогообложения и правовым регулированием.

Значение страхового рынка в экономике страны заключается в:

- защите страхователя от случайных опасностей;
- развитие общественного производства, благодаря размещению ресурсов страховщиков в различные виды финансовых институтов (банки, фондовый рынок, ЖКХ и т.д.).

Обязательным условием существования рынка страховых услуг являются наличие общественной потребности в страховых услугах и наличие страховщиков, способных удовлетворить эту потребность.

Страховые услуги в достаточно большой степени зависят не только от стабильности в политической и экономической сферах, но и также от уровня благосостояния граждан страны.

Неотъемлемой составной частью любой страховой компании является конкуренция. Именно наличие конкурентов на рынке заставляет каждого страховщика быть более внимательным к запросам своих клиентов. Важно также отметить, что и степень подверженности рынка конкуренции является основным этапом в анализе конкуренции рынка страховых услуг.

При анализе конкуренции на таком рынке основным этапом является оценка степени подверженности самого рынка процессам конкуренции. Так как конкурентная среда формируется не только под влиянием борьбы внутриотраслевых конкурентов, то для анализа конкуренции на рынке учитываются следующие группы факторов¹:

1. соперничество среди продавцов - ситуация в отрасли;
2. влияние товаров-заменителей;
3. влияние потенциальных конкурентов;
4. влияние поставщиков;
5. влияние покупателей.

Рассмотрим каждый фактор отдельно.

1. Проанализируем влияние факторов, входящих в группу "ситуация в отрасли".

Принято выделять несколько основных факторов, которые обуславливают интенсивность подверженности рынка страховых услуг процессам конкуренции². Рассмотрим основные факторы подробно:

а) Численность и мощь страховых фирм на рынке. Уровень конкуренции на рынке страховых услуг в наибольшей степени определяется самой численностью страховых компаний, которую ведут конкуренцию между собой. Считается, что уровень интенсивности самой конкуренции является наибольшим, при присутствии значительного числа конкурентов приблизительно равной силой. И вовсе не обязательно, чтобы фирмы, конкурирующие между собой, были особо крупными. Но это правило не является универсальным и всегда верным с позиции фирмы, которая проводит исследования рынка. Так, для крупной фирмы, которая обладает мощными ресурсами и многочисленными преимуществами, конкуренцию представляют, как правило, только фирмы близкого размера с аналогичными возможностями. И, наоборот, для средней и для небольшой страховых фирм присутствие даже одного крупного конкурента может оказать значительным препятствием успешного делопроизводства. Когда на рынке присутствует значительное число конкурирующих фирм, которые имеют высокую степень диверсификации услуг, это свидетельствует о невозможности ухода от конкуренции, используя специализацию в каких-то страховых услугах. Таким образом, высокий уровень унификации страховых услуг в отрасли способствует понижению конкуренции на рынке.

б) Изменение платежеспособного спроса. Любое изменение такого спроса на рынке оказывает влияние на первый фактор: он либо усиливает, либо ослабляет его действие. Практика показывает, что увеличение объема смягчает конкуренцию на рынке, а уменьшение, наоборот способствует обострению.

в) Барьеры входа и выхода. Такой фактор, как барьер ухода с рынка работает на повышение конкуренции на рынке. Если, например, происходит переключение на другой отраслевой рынок или выход из данной сферы бизнеса сопряжены со значительными издержками, то следует ожидать большего упорства вытесняемых с рынка фирм в борьбе за свои позиции.

Барьеры проникновения на рынок очень тесно связан с предыдущим фактором. Но он действует в прямо противоположном направлении: повышение барьеров способствует снижению конкуренции и наоборот. Упомянутое выше нами явление обуславливается потребностью в значительных инвестициях, необходимостью приобретения специальных знаний и квалификации. Чем больше дифференциация по видам страхового продукта, тем барьеры проникновения на рынок выше. В таком случае, перед новыми конкурентами на рынке получают преимущества, действующие на рынке страховые фирмы в силу их опыта и престижа.

г) Стратегии конкурирующих страховых компаний. Данные стратегии, которые действуют на рынке, рассматриваются с целью выявить различия и общность стратегических установок конкурентов. Например, уровень конкуренции повышается, если большая часть страховых компаний придерживаются одной и той же стратегии. И наоборот, если же они придерживаются различных стратегий, то уровень конкуренции относительно понижается.

Это все, что касается основных факторов, обуславливающих интенсивность подверженность рынка страховых услуг процессам конкуренции. Продолжим рассматривать факторы, которые учитываются при анализе конкуренции на рынке страховых услуг.

2. Влияние товаров-заменителей.

Конкуренция со стороны заменителей зависит от того, легко или трудно потребителям переориентироваться на него, какова стоимость переориентации. Чем ниже цена заменителя, меньше стоимость переориентации на заменитель и выше качество товара, тем сильнее давление конкурентных сил со стороны заменителей.

3. Влияние потенциальных конкурентов.

Хотим напомнить, что серьезность этого фактора зависит от величины тех трудностей и издержек, которые приходится преодолевать новой фирме.

Существуют также и факторы, которые снижают давление со стороны новых конкурентов:

- потребность в первоначальном капитале, чтобы проникнуть в отрасль;
- эффективный масштаб производства, который временно не достижим для новичка;
- затрудненный доступ к каналам распределения.

4. Влияние поставщиков.

Влияние поставщиков проявляется следующим образом. Поставщики взаимодействуют с фирмами, оказывая на них непосредственное влияние, которое усиливается в следующих случаях:

а) продукция поставщиков сильно дифференцирована или уникальна, следовательно, покупателю сложно сменить поставщика;

б) фирмы отрасли не являются важными клиентами для поставщика;

в) затраты на переход к другому поставщику.

5. Влияние покупателей.

Как и в других сферах, в большей степени здесь оказывают влияние на силу конкуренции покупатели. Эта сила возрастает в следующих случаях:

- а) продукция стандартизирована и не дифференцирована;
- б) покупаемые товары не занимают важного места в приоритетах покупателя;
- в) покупатель имеет хорошую информацию обо всех возможных поставщиках.

Влияние покупателей ослабевает при расширении границ отраслевого рынка, дифференциации и специализации продукта, координации усилий производителей отрасли, отсутствии товаров-заменителей.

Каждая из рассмотренных сил конкуренции может оказывать самое различное влияние, как по направлению, так и по значимости воздействие на ситуацию в отрасли.

Что касается ситуации на рынке страховых услуг в настоящее время, то несколько сотен брендов ведут деятельность на страховом рынке нашей страны. Из числа самых крупных страховых компаний России можно выделить около 7 брендов, которые безоговорочно занимают лидирующие позиции. Это такие основные компании-конкуренты как³: "СОГАЗ"; "Росгосстрах"; "Ингосстрах"; "РЕСО-Гарантия"; "АльфаСтрахование"; "Сбербанк Страхование Жизни"; "ВТБ Страхование".

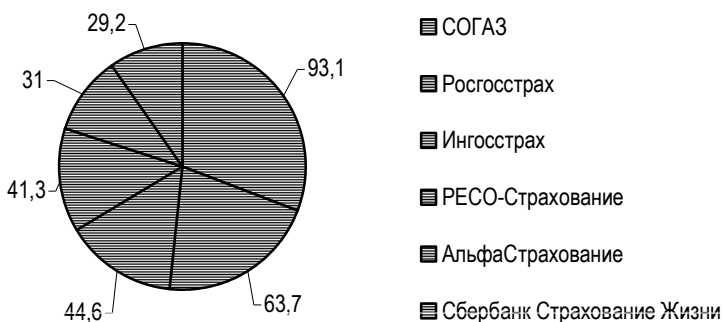


Рис. Собранные страховые премии в I полугодии 2016 года*

* РИА. Рейтинг "Россия сегодня". URL: <http://vid1.rian.ru/ig/ratings/Insurance-072016.pdf> (дата обращения: 12.12.2017).

В 2016 году рынок ОСАГО, по данным представленным Центральным Банком, снижал динамику своего развития и вырос на 12%, в то время как прирост страховых премий в 2015 году по отношению к предыдущему составлял более 46%.

Тем не менее, по данным РСА, в период "январь-ноябрь" 2016 года, по сравнению с таким же периодом в 2015 году число заключенных договоров ОСАГО осталось без особой динамики. При этом число заключенных договоров ОСАГО показало сокращение на 7% по сравнению с аналогичным периодом 2014 года. Тогда снижение было связано с изменениями в статистическом учете - на прицепы перестали выдавать отдельные полисы, что отразилось на данных отчетности. Также это падение было связано с сокращением продаж автомобилей.

В рейтинг вошли компании, имеющие показатель надежности по версии рейтингового агентства RAEX ("Эксперт РА") на уровне не ниже "А++".

Итак, подводя итоги, стоит отметить, что страховой рынок хоть и имеет большие возможности, но он все же находится на первоначальном этапе своего развития. Для

реализации таких возможностей, в первую очередь, на наш взгляд, нужна активная поддержка государства. А также стоит обратить внимание на то, что чем быстрее государство осознает такую важную роль страхования как стратегического сектора экономики, тем скорее в России будет осуществлен переход к рыночному росту.

Одним из важных условий формирования страхового рынка является конкуренция страховых организаций, иными словами - соперничество за страхователей, мобилизация денежных средств в страховых фондах, их выгодное инвестирование и достижение высоких финансовых результатов.

Конкуренция выступает мощным фактором концентрации производства, и её характер зависит от развитости и степени монополизации производства.

При отсутствии конкурентной среды происходит неэффективное использование рыночных механизмов в регулировании деятельности монополий и единственная сила, которая способна противостоять ей является государство. Поэтому, государственная политика, ставящая пределы и определяющая правила их поведения на рынке, должна быть нацелена на усиление регулирующей роли государства.

¹ Фомичев В.И. Международная торговля : учебник. 2-е изд., перераб. и доп. М. : Инфра-М, 2001. 446 с.

² Ахвледиани Ю.Т. Страхование : учебник. М. : Юнити-Дана, 2012. 543 с.

³ URL: <http://moneymakerfactory.ru/spravochnik/krupnyie-strahovyye-kompanii-rossii> (дата обращения: 12.12.2017).

COMPETITION ON THE MARKET OF INSURANCE SERVICES

© 2017 Bugaevskiy Konstantin Anatolievich

Candidate of Medicine, Associate Professor
Classical Private University, Zaporozhie, Ukraine

© 2017 Aleksin Anton Yurievich

Senior Teacher

Samara State University of Economics

© 2017 Vodolatskaya Viktoria Sergeevna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: vikavodolatskaya_357@mail.ru

Keywords: insurance, market of insurance services, requirements for insurance services, competition, competing companies.

The article is devoted to the problem of competition in the insurance services market. It is shown that competition is one of the main conditions by which the formation and development of insurance in the market takes place. And also attention is paid to the factors that are taken into account in the analysis of the competitive environment and the activity of the main companies-competitors occupying leading positions in the market of insurance services was analyzed.

УПРАВЛЕНИЕ КРЕДИТНЫМ РИСКОМ В РОЗНИЧНОМ КРЕДИТОВАНИИ

© 2017 Бузыцков Дмитрий Игоревич

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: Buzytskov@mail.ru

Ключевые слова: кредит, кредитование, кредитная организация, кредитный портфель, риск, управление риском.

Статья посвящена вопросам управления кредитным риском в розничном банковском кредитовании. Обосновывается необходимость управления кредитным риском и актуальность данного процесса для всех кредитных организаций в современном мире. На основании сведений ЦБ РФ проведен сравнительный анализ данных объема выданных кредитов и просроченной ссудной задолженности по выданным кредитам физическим лицам кредитными организациями РФ. Сделан вывод о том, что эффективное управление кредитным риском и качественное формирование кредитного портфеля на сегодняшний день - актуальный вопрос для всех участников банковского сообщества.

В современном мире все кредитные организации в своей повседневной деятельности сталкиваются с различными рисками исходя из специфики предоставляемых банковских продуктов и услуг. Банковская деятельность, как и любая другая предпринимательская деятельность, ориентирована на получение прибыли, которая без принятия риска не возможна. Поэтому, управляя рисками кредитной организации, следует не избегать его, а научиться грамотно, осмысленно им управлять. Риск в банковском бизнесе - это вполне эффективное явление и успех гарантирован в случае нахождения оптимального соотношения между риском и доходностью.

Банковские риски являются в большей степени социально ответственными процессами. В условиях, когда банки рискуют не только собственными, но, главным образом, заемными ресурсами, последствия становятся все более острыми. В случае неудач теряет не только банк, но и его клиенты - физические и юридические лица, доверившие ему свои денежные средства. Банковские кризисы оказываются при этом более болезненными, чем кризисы производства, поскольку влекут за собой многочисленные финансовые потери участников, связанных друг с другом цепочкой денежно-кредитных обязательств¹. Просроченная задолженность по розничным кредитам может стать началом системного кризиса, который радикально ухудшит банковские балансы, приведет к кризису доверия между банками, замораживанию счетов компаний, паническим настроениям среди частных и корпоративных клиентов банков². Именно поэтому проблеме управления кредитным риском уделяется огромное внимание. Изучением данной проблемы занимались и продолжают заниматься многие исследователи. Отсюда следует, что эффективное управление рисками кредитной организации, их

идентификация, детальный анализ причин возникновения, своевременное предупреждение, а также полный своевременный возврат кредитов, в том числе проблемных, безусловно, играет важнейшую роль для всех участников банковского бизнеса.

В различной экономической литературе дается множество определений понятию "риск", каждый автор, исследователь дает свою формулировку. Наиболее объективно, на наш взгляд, данное определение характеризуют авторы³ следующим образом: "риск" - это деятельность, рассчитанная на успех, при наличии неопределенности, требующая от экономического субъекта умения и знания, как преодолевать негативные события.

В банковском деле риск означает вероятность того, что произойдет событие, которое неблагоприятно скажется на прибыли или капитале банка, т.е. будет существовать возможность нарушения ликвидности и (или) финансовых потерь⁴.

На сегодняшний день одним из важнейших видов деятельности в розничном банковском бизнесе является кредитование. Во-первых, кредитные операции приносит наибольшую доходность банку, но при этом являются наиболее рискованными, поскольку даже при соответствующем обеспечении эффективность сделки по предоставлению кредита, в момент заключения кредитного договора, неизвестна. Во-вторых, кредитование решает проблемы удовлетворения гражданами своих потребительских нужд, улучшает условия жизни населения, обеспечивает жильем, тем самым решая жилищные проблемы, а также расширяется совокупный потребительский спрос, который способствует развитию производства и торговли.

Процессу кредитования сопутствует риск невозврата ссуды (кредитный риск), который является одним из важнейших для кредитных организаций.

Кредитный риск - основной фактор, дестабилизирующий финансовое состояние кредитных организаций. Он представляет потенциальные потери при полном или частичном невозврате основной суммы долга и процентов по нему в сроки, установленные условиями договора⁵. Следовательно, кредитный риск - это вероятность возникновения убытков вследствие неисполнения, несвоевременного исполнения или неполного исполнения финансовых обязательств перед кредитной организацией третьей стороной, которые могут негативно повлиять на деятельность всех участников бизнеспроцесса кредитования.

В настоящее время на розничном рынке наблюдается спрос на розничное кредитование. Ввиду нестабильной ситуации на рынке и неуверенности в завтрашнем дне, граждане не желают хранить свои сбережения на банковских счетах, поэтому вкладывают имеющиеся средства и приобретают необходимые им товары в кредит уже сегодня, в том числе и дорогостоящие предметы длительного пользования. Однако, не смотря на растущий спрос на розничное кредитование, ситуация на рынке остается напряженной ввиду обострения конкуренции между банками. Кредитные организации активно наращивают объемы кредитования, что наблюдалось и в докризисный период, изменились требования к заемщикам: сокращены сроки рассмотрения кредитных заявок, снижены требования к обеспечению и перечню запрашиваемых документов, необходимых для оформления ссудной сделки, некоторые виды кредитных продуктов выдаются без подтверждения доходов. Кроме того, под давлением Роспотребнадзора многие банки были

вынуждены отказаться от комиссий из-за претензий со стороны заемщиков. В конкурентной борьбе банкам приходится бороться за каждый процент прибыли и потому они вынуждены идти на риск, снижая требования к заемщикам и активно наращивая объемы кредитных портфелей.

На сегодняшний день процентная ставка по кредитам существенно снижена и, как следствие, уменьшилась доходность (маржа от кредитной сделки). Особенно заметно снижены ставки в секторе ипотечного кредитования, уровень ставок достиг исторических минимумов. Однако не исключено повышение процентных ставок по кредитам в ближайшем будущем. Сегодня кредитный рынок вернулся на докризисный уровень как по ставкам, так и по требованиям к заемщикам, в том числе по комплексу запрашиваемых документов. Подобное ведение бизнеса вполне объяснимо, ведь каждая кредитная организация стремится сохранить лидирующие позиции на рынке и максимально приумножить капитал, поэтому принимает риск исхода из возможностей и стратегических целей Банка.

Рассмотрим рис. 1, в котором графически представлены сведения о выданных кредитах физическим лицам кредитными организациями, расположенными на территории Российской Федерации (для сравнения приведены данные на 01 сентября 2014, 2015, 2016 г.г.).

Сведения об объемах предоставленных кредитов физическим лицам приводятся нарастающим итогом с начала года и включают, в том числе, данные по кредитам, предоставленным кредитными организациями, у которых в отчетном периоде была отозвана лицензия.

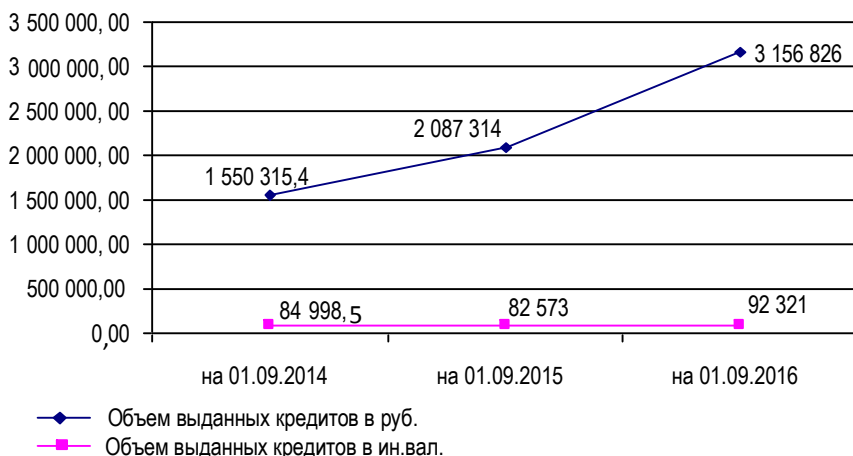


Рис. 1. Сведения о кредитах, предоставленных физ.лицам, млн руб.

Проанализировав данные рис. 1, становится понятно, что объемы выданных кредитов, предоставленных физическим лицам на 01 сентября 2016г., по сравнению с аналогичным периодом в 2015 г. увеличились на 1 086 512,0 млн. руб., или в 1,5 раза по

кредитам, выданным в рублях, и в 1,1 раз по кредитам, выданным в иностранной валюте и драгоценных металлах. А по сравнению с данными на 01 сентября 2014 г. на 1 606 510,6 млн. руб. или в 2,04 раза по кредитам, предоставленным в рублях, и в 1,08 раз в иностранной валюте и драгоценных металлах, что еще раз подтверждает, что объемы кредитования в банках продолжают набирать обороты.

Рассмотрим рис. 2, на котором представлены данные об объемах просроченной задолженности по кредитам, предоставленным физическим лицам кредитными организациями, расположенными на территории Российской Федерации, по состоянию на 01 сентября 2014, 2015, 2016 г.г. (сведения взяты из отчетности ЦБ РФ).

Из рис. 2 видно, что на 01 сентября 2016 г., по сравнению с данными аналогичного периода предыдущего года, общая сумма просроченной задолженности возросла в 1,04 раза по кредитам, предоставленным в рублях и в 1,05 раз в иностранной валюте и драгоценных металлах, а в сравнении с аналогичным периодом 2014 г. наблюдается увеличение в 1,3 раза по предоставленным кредитам в рублях и в 1,4 раза в иностранной валюте и драгоценных металлах. Однако не следует воспринимать это как негативные тенденции, поскольку рост просроченной задолженности протекает одновременно с увеличением кредитных портфелей банков. По отношению к общей сумме выданных кредитов на 01 сентября 2016 г., которая составила 3 249 147,00 млн.руб., просроченная задолженность составила всего 9,1%, по сравнению с 13,0 % на 01 сентября 2015 г. к общей сумме выданных кредитов 2 169 887,00 млн.руб. и 13,8 % на 01 сентября 2014 г. к общей сумме выданных кредитов 1 635 314,40 млн.руб. Доля просроченной задолженности, напротив, снизилась с 13,8% до 9,1%.

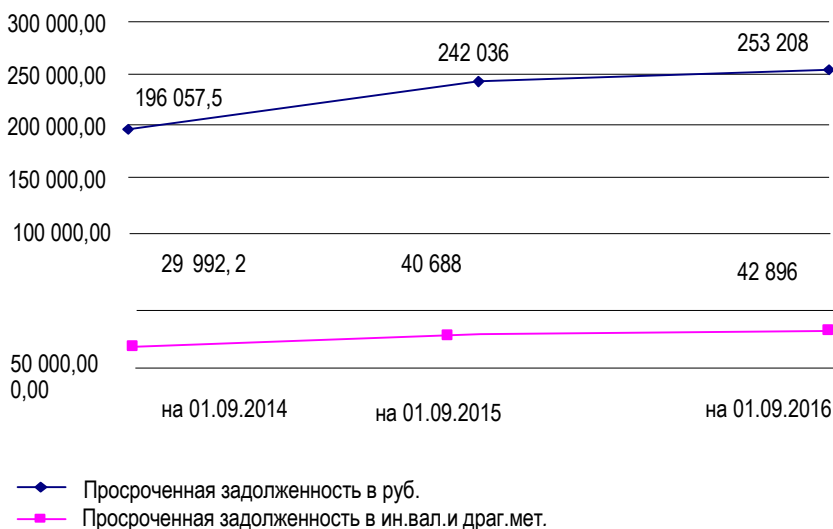


Рис. 2. Просроченная задолженность по кредитам, предоставленным физ.лицам, млн руб.

Подводя итоги вышесказанному, следует сделать вывод, что несмотря на увеличение кредитных портфелей банков и несущественный рост общей суммы просроченной задолженности, о полной стабилизации экономики и выходе из финансового кризиса сегодня еще рано говорить. Ситуация на рынке попрежнему нестабильна, следовательно, каждый отдельный банк должен уделять повышенное внимание процессу управления кредитным риском и качественному формированию кредитного портфеля. В связи с нестабильностью валютных курсов в ближайшее время не исключено повышение процентных ставок на кредитные продукты, а стремительное наращивание кредитных портфелей и возможное повышение ставок может вновь привести к росту просроченных ссуд и, вероятно, неизбежен всплеск второй волны кризиса в следующем году.

Своевременный анализ рискообразующих факторов и оперативное принятие соответствующих мер кредитными организациями, позволят в дальнейшем свести к минимуму финансовые убытки от невозврата ссуды. Поэтому управление кредитным риском в розничном кредитовании коммерческих банков на сегодняшний день - актуальный вопрос для банковского сообщества.

¹ Банковские риски / под ред. О.И. Лаврушина, Н.И. Валенцевой. М. : КноРус, 2015. С. 10.

² Багиров А.Э. Организация эффективного управления рисками банковского розничного кредитования // Финансы и кредит. 2014. № 22 (310). С. 29.

³ Банковские риски ... С. 11.

⁴ Жарковская Е.П. Банковское дело. 2-е изд., испр. и доп. М. : Омега-Л, 2004. С. 342.

⁵ Фотиади Н.В. Оценка рисков финансовой устойчивости в банковском менеджменте. М. : Палеотип, 2016. С. 8.

⁶ URL: www.cbr.ru.

⁷ Там же.

⁸ См. также: Балдин К.В., Воробьев С.Н. Управление рисками. М. : Юнити-Дана, 2015. 511 с.

CREDIT RISK MANAGEMENT IN RETAIL LENDING

© 2017 Buzytskov Dmitrii Igorevich

Student

Samara State University of Economics

E-mail: Buzytskov@mail.ru

Keywords: loan, lending, credit institution, credit portfolio, risk, risk management.

The article deals with the issues of managing credit risk in retail Bank lending. In the article, the necessity of credit risk management and the relevance of this process for all credit institutions in the modern world. Based on the information of the Central Bank of the Russian Federation comparative analysis of the volume of loans overdue debt on loans to individuals by credit institutions of the Russian Federation. It is concluded that effective management of credit risk and high quality loan portfolio is a topical question today to all participants of the banking community.

УЧЕТ, ДВИЖЕНИЕ И СПИСАНИЕ МАТЕРИАЛОВ НА ПРОИЗВОДСТВЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ

© 2017 Василенко Анна Андреевна

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: vasilenko-anna98@mail.ru

Ключевые слова: материалы, материальные ресурсы, предприятие, учет, движение, списание, процесс, средства, нормативные акты.

Предпринимается попытка рассмотреть путь материальных ресурсов на производственном предприятии, исследуются процессы их учета, анализа и списания.

Учет материалов предполагает обязательный анализ эффективности использования ресурсов предприятия, а также документальное и бухгалтерское сопровождение.

Ошибки в политике управления материалами влекут за собой проблемы внутри предприятия, связанные, например, с перерасходом средств, проблемы с поставщиками и налоговыми органами.

Любое предприятие приобретает материалы в большом количестве для различных целей: необходимые расходные материалы - для производственных цехов, канцелярские товары - для офисных сотрудников, поэтому учет материалов на производственном предприятии - трудоемкий процесс. В понятие "запасы" включаются материалы, как основные, так и вспомогательные, сырье, топливо, тары, комплектующие изделия и покупные полуфабрикаты, а также прочие виды материальных ресурсов.

Говоря об учете материалов мы предполагаем контроль за экономической эффективностью использования материалов, корректное документальное оформление поступления, перемещения и списания материалов¹.

Учет материалов требуется вести в соответствии со следующими нормативными актами²:

1. Гражданским кодексом РФ;
2. Налоговым кодексом РФ;
3. Планом счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и Инструкцией по его применению;
4. Положению по бухгалтерскому учету "Учет материально-производственных запасов";
5. Методическим указаниям по бухгалтерскому учету материально-производственных запасов, утвержденным Приказом Минфина России от 28.12.2001 №119н;
6. Учетной политике самого предприятия.

Согласно Положению по бухгалтерскому учету "Учет материально-производственных запасов", утвержденное Приказом Минфина России от 09.06.2001 №44н, материально-производственными запасами являются активы:

1. Используемые в качестве материалов, сырья и т. п. при производстве продукции, предназначенной для продажи (оказания услуг, выполнения работ);

2. Предназначенные для продажи (например, готовая продукция);
3. Активы, используемые для управленческих нужд организации.

Поступление материалов предполагает оприходование на счетах бухгалтерского учета, их получение назначенным руководством предприятия или материально-ответственным лицом.

Как правило, материалы принимаются к учету, по бухгалтерскому счету 10 "Материалы" по фактической себестоимости (сумма фактических расходов предприятия на приобретение за исключением НДС и иных возмещаемых налогов).

По договорам поставки, путем изготовления материалов силами организации, внесения в счет вклада в уставный (складочный) капитал организации, получения организацией безвозмездно (включая договор дарения) осуществляется поступление материалов в организацию. Далее приведены бухгалтерские проводки, отражающие операции поступления материалов в организацию³:

1. Учет поступления материалов (в дальнейшем УПМ) по договору поставки;
2. Бухгалтерские проводки;
3. УПМ на основании авансовых отчетов;
4. Бухгалтерские проводки;
5. УПМ по договору мены;
6. Бухгалтерские проводки;
7. УПМ по учредительным договорам;
8. Бухгалтерские проводки;
9. Учет безвозмездного поступления материалов;
10. Бухгалтерские проводки;
11. УПМ, изготовленных собственными силами.

Фактические затраты на приобретение материалов - это:

- Суммы, уплачиваемые в соответствии с договором поставщику (продавцу);
- Суммы, уплачиваемые организациям за консультационные и информационные услуги, связанные с приобретением материально-производственных запасов;
- Таможенные пошлины;
- Невозмещаемые налоги, уплачиваемые в связи с приобретением единицы материально-производственных запасов;
- Вознаграждения, уплачиваемые посреднической организации, через которую приобретены материально-производственные запасы;
- Затраты по доставке и заготовке материально-производственных запасов до места их использования, включая расходы по страхованию, а также⁴:
 - а) затраты по доставке и заготовке материально-производственных запасов;
 - б) затраты по содержанию заготовительно-складского подразделения организации;
 - в) затраты на оплату услуг транспорта по доставке материально-производственных запасов до места их использования, если они не включены в цену материально-производственных запасов, установленную договором;
 - г) начисленные % по кредитам, предоставленным поставщиками (коммерческий кредит);
 - д) начисленные до принятия к бухгалтерскому учету материально-производственных запасов проценты по заемным средствам, если они привлечены для приобретения этих запасов;

- Затраты по доведению материально-производственных запасов до состояния, в котором они пригодны к использованию в запланированных целях (затраты по выполнением работ и оказанием услуг, доработке, сортировке, фасовке и улучшению технических характеристик полученных запасов, не связанные с производством продукции);

- Иные затраты, непосредственно связанные с приобретением материально-производственных запасов.

Общехозяйственные и иные аналогичные расходы, кроме случаев, когда они непосредственно связаны с приобретением материально-производственных запасовне включаются в фактические затраты на приобретение материально-производственных запасов.

При изготовлении самой организацией материально-производственных запасов их фактическая себестоимость определяется исходя из фактических затрат, связанных с производством данных запасов.

В порядке, установленном для определения себестоимости соответствующих видов продукции, организации формируют и учитывают затраты на производство материально-производственных запасов⁵.

Со складирования начинается движение материальных ресурсов внутри предприятия. В связи с изменением скорости движения ресурсов в производственной и транспортной системах возникает необходимость складирования. Подробнее рассмотрим на схеме:

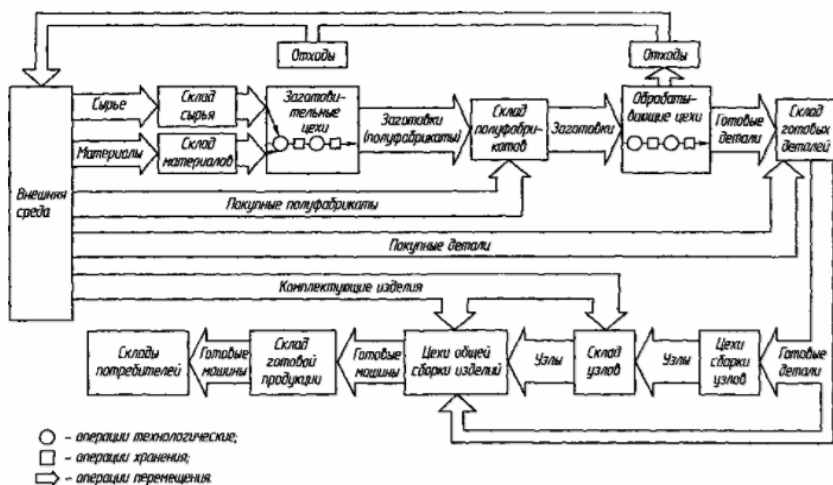


Рис. 1

При оформлении документов обычно предполагается, что отпущенные материалы сопровождаются проводками, так как сразу были использованы по назначению. Однако такое происходит редко, тем более на крупном производстве. Материалы, переданные в цех или на рабочий участок не сразу могут использоваться на производстве. Но фактически просто меняется их местоположение, предназначенное для хранения на производстве. Помимо этого, при отпуске материалов не всегда бывает известно для производства какого именно вида продукции они предназначены⁶.

Следовательно, ни в бухгалтерском, ни в налоговом учете по налогу на прибыль в качестве расходов текущего месяца должны учитываться материалы, которые со склада отпущены, но не израсходованы.

Допускается три варианта списания материально производственных запасов. Рассмотрим на схеме:



Рис. 2

Из приведенных выше методов каждый имеет свои особенности, например:

- 1) списать материалы по цене приобретения дает возможность себестоимость единицы запасов;
- 2) при большом разнообразии ассортимента материально производственных запасов удобна средняя себестоимость;
- 3) учитывать стоимость самых ранних по времени закупок материальных ресурсов себестоимости реализованной продукции (услуг, работ), позволяет ФИФО.

В учетной политике необходимо закрепить применять последовательно от периода к периоду выбранный фирмой метод списания. Только в одном случае (если данный способ отменен законодательно) можно в течение года сменить применяемый метод.

Предприятие при выборе списания материалов должно иметь в виду следующее:

- 1) для всех видов материалов и сырья будет применяться данный метод;
- 2) в течение длительного периода времени выбранный метод не будет изменяться⁷.

Поскольку стоимость МПЗ формирует себестоимость готовой продукции и в конечном счете влияет на величину исчисленной по нормам бухучета прибыли, то выбор метода списания материально производственных запасов - важный организационно-учетный момент.

Таким образом, мы рассмотрели путь материальных ресурсов на производственном предприятии, исследовали процессы их учета, анализа и списания. Это очень сложные и важные процессы, происходящие в любой организации. Здесь нельзя допускать ошибки. Предприятия должны отслеживать всю документацию, связанную с этими процессами, относиться к ним очень серьезно, чтобы не исключить появления нежелательных проблем на своем производстве. Соблюдение обычных норм поможет в значительной степени улучшить финансово-хозяйственное состояние любого предприятия⁸.

¹ Учет материальных ресурсов в бухгалтерии. URL: <http://center-yf.ru/data/Buhgalteru/uchet-materialnyh-resursov-v-buhgalterii.php> (дата обращения: 17.09.2017).

² Учет и контроль материальных ресурсов предприятия. URL: https://www.profiz.ru/se/8_2016/kontroliruem_resursy (дата обращения: 17.09.2017).

³ Албастова Л.И., Игнатов В.Г. Теория управления. Ростов н/Д : МарТ, 2014. 336 с.

⁴ Ларичев О.И., Мошкович Е.М. Качественные методы принятия решений. Вербальный анализ решений. М. : Наука, 2012. 567 с.

⁵ Основы управления материальными ресурсами предприятий. URL: <http://bibliofond.ru/view.aspx?id=607580> (дата обращения: 20.09.2017)

⁶ Пересветов Ю.В. Логистические принципы. 2007. 128 с.

⁷ Методы списания материалов в производство. URL: <http://www.klerk.ru/buh/articles/3983> (дата обращения: 21.09.2017).

⁸ См. также: Оценка материальных ресурсов и их списание в процессе производства. URL: https://studme.org/49282/ekonomika/otsenka_materialnyh_resursov_spisanie_protssesse_proizvodstva (дата обращения: 22.09.2017);

Руденко А.А., Трифионов Ю.В. Стратегическое управление материальными ресурсами: методология исследования, теоретическое и статистическое обоснование // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2007. С. 107-110.

ACCOUNTING, MOVEMENT AND LIST OF MATERIALS AT THE PRODUCTION ENTERPRISE

© 2017 Vasilenko Anna Andreevna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: vasilenko-anna98@mail.ru

Keywords: materials, material resources, enterprise, accounting, movement, write-off, process, funds, normative acts.

In the article, an attempt is made to consider the path of material resources at the production enterprise, the processes of their recording, analysis and write-off are investigated.

УДК 336

КОНКУРЕНТНОЕ ПОВЕДЕНИЕ СТРАХОВЫХ КОМПАНИЙ

© 2017 Вишневер Вадим Яковлевич

кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: ab3535@mail.ru

Ключевые слова: конкурентное поведение, конкурентная сила, конкурентное преимущество, конкурентоспособность, страховая компания.

Раскрывается понятие "конкурентное поведение страховой компании". Выявляется система внешних и внутренних факторов, определяющих уровень конкурентоспособности страховой компании. Дается анализ конкурентной силы и конкурентной слабости страховой компании.

Анализ конкурентного поведения на страховом рынке важен для определения места отдельного субъекта на рынке страхования. Исследование можно провести по следующим направлениям:

1. Динамика развития страхового рынка и конкурентов.
2. Поиск основных конкурентов. Так же проводится анализ региональных конкурентов.
3. Изучение стратегий конкурентов.
4. Анализ конкурентного поведения по отдельным видам страхования и в различных сегментах.
5. Изучение сильных и слабых сторон конкурентного поведения компании.
6. Выявление основных конкурентных преимуществ компании, а также особых компетенций.

К примеру, очевидными конкурентными преимуществами федеральных страховых компаний будет: наличие развитой филиальной сети, большие объемы получаемых страховых премий. Это помогает им обеспечивать универсальность и высокотехнологичность. Признаками конкурентной силы страховой компании являются:

1. Лидирующая позиция на страховом рынке.
2. Эксклюзивная стратегия поведения на рынке.
3. Постоянный рост числа клиентов и повышение лояльности клиентов к услугам страховой компании.
4. Гибкость приспособления к изменению конъюнктуры страхового рынка.
5. Вхождение страховой компания в финансовую или финансово-промышленную группу.
6. Направленность на крупные и быстрорастущие сегменты страхового рынка.
7. Широкий ассортимент страховых продуктов и услуг.
8. Низкие издержки.
9. Рентабельность выше, чем средние показатели страхового рынка.
10. Инновационные и технологические преимущества страховой компании.
11. Эффективный менеджмент.

Признаки конкурентной слабости страховой компании:

1. Меньшая доля рынка, чем у конкурентов.
2. Прибыль ниже, чем средняя по рынку.
3. Недостаточный финансовый резерв.
4. Падение доверия клиентов к компании.
5. В наиболее прибыльных областях, компания не отыгрывает средства в полном объеме.
6. Высокие издержки.
7. Компания не в состоянии оказать влияние на рынок.
8. Маленькие размеры компании не позволяют ей справиться с поглощением.
9. Страховые продукты и услуги низкого качества

Факторы конкурентоспособности представляют собой конкурентные преимущества, которые позволяют компании быть конкурентом в своей нише¹. Факторы конкурентоспособности страховой компании напрямую связаны с состоянием отрасли, ее структурой и рыночным сегментом. Организация первоначально определяет те факторы конкуренто-

способности, наиболее связанные с ее стратегией и зависят от структуры отрасли и положения компании в отрасли.

Положение в отрасли зависит от совокупности конкурентных преимуществ. В итоге компании опережают своих конкурентов если имеет четкие конкурентные преимущества. М. Портер разделяет конкурентные преимущества (факторы конкурентоспособности) на два основных вида: выбор видов деятельности и способ их достижения. Если применить к страхованию, то это приводит к низкому удельному весу расходов на ведение дел страховой компании и дифференциации страховых услуг².

Конкурентное преимущество разного вида позволяет получать более высокие результаты, чем у конкурентов. Таким образом, страховая компания у которой низкие расходы на ведения дела предоставляет страховые услуги с низкими удельными затратами. При этом, у фирмы с дифференцированными страховыми услугами удельная прибыль на единицу страховой премии выше, чем у конкурентов.

Конкурентное преимущество может осуществляться за счет способов управления и выполнения особых видов деятельности. Их в страховой отрасли можно условно разделить на две категории: основная деятельность, которая включает продажу страховых продуктов, андеррайтинг, урегулирование убытков, инвестиционную деятельность, маркетинг и рекламу. А также вспомогательную деятельность, включающую планирование, управление персоналом, информационные технологии, снабжение. Они объединяются в цепочку ценностей. Разные виды деятельности, которые входят в цепочку ценностей, вносят свой вклад в создание стоимости продукта.

Для выработки конкурентных преимуществ, следует рассматривать цепочку ценностей как систему, а не как отдельные звенья. Заметные улучшение дает изменение структуры цепочки ценностей путем перестановки, объединения или исключения из нее отдельных видов деятельности.

К показателям конкурентоспособности страховой компании относятся финансовые, организационные, маркетинговые компоненты. Для компании эти показатели бывают как внешние, так и внутренние. К внутренним относятся уровень конкуренции в отрасли. Внешние факторы представлены в табл.

Особенности современного развития страхового рынка в РФ, обусловленные конвергенцией финансовых услуг, иррациональным поведением потребителя, высокой долей продаж через посредников, несовершенством регулирования финансовых рынков, приводят к возникновению новых видов конкуренций³.

Внешние факторы конкурентоспособности страховой компании

Факторы конкуренции	Признаки проявления факторов на рынке
Размер и количество страховых организаций на российском рынке	Наличие нескольких равных по размеру компаний, или одной очевидно превосходящей по мощности
Колебание спроса	Низкий спрос на услуги, плохие показатели прибыли
Качество услуг	Отсутствие превосходство в качестве услуг над конкурентами
Переключение клиентов с одного страховщика на другого	Падение прибыли компании из за ухода клиентов к конкурентам
Трудности ухода с рынка	Издержки ухода компании с рынка данных услуг велики
Трудности проникновения на рынок	Большие затраты на первоначальном этапе ведения страхового бизнеса

Страховые компании при разработке стратегии развития и маркетинговых оперативных планов должны учитывать особенности новых видов конкуренции на страховом рынке. Особое внимание нужно обратить на деятельность по минимизации отрицательного влияния вновь выявленных форм конкуренции, таких как стагнация собираемых премий по виду или каналу продаж, возможная монополизация конкретного канала, отрицательное имиджевое влияние, снижение влияния традиционных факторов конкурентоспособности.

Очевидно, что российским страховым компаниям следует активнее изучать деятельность потенциальных конкурентов на смежных рынках, сами рынки, служащие источником появления межрыночной конкуренции, и прогнозировать изменения, которые могут сказаться на страховом рынке. Игнорирование данных проблем может привести к потере сегментов рынка, как это уже было в отношении участия страховых компаний в пенсионных программах, когда к работе с пенсионными средствами реально были допущены только негосударственные пенсионные фонды⁴.

¹ Вишневер В.Я., Чирков М.С. Развитие теоретических взглядов на сущность и роль конкуренции в рыночной экономике // Наука XXI века: актуальные направления развития : сб. науч. ст. III Междунар. заоч. науч.-практ. конф., 25 апр. 2016 г. Вып. 1. В 2 ч. / редкол.: Г.Р. Хасаев, С.И. Ашмарина (отв. ред.) [и др.]. Самара : Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2016. Ч. 1. С. 600-604. URL: <http://si.sseu.ru/sites/default/files/2016/04/zaoch.k.ch.1.pdf>.

² Одинокова Т.Д. Влияние олигополизации экономики на развитие рынка страхования жизни. // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2017. № 3 (150). С. 19-27.

³ Князева Е.Г., Юзвович Л.И., Смородина Е.В., Павленко А.О. Страховой рынок России: современные вызовы развития // Фундаментальные исследования. 2015. № 3. С. 181-186;

Быканова Н.И., Черкашина А.С. Страховой рынок России: проблемы и направления развития // Молодой ученый. 2017. № 10 (144). С. 204-206.

⁴ Насырова Г.А. Государственное регулирование versus конкуренции на страховом рынке // Проблемы современной экономики. 2013. № 3 (47). С. 111-116.

COMPETITIVE BEHAVIOUR OF INSURANCE COMPANIES

© 2017 Vishnever Vadim Yakovlevich

Candidate of Economics, Associate Professor

Samara State University of Economics

E-mail: ab3535@mail.ru

Keywords: competitive behavior, competitive force, competitive advantage, competitiveness, insurance company.

In article the concept "competitive behavior of insurance company" reveals. The system of the external and internal factors determining the level of competitiveness of insurance company comes to light. The analysis of competitive force and competitive weakness of insurance company is given.

**ВОПРОСЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ
ЗЕМЕЛЬНЫМ ФОНДОМ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
(НА ПРИМЕРЕ САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ)**

© 2017 Власов Александр Григорьевич

кандидат технических наук, доцент, зав. кафедрой землеустройства и кадастров

© 2017 Васильева Дарья Игоревна

кандидат биологических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: vasilievadi@mail.ru

Ключевые слова: земельный фонд, муниципальные образования, земельные ресурсы, эффективность управления, Самарская область.

Статья посвящена вопросам изучения эффективности управления земельными ресурсами на уровне муниципальных образований. Условием устойчивого социально-экономического развития является наиболее полное вовлечение в экономический оборот всех земельных ресурсов территории, а также повышение эффективности их использования. На примере Самарской области изучены статистические данные по суммарной собираемости земельных платежей (земельного налога и арендной платы) в муниципальных районах Самарской области в 2012-2014 гг. Определены показатели, наиболее сильно влияющие на объемы земельных платежей. Предложена математическая модель зависимости уровня платежей от географических и демографических характеристик муниципального района. Построенная модель позволяет оценить для каждого района "нормативный уровень" по объективным характеристикам, ранжировать районы по данному показателю. Указанные критерии позволяют оценить эффективность управления земельными ресурсами на фоне разных потенциальных возможностей муниципальных районов Самарской области.

Земельные ресурсы страны являются основой национального богатства и важным потенциальным источником экономического роста и развития. Экономические преобразования в России показали важность управления земельными ресурсами и земельными отношениями¹. Ключевой проблемой земельной реформы в России являлось формирование эффективно функционирующей системы управления земельными ресурсами. Однако, данная проблема не до конца решена до настоящего времени. Целью управления земельными ресурсами является обеспечения потребностей государства и общества: высокий уровень экономических, социальных и экологических условий жизни людей; формирование экономически и социально обоснованной системы платежей за землю; сохранение и восстановление состояния природной среды, особенно земельных ресурсов; развитие предпринимательской и общественной деятельности и т.д. Управление земельными ресурсами включает широкий спектр общественных отношений - политиче-

ский, административно-управленческий, правовой, научный, экономический, внедренческий и др. Объектом управления служит весь земельный фонд РФ, ее субъектов, отдельных муниципальных образований (административных районов, городов и т.д.), а также отдельные земельных участки, отличающиеся по видам использования, правовому статусу и пр.² Управление земельными ресурсами осуществляется на разных уровнях: общее государственное (его осуществляют государственные органы, оно имеет территориальный характер и распространяется на все категории земель независимо от категории земель и прав на земельный участок); ведомственное или отраслевое (осуществляется министерствами, комитетами, федеральными службами, не имеет территориальный характер); местное или муниципальное управление (возложено на органы самоуправления, осуществляется на территории муниципальных образований - административных районов, городов и других поселений); внутрихозяйственное (осуществляют сами собственники, владельцы и пользователи земельных участков).

Каждое муниципальное образование в Российской Федерации имеет собственный местный бюджет. Бюджет муниципального района и свод бюджетов городских и сельских поселений, входящих в состав муниципального района, составляют консолидированный бюджет муниципального района³. В статье 15 Налогового кодекса Российской Федерации (НК РФ) предусматривается, что к местным налогам относятся только два налога: земельный налог и налог на имущество физических лиц. Местные налоги и сборы обязательны к уплате на территории соответствующего муниципального образования. Основой для расчета земельного налога является размер кадастровой стоимости одного гектара соответствующей категории земельного фонда муниципального образования.

Самарская область занимает площадь 53,6 тыс. кв. км (0,31% территории России) и входит в состав Приволжского федерального округа и Поволжского экономического района. В своем составе имеет 10 городских округов и 27 муниципальных районов. По данным Доклада о состоянии и использовании земель в Самарской области структура земельного фонда области на 01.01.2016 года представлена следующим образом: земли сельскохозяйственного назначения - 75,9%, лесного фонда - 10,3 %, населенных пунктов - 6,7%, промышленности, транспорта и иного специального назначения - 1,3%, особо охраняемых природных территорий - 2,6%, земли водного фонда - 3,1%, земли запаса - 0,1% территории области⁴. Проведённое исследование динамики собираемости земельных платежей (земельного налога и арендной платы) с 1992 г. по 2014 г. показало устойчивый рост их собираемости во всех муниципальных районах Самарской области.

Наиболее характерным является период с 2004 г. по 2014 г., поскольку в это время отмечается значительный ускоренный рост земельных платежей по всей Самарской области, хотя и с некоторыми отклонениями. На основании данных о собираемости земельных платежей по муниципальным районам Самарской области были рассчитаны следующие показатели: минимальные, максимальные и средние значения, медиана, нижний и верхний квартиль, стандартное отклонение и вариация (см. таблицу).

Характеристика показателей платежей за землю в муниципальных районах Самарской области с 2004 по 2014 г., тыс. руб. за кв.км

Показатели платежей районов	2004	2005	2006	2007	2008	2010	2011	2012	2013	2014
Минимум	1955,48	689,63	585,66	713,12	929,73	3798,01	3567,73	6752,85	7614,97	7771,23
Медиана	5020,05	4133,52	2879,97	4146,06	5683,50	10855,18	16355,21	17395,03	15858,38	19178,05
Среднее	5999,92	4857,52	4070,42	7016,45	8203,30	16839,64	19822,82	23093,61	20933,86	25240,25
Максимум	27809,40	16374,34	17379,36	36801,60	38194,63	70475,21	70487,37	70033,81	57635,96	83229,24
Нижний квартиль	2973,93	3146,00	1339,22	1762,76	2961,03	9162,74	9518,19	12862,45	11314,00	11524,35
Верхний квартиль	7217,96	6113,00	6073,09	9821,41	10473,12	20601,24	24862,76	28247,65	24993,04	36337,43
Стандартное отклонение	5035,28	2978,67	3750,80	7744,79	7760,32	14424,62	15645,85	15770,99	13752,52	18997,22
Вариация, %	84%	61%	92%	110%	95%	86%	79%	68%	66%	75%

Следует отметить, что колебания вариации земельных платежей (отношение стандартного отклонения к среднему значению показателя за год) по муниципальным районам тесно коррелируют с изменением общего объема платежей. При этом рост неоднородности районов по данному показателю отмечается в периоды относительно резкого повышения общей суммарной собираемости земельных платежей, например, в 2002 и в 2007 гг. (см. рисунок).

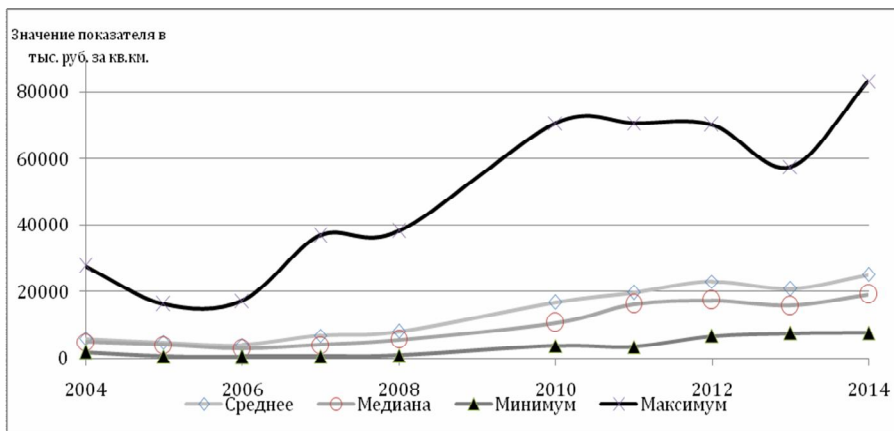


Рис. Характеристика показателей платежей за землю в муниципальных районах Самарской области, тыс. руб. за кв. км

Анализ динамики и уровня собираемости земельных платежей по муниципальным районам Самарской области позволил построить их рейтинг, исходя из суммы двух показателей. Первый из этих показателей отражает распределение районов по общему объему платежей за 2004 - 2014 годы. Высший уровень рейтинга (2 балла) соответствует попаданию района в верхний квартиль такого объема, низший (0 баллов) - в нижний

квартиль, а промежуточный (1 балл) соответствует средней группе - 50% районов, не попадающих ни в верхний, ни в нижний квартили. Вторым показателем отражает динамику "места" каждого муниципального района по объему земельных платежей за 1994-2014 годы. Районам, которые за эти годы больше чем в половине случаев оказывались в верхнем квартиле (25 % лучших в соответствующем году), установлен высший уровень (2 балла). Районам, которые больше чем в половине случаев оказывались в нижнем квартиле (25 % худших), установлен низший уровень (0 баллов). Прочим районам установлен средний уровень (1 балл). Построенный по данной методике рейтинг был приведен и проанализирован в ранее проведенном исследовании⁵.

Важным вопросом, возникающим при анализе динамики собираемости земельных платежей муниципальных районов, является оценка эффективности деятельности органов местного самоуправления по управлению земельным фондом района. Существующие объективные факторы, например - местоположение района, площадь, плотность населения и др. - могут ограничивать возможности такого управления. Поэтому было проведено моделирование зависимости уровня и динамики земельных платежей в 2012-2014 годах от географических и демографических характеристик муниципального района (табл. 1). В наибольшей степени на удельные земельные платежи (с квадратного километра) влияют плотность населения и общая численность населения в районе. Для исследования были рассчитаны три модели, которые очень хорошо описывают анализируемую зависимость. По коэффициенту детерминации наилучшей оказывается линейная модель, а по процентным отклонениям - степенная мультипликативная. Исходя из сформулированной выше основной задачи моделирования - сравнение муниципальных районов по эффективности сбора земельных платежей, для дальнейшего анализа была выбрана мультипликативная модель степенного типа. Проверка по t-критерию Стьюдента показывает, что все коэффициенты этой модели статистически значимы при уровне значимости альфа, равном 5%.

Построение модели позволило рассчитать для каждого муниципального района "нормативный уровень", и классифицировать районы с высокими и низкими уровнями собираемости земельных платежей⁶.

Таким образом, за период 2004 - 2014 г.г. можно отметить устойчивый рост собираемости земельных платежей в Самарской области, хотя темпы роста по муниципальным районам существенно различаются.

Анализ динамики за 2012-2014 гг. позволил выявить критерии эффективности системы управления земельными ресурсами на муниципальном уровне.

Эффективность управления - это экономическая категория, которая демонстрирует вклад органов управления земельными ресурсами в совокупный результат - достижение цели управления земельными ресурсами. Критериями эффективности управления в таком случае могут выступать результаты деятельности и степень достижения целей и задач, одним из главных в настоящее время является увеличение доходов местного бюджета за счет доходов от земельной собственности.

При анализе собираемости земельных платежей муниципальными районами региона, важным является оценка вклада деятельности органов местного самоуправления

на фоне объективных факторов, ограничивающих их возможности. Если, например, один из районов значительно опережает другой по земельным платежам на единицу площади, вполне возможно, что это обуславливается его расположением, плотностью населения и т.п. В таком случае заслуга органов местного самоуправления района не так уж велика. Может оказаться, что их усилия на данном направлении заслуживают более низкой оценки по сравнению со вторым районом, имеющим неблагоприятные объективные характеристики⁷.

Возникает проблема разделения влияния на собираемость земельных платежей объективных характеристик муниципального района и качества управления этим процессом, например, проведения муниципального земельного надзора. Один из подходов к ее решению заключается в моделировании зависимости уровня земельных платежей от географических и демографических характеристик муниципального района. Построение такой модели позволило оценить для каждого муниципального района "нормативный уровень", соответствующий результату, который получил бы "средний район" с данными объективными характеристиками. Такая оценка позволила идентифицировать районы с высокими и низкими уровнями собираемости земельных платежей (соответственно, превосходящими "нормативный" уровень и недотягивающими до него).

Таким образом, необходимо дальнейшее повышение эффективности управления земельными ресурсами на муниципальном уровне. Для этого требуется совершенствование теоретических и методических положений управления земельными ресурсами, что позволит увеличить налогооблагаемую базу, сбор бюджетных налогов, привлечь дополнительные инвестиции в развитие муниципальных образований, сформировать эффективную систему обеспечения прав субъектов земельных отношений.

¹ Хасаев Г.Р., Цыбатов В.А. Капиталосоздающий сектор экономики как основа экономического роста // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2017. № 1 (147). С. 5-16:

² Варламов А.А., Гальченко С.А., Смирнова М.А., Шаповалов Д.А., Комаров С.И. Управление земельными ресурсами : электрон. учеб. М., 2014.

³ Варламов А.А. Система государственного и муниципального управления : учебник. М. : Гос. ун-т по землеустройству, 2014. 452 с.

⁴ Доклад о состоянии и использовании земель в Самарской области в 2015 году / Управление Федер. службы гос. регистрации, кадастра и картографии по Самар. обл. Самара, 2016.

⁵ См.: Закон Российской Федерации от 11.10.1991 №1738-1 "О плате за землю"; Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 03.07.2016).

⁶ См.: Хасаев Г.Р., Власов А.Г., Васильева Д.И., Климовский А.П., Лобанов В.П., Володина Т.В., Сафонова О.В. Анализ динамики собираемости земельных платежей в субъекте РФ (на примере Самарской области) // Известия вузов "Геодезия и аэрофотосъемка". 2016. № 6. С. 55-63;

Khasaev G., Vlasov A., Vasilieva D. Modelling and analysis of collection of land payments in the municipal areas, depending on economic and geographical factors // Baltic surveying. International scientific journal. 2017. Vol. 6. P. 71-79.

⁷ Хасаев Г.Р., Власов А.Г., Васильева Д.И., Чепурин Е.М., Лобанов В.П., Володина Т.В. Кадастровая оценка недвижимости в системе социально-экономического развития региона (на примере Самарской области) // Землеустройство, кадастр и мониторинг земель. 2016. № 3 (134). С. 51-60.

**QUESTIONS OF EFFECTIVENESS THE MUNICIPAL EDUCATION
LAND FUND MANAGING
(ON THE THE SAMARA REGION EXAMPLE)**

© 2017 **Vlasov Alexander Grigorievich**

Candidate of Technical Sciences, Associate Professor,
Head of the Department of Land Management and Cadastre

© 2017 **Vasilyeva Darya Igorevna**

Candidate of Biological Sciences, Associate Professor
Samara State University of Economics

E-mail: vasilievadi@mail.ru

Keywords: landfund, landresources, managementefficiency, SamaraRegion.

The article is devoted to the study of the effectiveness of land administration at the level of municipalities. The condition for sustainable social and economic development is the fullest involvement in the economic turnover of all land resources of the territory, as well as improving the efficiency of their use. Statistical data on the total collection of land payments (land tax and rent) in the municipal districts of the Samara region in 2012-2014 were studied on the example of the Samara region. The indicators that most strongly influence the volume of land payments are described. The thematic model of dependence of the level of payments on the geographical and demographic characteristics of the municipal district is proposed. The constructed model allows to estimate for each area "normative level" on objective characteristics, and to rank areas on this indicator. These criteria make it possible to assess the efficiency of land resource management against the background of different potential of municipal districts of the Samara region.

УДК 631.147

**СОСТОЯНИЕ И РАЗВИТИЕ ОРГАНИЧЕСКОГО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА
В РОССИИ**

© 2017 **Внукова Кристина Денисовна**
магистрант

© 2017 **Щуцкая Александра Викторовна**
кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: kristina.vnukova163@yandex.ru, avs2020@yandex.ru

Ключевые слова: органическое сельское хозяйство, рынок органических продовольственных товаров, экологически чистая продукция, сертификация.

Рассмотрено современное состояние органического сельского хозяйства в России, обозначены основные проблемы и перспективы его развития.

В настоящее время органическое сельское хозяйство является одним из перспективных направлений, что подтверждают многие ученые и исследователи. Так, В. А. Степенев отмечает: "сегодня, когда вся цивилизованная мировая экономика встала на природоохранный путь развития, а органическое сельское хозяйство стало одним из способов сохранения природной окружающей среды не только для идеалистов, но и для бизнесменов, адаптивной интенсификации сельского хозяйства и наращиванию производства его органических продуктов в России нет альтернативы"¹.

За последние 20-30 лет мировой рынок органических продовольственных товаров развивался очень активно. За период с 2000г. по 2014 г. он вырос более чем в 5 раз: с 18 млрд. долл. в 2000г. до 62,9 млрд. долл. в 2012г., в 2013г. до 64 млрд. долл. и до примерно 100 млрд. долл. в 2014г. К 2020г. прогнозируется рост рынка до 250 млрд. долл.²

Рынок органических продуктов - это рынок, гарантирующий потребителю более высокое качество потребляемых товаров, их экологическую безопасность. Процесс производства органических продуктов питания связан с использованием сложных и затратных технологий, вопреки бытующему мнению, что "экологически чистый продукт" получают простым способом, без добавления соответствующих удобрений, пестицидов и иных средств защиты. Органическое сельское хозяйство - это целая производственная система, которая улучшает экосистему, сохраняет плодородие почвы, не использует компоненты, способные принести вред окружающей среде и защищает здоровье человека. За рубежом в развитии органического сельского хозяйства активное участие принимает государство, которое поддерживает местные предприятия путем субсидирования и дотирования производства.

Российский рынок органических продовольственных товаров значительно отстает в своем развитии от мирового, не только в связи отсутствием действенной государственной поддержки производителей экологически чистой продукции, но и по причине того, что нормативно-правовая база в области органического сельского хозяйства длительное время оставалась неразработанной.

В мировом сообществе к органическому сельскому хозяйству и земледелию предъявляется ряд жестких требований и ограничений. Действуют системы международных стандартов, которые служат фундаментом для создания норм и правил органического производства продуктов питания. Сертификации производства такой продукции является обязательной. На Западе технология получения органических продуктов придается жесткому контролю на всех этапах, для этого созданы специальные комиссии и инспекции, которые следят за качеством продукции.

В нашей стране лишь в 2015 году был разработан стандарт на продукцию органического производства (ГОСТ Р 56508-2015 "Продукция органического производства. Правила производства, хранения, транспортирования")³, и только с 1 января 2017 года введен в действие порядок ее добровольной сертификации (ГОСТ Р 57022-2016 "Продукция органического производства. Порядок проведения добровольной сертификации")⁴.

Согласно ГОСТ Р 56508-2015 продукция органического производства (органическая продукция) - это продукция растительного, животного, микробного происхождения, а также аквакультуры в натуральном, обработанном или переработанном виде, употребляемая человеком в пищу, используемая в качестве корма для животных, посадочного и посевного материала, полученная в результате производства, сертифицированного на соответствие требованиям настоящего стандарта.

У рядового российского потребителя пока еще нет четкой ассоциации понятия "органическая продукция" с экологически чистыми продуктами питания. Продукты со значком на упаковке "экопродукт", "натуральный", "bio", "organic" и т.п. в изобилии находятся на прилавках магазинов. Такая маркировка товаров чаще всего является лишь маркетинговым мероприятием по стимулированию продаж и приводит к потере доверия потребителя к действительно качественной продукции⁵, что является еще одним фактором, тормозящим развитие российского рынка органических продовольственных товаров.

Таким образом, для активизации рынка органических продовольственных товаров и развития российского органического сельского хозяйства необходимо принять ряд мер:

- увеличить субсидирование предприятий, которые занимаются производством органической продукции, что позволит удешевить экологически чистую продукцию и сделать ее более доступной для потребителей;

- усилить контроль за соблюдением нормативных актов о защите окружающей среды и производстве органической продукции.

¹ Степенев В.А. Стратегия - "органическое" сельское хозяйство // Использование и охрана природных ресурсов в России. 2007. № 5.

² Астратова Г.В., Лагутина Е.Е., Рущицкая О.А. Особенности ценообразования на рынке органических продовольственных товаров и оценка психологического ценовосприятия методом PSM (PRICE SENSITIVITY MEASUREMENT) // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2016. № 5.

³ ГОСТ Р 56508-2015 "Продукция органического производства. Правила производства, хранения, транспортирования" (утв. и введен в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 30.06.2015 № 844-ст).

⁴ ГОСТ Р 57022-2016 "Продукция органического производства. Порядок проведения добровольной сертификации" (утв. и введен в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 05.08.2016 №906-ст).

⁵ Астратова Г.В., Рущицкая О.А. Совершенствование экономических механизмов управления // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2016. № 4 (138).

STATUS AND DEVELOPMENT OF ORGANIC AGRICULTURE IN RUSSIA

© 2017 Vnukova Kristina Denisovna

Undergraduate

© 2017 Shchutskaya Alexandra Victorovna

Candidate of Economics, Associate Professor

Samara State University of Economics

E-mail: kristina.vnukova163@yandex.ru, avs2020@yandex.ru

Keywords: organic agriculture, organic food market, environmentally friendly product, certification.

The present state of organic agriculture in Russia is considered, the main problems and prospects for its development are outlined.

ОЦЕНКА МАРКЕТИНГОВЫХ РИСКОВ В БАНКАХ

© 2017 Войткевич Наталия Ивановна

доктор экономических наук, профессор

Самарский государственный экономический университет

E-mail: VNI63@list.ru

Ключевые слова: маркетинговые риски, андеррайтинг, корпоративные клиенты банков, методика оценки.

Рассмотрены основные маркетинговые риски корпоративных клиентов банка, которые необходимо оценивать при выдаче банковских кредитов. Для повышения качества оценки маркетинговых рисков предложена методика оценки.

Одним из этапов процесса выдачи банковских кредитов корпоративным клиентам является андеррайтинг потенциального заемщика, представляющий собой оценку вероятности своевременности выполнения обязательств по выплате процентов и погашению кредита. Процедура андеррайтинга включает оценку платежеспособности и кредитоспособности потенциального заемщика, проверку юридической достоверности правоустанавливающих документов. Методы проведения андеррайтинга по указанным направлениям теоретически обоснованы и практически отработаны в банках¹. Однако при выдаче кредитов корпоративным клиентам оценка маркетинговых рисков потенциальных заемщиков проводится зачастую без использования какого-либо методического обоснования, без учета всей совокупности факторов внешней и внутренней маркетинговой среды потенциальных заемщиков.

Под маркетинговым риском будем понимать риск возникновения определенных событий, негативно сказывающихся на положении организации на рынке, что находит отражение в объемах продаж ее товаров/услуг и полученной прибыли.

Маркетинговые риски трудно оценить, поскольку они многообразны и возникают под действием многочисленных факторов, часстоне поддающихся контролю со стороны хозяйствующего субъекта. В теории маркетинга разработаны детальные классификации маркетинговых рисков, выделяющие группы внешних и внутренних рисков, а также классифицирующие маркетинговые риски по источникам их возникновения².

Возникновение маркетингового риска может быть обусловлено изменением покупательских вкусов и предпочтений, действиями конкурентов, которые могут предложить товар с большей ценностью для клиента, действием на объем продаж и на затраты предприятия факторов политико - правовой среды. Маркетинговый риск может быть связан и с недостатками в маркетинговой деятельности заемщика: необоснованностью принятых маркетинговых решений, некомпетентностью работников, неправильным позиционированием товара и его моральным устареванием, ошибками в ценообразовании и проведении коммуникационной политики, неэффективностью функционирования дистрибутивной системы и другими причинами. Следовательно, для качественной оценки маркетинговых рисков от работника банка требуется их декомпозиция и группировка по различным признакам. Например, риски микросреды маркетинга организации можно разделить на организационные риски, риски рынка товара, риски маркетинговых разработок

продуктов/брендов, риски операционного маркетинга, риски со стороны потребителей товара, риски конкурентов, поставщиков и посредников. Все перечисленные группы маркетинговых рисков микросреды включают большое число различных рисков³.

Реализация маркетинговых рисков у заемщика банка ведет к недополучению запланированной прибыли, что может быть причиной несвоевременного и/или некачественного обслуживания долга перед банком. Для всесторонней и обоснованной оценки маркетинговых рисков от специалиста - андеррайтера требуется, по сути, комплексное изучение и прогнозирование рынка, знание особенностей спроса на товары и услуги, производимые заемщиком, всей внешней маркетинговой среды предприятия- заемщика, умение делать оценку его рыночного потенциала. Это трудоемкий процесс, требующий наличия большого массива рыночной информации, специальных знаний и навыков.

Для формализации процесса оценки маркетинговых рисков при выдаче долгосрочных кредитов корпоративным клиентам и повышения ее качества предлагается определенная последовательность действий андеррайтеров, по сути, методика (см. рисунок).



Рис. Методика проведения оценки маркетинговых рисков при выдаче кредитов корпоративным клиентам банков

При определении наиболее вероятных рисков можно строить матрицу SWOT - анализа, позволяющую сгруппировать как факторы внутренней, так и внешней среды организации, а затем определить наиболее вероятные риски в квадрантах угроз внешней среды и

слабых сторон организации. Предлагаемый методический подход предполагает прогнозирование состояния внешней маркетинговой среды, оценку будущего конкурентного положения клиента на рынке, оценку его существующего и будущего рыночного потенциала.

Оценка маркетингового риска требует привлечения значительных объемов данных о тенденциях внешней маркетинговой среды бизнеса клиента, специальных знаний и навыков в области маркетингового анализа⁴. Представляется целесообразным специализация андеррайтеров на оценке рисков предприятий - потенциальных заемщиков определенных секторов экономики, например, строительства, сельского хозяйства, промышленности и т.д. Это приведет к накоплению сведений об особенностях спроса на отдельные виды товаров, рыночных тенденциях, о факторах, определяющих развитие отдельных секторов экономики. Так, вероятность маркетингового риска роста конкуренции, обусловленного выходом на рынок новых компаний из других отраслей или с зарубежного рынка, появлением товаров- субституттов может оценить лишь специалист в этой отрасли. Риск, связанный с выбором стратегии маркетинга, целевого сегмента, требует также глубокого понимания процессов, происходящих на тех или иных товарных рынках. Специализация андеррайтеров значительно повысит качество оценки рисков и, следовательно, будет способствовать сокращению просроченной задолженности предприятий перед банками. В крупных коммерческих банках активно используются и продолжают успешно развиваться многоуровневые системы риск - менеджмента, и их дальнейшее совершенствование связано с повышением уровня оценки маркетинговых рисков.

¹ Андреева А.В., Симонян А.С. Управление кредитными рисками российских банков на основе инструментов маркетингового анализа // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. 2016. № 7 (74). С. 36-39.

² См.: Соколова И.А. Маркетинговые риски на предприятиях сферы услуг // Вестник СамГУПС. 2009. № 6(18). Т. 2. С. 98-102;

Пономарева Е.А., Костина А.А. Основные проблемы управления маркетинговым риском на предприятии // Современные тенденции развития теории и практики управления в России и за рубежом : сб. IV (IX) Междунар. науч.-практ. конф. Ставрополь, 2015. С. 83-85.

³ Корезин А.С., Поскочинова О.Г. Маркетинговые риски производственных компаний // Научное мнение. 2014. № 9. С. 134-141.

⁴ Моткова М.А. Система мотивации клиентских менеджеров как фактор повышения конкурентоспособности банка // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2015. № 12. С. 63-67.

ASSESSMENT OF MARKETING RISKS IN BANKS

© 2017 **Voitkevich Natalia Ivanovna**
Doctor of Economic Sciences, Professor
Samara State University of Economics
E-mail: VNI63@list.ru

Keywords: marketing risks, underwriting, corporate clients of banks, assessment methodology.

Considered are the main marketing risks of corporate clients that need to be evaluated when issuing Bank loans. To improve the quality of assessment of marketing risks of the proposed assessment methodology.

ФАКТОРЫ, ОКАЗЫВАЮЩИЕ ВЛИЯНИЕ НА МОТИВАЦИЮ ПЕРСОНАЛА НЕФТЯНОЙ КОМПАНИИ

© 2017 Волкодавова Елена Викторовна

доктор экономических наук, профессор

© 2017 Асташкин Алексей Вадимович

магистрант

Самарский государственный экономический университет

E-mail: astashkin41@gmail.com

Ключевые слова: мотивация персонала, кадровая политика, нефтегазовая отрасль, стратегия развития кадровой политики.

Рассматривается современный опыт ведущих международных компаний нефтегазовой отрасли, показывающих пример по использованию важнейшего инструмента кадровой политики - мотивации работников, анализируются проблемы в этой области и возможные пути их решения.

Сегодня наблюдается тенденция повышения инвестиций в персонал нефтегазовых компаний. Так, по данным обзоров зарплат и компенсаций, проводимых компанией "Коралл Анд Джи Си", отношение годового бюджета на обучение к годовому фонду оплаты труда возросло в среднем с 1,8% до 3%. Все чаще работодатели внедряют комплексные программы внутреннего и внешнего обучения, а также практику наставничества (55% компаний нефтегазовой отрасли пользуются этим проверенным методом). До 80% нефтегазовых компаний придерживаются политики ежегодного пересмотра зарплаты. Однако все чаще на рынке труда применяется практика индивидуального подхода: повышение должностных окладов происходит пропорционально изменению спроса на определенные профессии и конъюнктуре регионального рынка. На величину окладов влияют также оперативные и стратегические цели компании.

Существенным элементом материального стимулирования работников является индексация заработной платы. Она происходит с учетом нескольких факторов. Прежде всего это индекс потребительских цен (показатель инфляции), который берут в расчет около 60% нефтегазовых компаний. Учитывается также ситуация на рынке труда. Например, если в 2014 г. данные о рыночном уровне зарплат для пересмотра вознаграждения работников использовали 60% компаний, то в 2015 г. - уже 66%, а в 2016 г. - 68%. Такая тенденция объясняется прежде всего тем, что официально публикуемый показатель инфляции не всегда объективно отражает реальное изменение цен и, соответственно, не обеспечивает сохранение реальных доходов работников. Кроме того, он не позволяет учитывать специфику регионов. Поэтому из года в год фактический рост зарплат оказывается выше уровня инфляции на 2-4%, что вполне естественно в свете указанных обстоятельств¹.

Кроме повышения окладов, совершенствуются системы премирования, целью которых является сохранение персонала и повышение эффективности его работы. Предприятия все чаще переходят от ежемесячного премирования к выплатам премий за квартал, полугодие и год. По данным обзоров, годовые премии выплачивают 93% компаний, квартальные - 31 %, за полугодие - 16%. Доля переменной части вознаграждения (включающей все выплаты за период свыше одного месяца) варьируется в зависимости от должности, занимаемой сотрудником. У представителей высшего звена управления доля переменной части значительно разнится в зависимости от региона и в среднем составляет 24-34% в общем годовом вознаграждении (наибольшее значение она имеет в Москве из-за большого количества управляющих компаний нефтегазовых холдингов, премиальная часть вознаграждения руководителей которых может достигать 70-80% от общей суммы поощрения). У высококвалифицированных специалистов и рабочих аналогичный показатель находится в среднем на уровне 18-20%.

Активно используются и не денежные инструменты мотивации. Состав социального пакета, предлагаемого сотрудникам, постоянно расширяется, а качество и объем входящих в него льгот увеличивается. Все чаще при предоставлении льгот сотрудникам используется дифференцированный подход: работникам разных категорий и должностей предлагается различный набор социальных программ.

Практически обязательным элементом социального пакета стала медицинская страховка. Эту услугу предоставляют около 90% нефтегазовых компаний. Ежегодно увеличивается список медицинских услуг, покрываемых договором страхования. Наряду с амбулаторной помощью и стационарным лечением в договор страхования могут быть включены приобретение лекарств, визиты врача по месту работы и ведение беременности. Примечательно, что медстрахование может распространяться и на членов семей сотрудников.

Компенсация сотрудникам услуг мобильной связи предоставляется в 87%, а оплачиваемое или дотационное питание - в 64% нефтегазовых компаний. Более 70% предприятий рассматриваемой отрасли оплачивает санаторно-курортное лечение. Для сравнения, в других отраслях доля компаний, предлагающих полное или частичное спонсорство расходов на отдых сотрудников, не превышает 20%².

Принципиально важным аспектом является политика нефтегазовых компаний в области оказания помощи своим сотрудникам в приобретении жилья. Подобные программы в том или ином виде предлагают около 40% работодателей в отрасли.

В части мотивации персонала показателен ранжированный ряд ответов на поставленный вопрос "Что не устраивает Вас в трудовых отношениях по линии "работодатель - работник?"

1. Уровень заработной платы (26,4%).
2. Отсутствие условий для карьерного роста (12,5%).
3. Недостаточное внимание к индивидуальным особенностям (потребностям) конкретного работника (11,3%).
4. Содержание коллективного договора в части социальных льгот (10,5%).
5. Неумение руководства работать с людьми, создать хорошую рабочую обстановку в коллективе (7,8%).

Серьезной проблемой для творчески мыслящих специалистов и руководителей является тот факт, что вертикально интегрированный подход к построению организационных структур управления, позволяющий мобилизовать человеческую энергию и кооперировать труд людей при реализации сложных проектов, не способствует росту потенциала сотрудников, каждый из которых использует только ту часть своих способностей, которая требуется для выполняемых работ, а исполнение спускаемых сверху решений вызывает потерю общего управленческого интеллекта.

Тенденции мотивационной политики во многом можно сформулировать, взяв за основу перечень ответов на вопрос "Какие, на Ваш взгляд, дополнительные меры могут повлиять на дальнейшее укрепление социально-трудовых отношений?" Ответы ранжируются следующим образом.

1. Обеспечение работнику условий для карьерного роста с информированием со стороны руководства о возможных вариантах карьеры и оценки прохождения ее этапов (235 человек).

2. Широкое информирование работников о перспективах развития предприятия и имеющихся проблемах (187 человек).

3. Системное обучение руководителей всех уровней умению работать с людьми (181 человек).

4. Формирование паспорта потребностей каждого работника и создание условий для их удовлетворения (в обмен на высокоэффективный труд и лояльность работника к предприятию) (160 человек).

5. Расширение видов неформального общения руководителей предприятия с работниками (102 человека)³.

На наш взгляд, эффективность стратегического менеджмента нефтегазовых корпораций может быть обеспечена только с помощью мотивационной политики, сутью которой является индивидуальный подход к каждому работнику (в том числе по причине "разношерстности" вахтовых коллективов).

Можно сделать вывод о том, что действенным инструментом реализации данной политики мог бы стать социальный паспорт работника, содержащий сведения по следующим аспектам:

- 1) возраст;
- 2) образование;
- 3) стаж работы по специальности;
- 4) место проживания;
- 5) жилищные условия по месту проживания;
- 6) семейное положение, в том числе количество детей на иждивении;

Периодический анализ содержания социального портрета, адресная работа с его данными, выявление динамики соотношения интересов предприятия и работника должны стать действенными инструментами формирования эффективного персонала.

Представленный анализ мотивации персонала нефтегазовой отрасли, накопленный опыт, имеющиеся проблемы и тенденции, на наш взгляд, могут быть использованы специалистами других отраслей, что в целом обогатит российский бизнес в плане подготовки конкурентоспособного персонала⁴.

¹ Быков В.М. Управление персоналом в вертикально интегрированных нефтяных компаниях // Развитие системы управления персоналом в современных организациях : сб. науч. ст. I Междунар. науч.-практ. конф. / под науч. ред. Э.Э. Сыманюк, Л.Ю. Шемятихиной. Екатеринбург : УрГПУ, 2009. С. 62-65.

² Быков В.М. Формирование конкурентоспособного персонала в условиях вахтового метода работы (на примере нефтегазовой отрасли) : монография. Ярославль : Аверс Плюс, 2011. 243 с.

³ Силин А.Н. Вахтовый метод в северном регионе: опыт 35-летнего социологического исследования // Современное общество и социология. Тюмень : ТюмГУ, 2012. С. 173-175.

⁴ См. также: Косякова И.В. Специфика организации управления предприятием, функционирующим как управляемая динамическая экономическая система // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 8 (106). С. 38-42;

Энергетическая стратегия России на период до 2030 года. URL: http://scenef.com/uploads/files/enrgo_strategy_rus_2030.pdf.

FACTORS WHICH AFFECT MOTIVATION OF PETROLEUM INDUSTRY WORKERS

© 2017 Volkodavova Elena Viktorovna

Doctor of Economics, Professor

© 2017 Astashkin Aleksei Vadimovich

Undergraduate

Samara State University of Economics

E-mail: astashkin41@gmail.com

Keywords: personnel motivation, HR, the oil and gas industry.

The article discusses the current experience of economic entities in the oil and gas industry to use the most important instrument of personnel policy motivation of employees, analyzes the problems in this area and possible ways of their solution.

УДК 337

МАРКЕТИНГ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ КАК СПОСОБ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

© 2017 Воронцова Ольга Владимировна

студент

© 2017 Юдакова Ольга Васильевна

кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: kafedra-kl@ya.ru

Ключевые слова: социальные сети, маркетинг в социальных сетях, SMM-маркетинг, рекламные стратегии, маркетинговые стратегии.

Рассматриваются инструменты маркетинга в социальных сетях, способствующие решению маркетинговых целей и задач бизнеса с оптимальными затратами.

Маркетинг в социальных сетях - это мощный способ развития бизнеса любого размера, чтобы охватить перспективы и новых клиентов. Все потребители взаимодействуют с брендами через социальные сети, и если вы не говорите напрямую со своей аудиторией через социальные платформы, такие как Facebook, Twitter, Instagram и Pinterest, то упускаете очень многое. В настоящее время, грамотный маркетинг в социальных сетях принесет успех вашему бизнесу и поднимет компанию на новый уровень.

В первую очередь стоит сказать, что представляет собой маркетинг в социальных сетях.

Маркетинг в социальных сетях или SMM - это форма интернет-маркетинга, которая включает в себя создание и совместное использование контента в социальных сетях для достижения маркетинговых целей и брендинга организации. SMM-маркетинг включает такие мероприятия, как публикация текстовых и графических обновлений, видеороликов и другого контента, который стимулирует участие аудитории, а также рекламу в социальных сетях.

Прежде чем начать создавать рекламные кампании в социальных сетях, необходимо рассмотреть цели своего бизнеса. Начинать кампанию по SMM-маркетингу без социальной стратегии - это как блуждание по лесу без карты - вы можете повеселиться, но, вероятно, заблудитесь.

Существует ряд вопросов, которые следует задать при определении целей маркетинга в социальных сетях:

- Что вы надеетесь достичь через маркетинг в социальных сетях?
- Кто ваша целевая аудитория?
- Какие социальные сети будет использовать ваша целевая аудитория??
- Какое сообщение вы хотите отправить своей аудитории с помощью маркетинга в социальных сетях?

Тип бизнеса должен информировать и управлять маркетинговой стратегией в социальных сетях.

SMM-маркетинг может помочь в достижении ряда целей, таких как:

- увеличение трафика веб-сайта;
- создание конверсий;
- повышение узнаваемости бренда;
- создание фирменного стиля и положительная ассоциация бренда;
- улучшение общения и взаимодействия с ключевыми аудиториями.

Чем активнее целевая аудитория в социальных сетях, тем легче достичь любой маркетинговой цели.

Контент, который используют для публикации в социальных сетях, может включать в себя изображения в социальных сетях, видеоролики, инфографику, инструкции и многое другое.

Маркетинг в социальных сетях - идеальный канал для обмена информацией с читателями.

Всегда важно следить за конкурентами - они могут предоставить ценные данные для исследования ключевых слов и других идей в области SMM-маркетинга. Если ваши конкуренты используют определенный канал или технику маркетинга в социальных сетях, которые, похоже, работают на них, учитывайте то же самое, но делайте это лучше.

Таким образом, социальные сети дают возможность наблюдения и изучения не только потенциальных потребителей, но и конкурентов.

Невозможно определить успех стратегий маркетинга в социальных сетях без отслеживания данных. GoogleAnalytics можно использовать в качестве отличного инструмента для маркетинга в социальных сетях, который поможет оценить самые триумфальные методы маркетинга в социальных сетях, а также определить, от каких стратегий лучше отказаться. Необходимо прикрепить теги отслеживания к кампаниям по маркетингу в социальных сетях, для того чтобы правильно их контролировать. Аналитику необходимо использовать в каждой социальной платформе, чтобы лучше понять, какой из социальных материалов лучше всего подходит целевой аудитории.

Различные сайты для рекламы в социальных сетях требуют разных подходов, поэтому лучше всего разработать уникальную стратегию, адаптированную для каждой платформы. Вот пример наиболее популярный социальных сетей:

1. Использование Facebook.

На платформе Facebook, в основном, зарегистрированы пользователи, имеющие собственный бизнес. Поэтому очень важно зарегистрироваться в данной сети для поиска потенциальных партнеров.

2. Использование Google+.

Google+ появился на сцене в качестве конкурента Facebook, но теперь он обслуживает более узкую аудиторию. Это не сработает для всех, но некоторые сообщества очень активны в Google+.

3. Использование Pinterest.

Pinterest - одна из самых быстрорастущих тенденций в сфере социальных медиа. Ориентированная на изображение платформа Pinterest идеально подходит для розничной торговли, но любой может воспользоваться преимуществами Pinterest для социальных сетей или рекламы с рекламой.

4. Использование Twitter.

Twitter - это инструмент для маркетинга в социальных сетях, который позволяет транслировать ваши обновления через Интернет. Следуйте за твитерами в вашей отрасли или смежных областях, и вы должны получить постоянный поток последователей взамен.

5. Использование LinkedIn.

LinkedIn - один из самых профессиональных сайтов для рекламы в социальных сетях. Группы LinkedIn - отличное место для профессионального диалога с людьми в аналогичных отраслях и предоставляет место для обмена контентом с единомышленниками. Это также отлично подходит для публикации рабочих мест и совместной работы сотрудников.

6. Использование YouTube.

YouTube - это место номер один для создания и совместного использования видеоконтента, а также может быть невероятно мощным инструментом для рекламы в социальных сетях. Многие компании пытаются создать видеоконтент с целью сделать видеоролик "вирусом", но на самом деле эти шансы довольно тонкие. Вместо этого следует сосредоточиться на создании полезных, поучительных "практических" видео.

Использование социальных сетей в маркетинге дает намного больше, чем просто улучшение трафика сайта и помощь предприятиям в привлечении новых клиентов. Они

представляют собой место для лучшего понимания и обучения у целевых аудиторий бизнеса.

1. Чернова Д.В., Сариев С.С. Социальные сети как новый инструмент маркетинговых коммуникаций в коммерческой деятельности // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 5 (103).

MARKETING IN SOCIAL NETWORKS AS A WAY OF BUSINESS DEVELOPMENT

© 2017 Vorontsova Olga Vladimirovna

Student

© 2017 Yudakova Olga Vasilevna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

Samara State University of Economics

E-mail: kafedra-kl@ya.ru

Keywords: social networking, social media marketing, SMM marketing, advertising strategy, marketing strategy.

Discusses the tools of social media marketing, supporting the marketing goals and business objectives cost-effectively.

УДК 657.37

РАСКРЫТИЕ ИНФОРМАЦИИ О ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКАХ ПО СЕГМЕНТАМ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СООТВЕТСТВИИ С МСФО

© 2017 Головачева Юлия Станиславовна*

магистрант

Самарский государственный экономический университет

E-mail: yulia-golovachyova2014@yandex.ru

Ключевые слова: денежные потоки, отчет о движении денежных средств, финансовая отчетность, сегменты, МСФО, операционные сегменты.

Рассмотрены особенности раскрытия информации по сегментам в финансовой отчетности экономических субъектов. Предложено и продемонстрировано на примере коммерческой организации представление информации о денежных потоках по сегментам.

* Научный руководитель - Татаровская Татьяна Евгеньевна, кандидат экономических наук, доцент.

Раскрытие информации о денежных потоках по сегментам позволяет пользователям достичь лучшего понимания взаимосвязи между денежными потоками бизнеса в целом и его отдельных составляющих, а также наличия и изменчивости потоков по сегментам¹.

Система нормативного регулирования предприятия требует выделения в финансовой отчетности информации по операционным сегментам (по отраслевому, географическому и другим признакам). В связи с этим пользователи отчетности получают возможность проводить анализ в целом, а также в разрезе отдельных видов (сегментов) деятельности предприятия или в части обособленных подразделений, например, находящихся в разных географических зонах.

Согласно МСФО(IFRS) 8 "Операционные сегменты", отчетность по сегментам должна быть представлена такими компаниями, чьи долевые или долговые ценные бумаги свободно обращаются, а также, компаниями, находящимися в процессе выпуска долевых или долговых ценных бумаг на открытых рынках ценных бумаг². Если же, ценные бумаги не имеют свободного оборота, а компания готовит финансовые отчеты в соответствии с МСФО(IFRS) 8 добровольно, то компания поощряется к раскрытию информации по сегментам, при условии соблюдения правил ведения, установленных МСФО 8³.

Под операционным сегментом понимается компонент компании как часть его финансово-хозяйственной деятельности, позволяющий получить выручку и предусматривающий соответственно несение расходов. При этом финансовые результаты сегмента подлежат анализу со стороны ответственного лица⁴. Финансовая информация о деятельности сегмента может быть отделима от информации о финансово-хозяйственной деятельности компании в целом.

Объединение двух и более операционных сегментов в один происходит при наличии определенных факторов - например, назначение товаров, работ и услуг, технологические особенности производства и выполнения работ, характеристики потребителей и т.д.

Требования к раскрытию информации об операционном сегменте представлены в МСФО 8 "Операционные сегменты" и касаются критериальных значений по отношению к доходу от продаж, финансового результата и активов.

Первичной признается информация по географическим сегментам, а вторичной - по операционным сегментам, если риски и прибыли организации определяются главным образом различиями в географических регионах деятельности⁵.

Информация по сегментам может быть раскрыта в финансовой отчетности, подстрочных комментариях или в приложении, отдельно представляемом к отчетности.

При этом раскрытие информации по сегментам в отчетности МСФО происходит как в индивидуальной, так и консолидированной отчетности. При составлении отчета о движении денежных средств (далее - ОДДС) рекомендуется раскрытие информации вместе с комментариями руководства, включая суммы потоков денежных средств от операционной, финансовой и инвестиционной деятельности по каждому отчетному сегменту.

Потоки денежных средств от операционной деятельности могут быть представлены в развернутом (прямой метод) или свернутом виде (косвенный метод).

Рассмотрим пример раскрытия сегментной информации в ОДДС прямым методом составления (табл. 1) . Предположим, рассматриваемая компания занимается продажей различной обуви (выделяются операционные сегменты), в частности спортивной, женской и детской. В учетной политике указано раскрытие информации по 3 сегментам, согласно критериям.

Таблица 1

Показатели	Спортивная обувь (сегмент 1), у.е.	Женская обувь (сегмент 2), у.е.	Детская обувь (сегмент 3), у.е.	Итого, у.е.
Движение денежных средств по:				
Операционной деятельности	2120	1540	(250)	3410
Инвестиционной деятельности	(640)	200	320	(120)
Финансовой деятельности	(580)	(220)	(130)	(930)
Итого	900	1520	(60)	2360

В данном случае, информация по сегментам удобна для использования внутри компании, можно выявить наименее продаваемые товары и рассмотреть возможность увеличения продаж, или же вовсе принять решение о прекращении продаж.

Следующий пример раскрытия сегментной информации в ОДДС по географическим сегментам. Предположим, рассматриваемая компания входит в сеть обувных магазинов по России, исходя из этого ОДДС видоизменяется, учетной политикой предусмотрено деление на наиболее важные для компании области (сегменты) для целей отражения информации о движении денежных средств (табл. 2).

Таблица 2

Показатели	Самарская область (сегмент 1), у.е.	Саратовская область (сегмент 2), у.е.	Оренбургская область (сегмент 3), у.е.	Итого, у.е.
Движение денежных средств по:				
Операционной деятельности	10850	5600	2440	18890
Инвестиционной деятельности	(4500)	1500	1400	(1600)
Финансовой деятельности	(3500)	(2200)	(900)	(6600)
Итого	2850	4900	2940	10690

Таким образом, отчет о движении денежных средств возможно составлять также по отдельным сегментам, как было представлено выше в примерах. Раскрытие такой информации позволяет пользователям финансовой отчетности принимать более качественные решения в отношении экономического субъекта.

¹ Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 7 "Отчет о движении денежных средств" (введен в действие на территории Российской Федерации Приказом Минфина России от 28.12.2015 № 217н) (ред. от 11.06.2016).

² Москалева М.Б. Влияние применения МСФО на прозрачность российских компаний // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2014. № 1 (111). С. 64-67.

³ Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS) 8 "Операционные сегменты" (введен в действие на территории Российской Федерации Приказом Минфина России от 28.12.2015 № 217н).

⁴ Татаровская Т.Е., Татаровский Ю.А. Информационное обеспечение конкурентного анализа коммерческой организации // Сибирская финансовая школа. 2016. № 6 (119). С. 51-57.

⁵ Рахаев В.А. Оценка финансового положения и кредитоспособности сельскохозяйственных организаций на основе денежного потока // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2015. № 1 (123). С. 70-73.

DISCLOSURE OF CASH FLOWS SEGMENT INFORMATION IN ACCORDANCE WITH IFRS

© 2017 Golovachyova Yulia Stanislavovna
Undergraduate
Samara State University of Economics
E-mail: yulia-golovachyova2014@yandex.ru

Keywords: cash flows, cash flowsstatement, financial statements, segments, IFRS, operating segments.

In the article the peculiarities of segment information disclosure in the financial statements of economic entities are revealed. The preparation of cash flows statement by segment is proposed and demonstrated by the example of enterprises.

УДК 338

HR-МАРКЕТИНГ КАК КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО ОРГАНИЗАЦИЙ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

© 2017 Головкина Анастасия Олеговна
студент
© 2017 Мухаметзянова Лилия Халиловна
кандидат экономических наук, доцент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: golsia@mail.ru

Ключевые слова: управление персоналом, технологии HR-маркетинга, HR-имидж, рынок труда.

Применение в управлении персоналом организации технологий маркетинга позволяют ей успешно конкурировать на рынке труда и формировать эмоционально положительные представления у потенциальных сотрудников. В качестве современного направления применяют технологию HR-маркетинга, позволяющую организации на основе базовых принципов привлекать специалистов.

Современный мир подвержен изменениям. Для того, чтобы оставаться на плаву, организации не могут игнорировать эти изменения. Поколение "Y" - это люди, которые хотят жить здесь и сейчас, они не готовы на то, чтобы работать сутками для того, чтобы в далеком буду-

щем пожинать плоды своей деятельности. Компании обеспокоены тем, что численность трудоспособного населения снизится, поэтому в настоящий момент идет борьба не за таланты, а за людей.

Также следует отметить, что у современного потребителя нет той "преданности" товару, которая была в прошлом веке, перестали создавать "вечные" товары, ежедневно один товар сменяется другим и про первый также быстро забывают. Коммуникационная среда переместилась в Интернет, но в этом присутствуют свои положительные стороны: доступность и скорость распространения информации возросли во много раз.

Рынок труда эволюционировал. Можно сказать, что он встал "с ног на голову", потому что теперь работодатели борются за людей, а не наоборот¹. Относительно недавно люди расценивались как ресурсы, а сейчас - персонал - это главный капитал. Наступила эра HR-маркетинга.

HR-маркетинг - это концепция управления, в которой сотрудники рассматриваются в качестве внешних и внутренних клиентов фирмы, направленная на удовлетворение потребности организации в персонале².

С одной стороны, HR-маркетинг призван находить потенциальных сотрудников, а с другой - призван сформировать лояльность уже существующих сотрудников.

Специалисты в сфере HR-маркетинга должны уметь находить главные достоинства, достижения в сфере работы с сотрудниками, уметь правильно информировать о них персонал компании, а также всех заинтересованных участников рынка труда. Их задача - выстраивать позитивный бренд HR-службы, делать цели и задачи работы с персоналом более понятными другим сотрудникам.

Для того, чтобы HR-маркетинг был результативным и продуктивным необходимо, чтобы специалисты в сфере HR-маркетинга придерживались следующих принципов: постоянство HR-маркетинга, простота и доступность HR-маркетинга, привлекательность HR-маркетинга, сегментация "потребителей". Рассмотрим эти принципы подробнее.

Под постоянством HR-маркетинга имеется в виду то, что основная информация, транслируемая HR-службой как внутри компании, так и за её пределами, должна быть постоянной, стабильной. Как сотрудники компании, так и потенциальные сотрудники должны видеть одну и ту же информацию. Главное условие состоит в том, что нельзя менять ее ключевые моменты.

HR-брендинг - это комплекс целенаправленных мероприятий по формированию положительного имиджа работодателя³. Как бы он не кричал и не заявлял о себе, никто в него не поверит, если в работе с сотрудниками он легко меняет приоритеты и направление действий, не информируя людей о причинах таких изменений. В крайнем случае, если изменения HR-приоритетов нельзя избежать, то компании необходимо не только информировать реальных и потенциальных сотрудников, рынок труда, но и объяснять их причины так, чтобы к компании сохранилось позитивное восприятие, а еще лучше, чтобы оно усилилось.

Постоянство HR-маркетинга также означает, что все HR-процессы в организации, её HR-стратегия и корпоративная культура должны непосредственно сочетаться друг с другом, образуя единое целое. Добиться этого не так просто для HR-маркетинга, но если эта задача решится успешно, то реальные и потенциальные сотрудники очень быстро отреагируют на такую информацию, причём с положительной стороны.

Простота и доступность HR-маркетинга. Информация, которая исходит от HR-службы компании и от специалистов HR-маркетинга, должна быть простой и понятной. У ваших внешних и внутренних потребителей нет времени, чтобы заинтересованно изучать кипы длинных документов и текстов. Потребитель старается быстро дать оценку самым важным моментам с точки зрения заманчивости, перечитывать тонну информа-

ции просто скучно и неэффективно. Учитывая этот аспект, что HR-маркетинг компании должен помогать в решении проблем, HR-службы именно это и должны преподносить людям.

Однако все вышесказанное не означает, что надо скрывать существующие проблемы от потребителей. Суть состоит в том, чтобы преподносить лишь самую главную, самую важную информацию. Ясно, кратко и четко рассказать о проблемах, одновременно рассказывая о преимуществах и выгодах, которые получают сотрудники, решив эти проблемы.

Привлекательность HR-маркетинга. Главной задачей специалистов по HR-маркетингу это создание привлекательного кадрового имиджа организации. Специалисты HR-маркетинга должны показать какие-то интересные элементы внутренней жизни компании, о которых было бы интересно узнать не только уже работающим сотрудникам, но и возможным. Читать об окладе сотрудников за прошлый квартал неинтересно. Тем более, предполагается, что эта информация находится в открытом доступе. Если, конечно, у организации тесные и доверительные отношения с сотрудниками, что тоже немаловажный аспект, ведь существует мнение, что в некоторых сегментах российского рынка труда, рассчитывать исключительно на порядочность и добрую волю работодатели довольно опрометчиво⁴. Сегментация в HR-маркетинге. Не стоит забывать о взаимодействии с целевой аудиторией. Для эффективного HR-маркетинга нужно с самого начала работы определить целевые группы, на которые будет ориентировано взаимодействие и продвижение. Обычно HR-маркетинг ориентирован на следующие целевые группы: топ-менеджмент, менеджмент, сотрудники, кандидаты. Ко всем целевым группам необходимо использовать свой особенный подход, ведь данные группы имеют различные потребности.

Такое деление облегчит работу HR-маркетинга: не надо будет сразу транслировать всю информацию для всей аудитории. При этом нужно непрерывно отслеживать изменения, которые происходят внутри данных групп, особенно - изменения их потребностей. В каких-то случаях доступ какой-либо целевой группы к определённой информации может быть расширен. Однако такое решение должно приниматься очень взвешенно, с учётом возможных последствий, причём приниматься не на уровне специалистов по HR-маркетингу, а на уровне HRM предприятия.

HR-маркетинг - молодое и активно развивающееся направление в HRM, но уже сейчас его важность очень высока. Поэтому компаниям, заботящимся о своём будущем, стоит задуматься об инвестициях в HR-маркетинг: он позволяет сформировать позитивный HR-бренд компании, повысить её известность и узнаваемость на рынке труда. Законы рынка на самом деле пришли в HR⁵. И компании должны научиться жить по ним - если хотят оставаться конкурентоспособными.

¹ Луцкина В. HR-маркетинг. Законы рынка пришли в управление персоналом. URL: <http://www.ht.ru/cms/component/content/article/1-articles/102032-07052013> (дата обращения 01.10.2017).

² Дмитриева С.Д. HR-маркетинг как составляющая системы управления персоналом // Инновационная наука. 2016. № 2. С. 109-112.

³ Мансуров Р.Е. HR-брендинг. Как повысить эффективность персонала. СПб. : БХВ-Петербург, 2011. 210 с.

⁴ Беляева М.Г. Неформальные механизмы регулирования отношений субъектов рынка труда // Вестники Самарского государственного экономического университета. 2014. № 9 (119). С. 129-133.

⁵ Кинтчер Дж. Основные принципы HR-Маркетинга. URL: http://www.hr-journal.ru/articles/ov/ov_718.html (дата обращения: 28.09.2017).

HR-MARKETING AS A COMPETITIVE ADVANTAGE OF ORGANIZATIONS IN THE MODERN WORLD

© 2017 Golovkina Anastasia Olegovna
Student

© 2017 Mukhametzyanova Lilia Khalilovna
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Samara State University of Economics
E-mail: golsia@mail.ru

Keywords: HR management, HR-marketing technology, HR-image, labor market.

The application of marketing technologies in the management of the organization's personnel allows it to successfully compete in the labor market and generate emotionally positive views from potential employees. As a modern trend, HR-marketing technology is used, which allows the organization to attract specialists on the basis of basic principles.

УДК 338.45

СПЕЦИФИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПРОЦЕССОВ СЛИЯНИЙ И ПОГЛОЩЕНИЙ НА ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОМ РЫНКЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

© 2017 Гончарова Александра Евгеньевна
магистрант

Волгоградский государственный технический университет
E-mail: 15_sandra_95@mail.ru

Ключевые слова: фармацевтический рынок, тенденции и перспективы, специфические особенности, слияния и поглощения, инновационное развитие.

Рассмотрены особенности процессов слияний и поглощений на фармацевтическом рынке Российской Федерации. Российский рынок фармацевтической продукции является одним из наиболее динамичных в мире. По прогнозам ученых, в скором времени он продолжит развиваться и может войти в тройку крупнейших рынков Европы.

Для экономики любой страны фармацевтический рынок является одним из важнейших рынков¹. Высокий уровень трудоспособности населения и рост качества его жизни обеспечивает грамотно, выстроенная система здравоохранения², что и характеризует уровень развития фармацевтического рынка.

В данный момент, влиянию кризиса и санкционных обстоятельств фармацевтический рынок РФ подвержен незначительно. В потреблении лекарств на душу населения Россия отстает от среднемирового уровня в три раза, тем самым и определяется значи-

тельно высокий потенциал роста. Рост экспорта в натуральном выражении в 2016 г. составил 6,3%. В 2016 г. 48,5% всего экспорта приходилось на Украину (32,3%) и Узбекистан (16,2%). Значительный рост объема экспорта на Украину связан в первую очередь с крупными поставками медикаментов на территорию Донбасса и Луганской области. Традиционно лидерами поставок на Украину являются компании-импортеры "Нижфарм Украина" ОАО (16,7%) и "Метрополия" ООО (15,7%). Несмотря на сокращение объема поставок в Узбекистан более чем на 22%, страна сохранила вторую позицию в рейтинге. В 2016 г. 22% всего экспорта в Узбекистан составляли препараты компаний "Биотэк" и "Материя Медика". Законодательные изменения в Таджикистане отразились и на объемах импорта медикаментов в страну. В частности, экспорт из РФ по итогам 2016 г. снизился на 9%. Стоит обратить внимание на значительный рост экспорта в Литву - более чем на 40%, что обусловлено увеличением поставок из РФ антибактериальных препаратов для системного использования. Отечественные компании в основном занимаются производством продукции с низкой добавленной стоимостью.

Фармацевтический рынок РФ в целом характеризуется скорее преобладанием предложений о сотрудничестве и проведении совместных разработок, а не сделок по слиянию и поглощению³. Отсутствует налоговое стимулирование развития отрасли (в том числе экспорта и расходов на НИОКР). Мелкими объемами производства определяется низкая конкурентоспособность отечественных предприятий по сравнению с зарубежными (как на внешнем, так и на внутреннем рынке). Например, у крупнейшей российской фармацевтической компании "Фармстандарт" объемы продаж составляют менее 0,6 млрд долл., в то время как у крупнейшей глобальной швейцарской корпорации "Novartis" - 53 млрд долл. (см. рисунок).

Расходы крупнейших четырех российских компаний на НИОКР составляют в совокупности 15-20 млн долл., в то время как у швейцарской компании "Novartis" - 7 млрд долл. Исходя из таких данных можно сделать вывод, что бюджеты расходов на НИОКР вообще несопоставимы.

В перспективе в российской фармацевтической промышленности ожидается увеличение числа сделок по слияниям и поглощениям⁴ с участием как зарубежных, так и ведущих отечественных фармацевтических компаний⁵. Тенденции роста сделок M&A в отечественной фармацевтической промышленности отражают глобализационные процессы в мировой фармацевтической индустрии⁶, они будут нарастать в связи с ужесточением глобальной конкуренции на мировом фармацевтическом рынке.

Приобретение иностранными фармацевтическими компаниями отечественных фармпроизводств обусловлено законодательными инициативами по импортозамещению. Можно ожидать сделок M&A как в сегменте фармацевтического производства, так и в розничном сегменте. Однако, по мнению представителей крупных зарубежных фармкомпаний, на российском фармацевтическом рынке очень мало серьезных объектов для поглощения с учетом того, что ценность для потенциальных покупателей представляют не заводы, а портфели. В России, с одной стороны, имеется избыток производственных мощностей, а с другой - дефицит мощностей для проведения R&D.

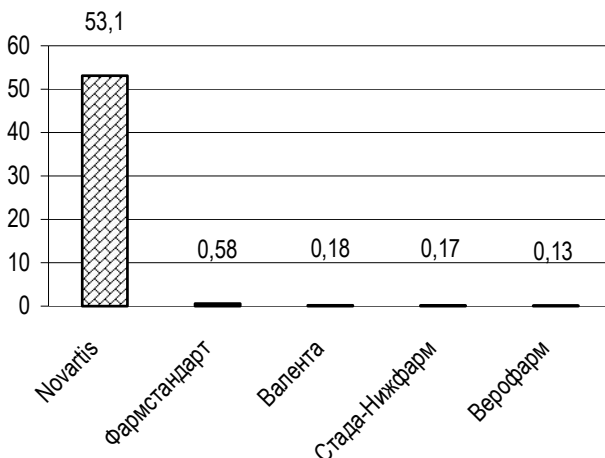


Рис. Объемы продаж крупнейших российских фармацевтических компаний

Инновационное развитие требует серьезных инвестиций в изобретения, испытания и апробацию новых ЛС. В настоящее время Институт биоорганической химии РАН, а также Тихоокеанский институт биоорганической химии Дальневосточного отделения РАН, Дальневосточный федеральный университет ведут активную работу по использованию природных токсических соединений при разработке инновационных лекарственных препаратов и внедрения их в клиническую практику. Работы в области инновационных систем доставки лекарственных средств ведутся во многих академических институтах, а также в нескольких университетских исследовательских центрах, включая НИИ Физико-химической биологии им. Белозерского при МГУ, многие базовые институты МФТИ, а также отдельные частные компании, например, центр высоких технологий "Химрар".

В общем и целом можно заключить, что данная отрасль биофармацевтических технологий находится в России в хорошем и активно прогрессирующем состоянии.

¹ Евстратов А.В. Формирование и развитие фармацевтического рынка Российской Федерации // Известия Волгоградского государственного технического университета. 2006. № 5. С. 24-28.

² Измайлов А.М. Методический подход к анализу конкурентоспособности фармацевтического промышленного предприятия // Бизнес в законе. 2015. № 3. С. 232-236.

³ Евстратов А.В., Игнатъева В.С. Ретроспективный обзор процессов слияний и поглощений на мировом фармацевтическом рынке // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2016. № 11 (145). С. 24-31.

⁴ Евстратов А.В., Пушкарев О.Н., Гончарова А.Е. Анализ процессов слияний и поглощений на мировом фармацевтическом рынке // Известия Волгоградского государственного технического университета. 2017. № 2 (197). С. 47-53.

⁵ Евстратов А.В., Измайлов А.М. Слияния и поглощения компаний на фармацевтическом рынке: мировой опыт и российская специфика : монография / ВолгГТУ. Волгоград, 2016. 156 с.

⁶ Evstratov A.V. Mergers and acquisitions of companies in the global pharmaceutical market in 1999-2012 // World Applied Sciences Journal. 2014. № 32 (7). P. 1400-1403.

SPECIFIC FEATURES OF MERGERS AND ABSORPTION PROCESSES IN THE PHARMACEUTICAL MARKET OF THE RUSSIAN FEDERATION

© 2017 Goncharova Alexandra Evgenevna

Undergraduate

Volgograd State Technical University

E-mail: 15_sandra_95@mail.ru

Keywords: pharmaceutical market, trends and prospects, specific features, mergers and acquisitions, innovative development.

In the article features of processes of merges and absorption on the pharmaceutical market of the Russian Federation are considered. The Russian pharmaceutical market is one of the most dynamic in the world. According to forecasts of scientists, soon it will continue to develop and can enter the top three of the largest markets in Europe.

УДК 338.46

ЛОГИСТИЧЕСКИЙ СЕРВИС КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ АВТОМОБИЛЬНОГО РЫНКА

© 2017 Гранкина Светлана Валерьевна

кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: svetav_grankina@mail.ru

Ключевые слова: логистика, логистический сервис, автомобильный рынок РФ, конкурентоспособность.

Статья посвящена одному из ключевых факторов развития современного автомобильного рынка - логистическому сервису. Автор рассматривает данный фактор как основополагающий в условиях высокого уровня конкурентной борьбы на автомобильном рынке и снижения объема продаж российских автосалонов.

Динамичное развитие автомобильной отрасли в России вынуждает автосалоны формировать свои конкурентные преимущества на основе развития логистического сервиса, который дает возможность автосалону выстраивать свою работу на качественно ином уровне, позволяет внедрять новые технологии и применять эффективные управленческие практики. Логистический сервис представляет собой совокупность логистических операций, обеспечивающих максимальное удовлетворение спроса потребителей в процессе управления материальными, финансовыми и информационными потоками. Его развитие обусловлено использованием современных методов управления, основанных на снижении затрат и повышении качества обслуживания клиентов.

По итогам 2016 года автомобильный рынок РФ занимал пятое место среди европейских стран. В мировом рейтинге она соответственно имела 2,9% и 2,1% в мировой продаже и производстве¹. Согласно данным Ассоциации европейского бизнеса (АЕБ) в 2013 году продажи сократились на 5%, в 2014 г. - на 10,3%, в 2015 году - на 35,7%. В 2017 году показатель по оценкам специалистов вырастет до 1,5 млн единиц, а в 2018 году возможно ожидание реального роста продаж легковых автомобилей, а к 2020 году - возможно, до 2 млн. В апреле 2017 года продажи новых легковых автомобилей в России составили 120,1 тыс. единиц, показав рост на 7,3% по сравнению с результатом годичной давности.

Интеграция российского рынка автомобильной промышленности в мировой способствовала росту доли иномарок на отечественном рынке. В то же самое время наблюдается рост продаж отечественных автомобилей. Самым популярным автомобилем в мае 2017 года стали автомобили Lada, а среди иномарок - Kia Rio². Одновременно наблюдается постоянное сокращение доли отечественных производителей на автомобильном рынке и усиливается конкуренция внутри ценовых сегментов. При этом фиксируется снижение числа дилеров в России - в 2016 году их количество снизилось до 3,5 тысяч.

Сокращение дилерской сети происходит третий год подряд: с 2014 года рынок потерял уже 750 дилеров. На начало 2014 года работали около 4,1 тыс. центров, в то время как в начале 2017 года в России работали 3,5 тыс. дилерских центров легковых автомобилей. Существенное сокращение дилерской сети пришлось на 2015-2016 годы - перестали функционировать около 500 предприятий. По оценкам экспертов в 2017 году могут закрыться 150 дилерских центров. Основной причиной их закрытия стало значительное сокращение продаж новых автомобилей.

Сегодня на одно дилерское предприятие приходится в среднем 35 автомобилей в месяц, что явно недостаточно для устойчивого финансового положения дилеров. В 2017 году рынок не покажет существенный рост, поэтому продолжают функционировать только финансово-стабильные автодилеры. В ноябре 2016 года по данным агентства "Автостат-Инфо" наблюдалось наиболее заметное сокращение дилерской сети самарского производителя ПАО "АвтоВАЗ"³. С января было закрыто 54 точки продаж и обслуживания автомобилей⁴.

В этих условиях автосалонам для удержания стабильно высоких позиций на рынке потребителей необходимо формировать эффективные системы логистического сервиса. Это позволит оказывать влияние на конечные результаты деятельности через управление и моделирование сервисных потоков⁵. Автосалоны вынуждены отстаивать конкурентные позиции на автомобильном рынке, для этого необходимы новые знания и профессионализм в данной сфере деятельности. Специфика деятельности автосалонов заключается как в реализации автомобилей конечным потребителям, так и в разработке определённого фирменного стиля, в основе которого должен лежать высокий уровень логистического сервиса. Эффективность его предоставления на современном рынке связана со следующими факторами:

- 1) Совершенствованием в секторе обслуживания (логистика, продажи, сервис)⁶.
- 2) Автоматизация процесса управления в автосалонах, обеспечивающая инициативу и самостоятельность низовых звеньев в выделении и специализации бизнес-процессов.

3) Необходимость создания эффективных систем управления, обеспечивающих конкурентоспособность автосалона.

4) Высокий уровень управленческой и исследовательской подготовки руководителей и специалистов.

5) Активность руководителей предприятий в вопросах обеспечения конкурентоспособности.

6) Ориентированность механизма управления качеством на удовлетворение потребностей потребителей.

Большинство современных автосалонов имеют формальный подход к сервису, ограничиваясь просто вежливым отношением к клиентам. Менеджеры не всегда умеют правильно определить потребности клиента, поэтому часто возникает ситуация или "навязчивого" сервиса, или отсутствие внимания. В большинстве случаев недовольство клиентов вызывают сроки ожидания поставки, как автомобилей и комплектующих к ним, так и уровень качества обслуживания.

Во многих автосалонах отсутствует сервисная стратегия, которую заменяют совокупностью отдельных задач, не интегрированных в одну программу. Кроме того, присутствует неопределенность ответственности за организацию сервиса в целом, а лишь присутствует ограниченная ответственность разных функциональных служб предприятия. Частой проблемой является недооценка руководства значимости логистического сервиса для эффективности работы автосалонов.

Логистический сервис способствует повышению лояльности клиента к автосалону. Поэтому для поддержания стабильного положения автосалонов на рынке необходимо формировать устойчивые конкурентные преимущества, основанные на следующих правилах:

- груз (нужный товар) - соответствие услуги требованиям потребителей;
- качество - высокий уровень обслуживания;
- количество - широкий ассортимент услуг;
- время - оперативность обслуживания;
- место - выгодное расположение предприятия;
- затраты - приемлемая цена.

В результате конкурентное преимущество получает тот автосалон, который обеспечивает информационную готовность к поставке, оптимальный срок поставки; качество поставки; гибкость и точность поставок.

Эти показатели логистического сервиса могут стать основой формирования лояльности клиента к автосалону и залогом построения системы партнерских отношений.

Таким образом, проблемы управления развитием логистического сервиса в деятельности автосалонов являются актуальными в современных условиях развития автомобильного рынка по ряду причин, самыми важными из которых являются высокая конкуренция, неопределенность и неустойчивость рыночной среды, вызывающая снижение объемов продаж дилерских центров и уменьшение их числа на рынке.

¹ Хлус А.А. Современное состояние и перспективы развития российского автомобильного рынка // Российский внешнеэкономический вестник. 2015. № 6. С. 100.

² Аналитическое агентство "АВТОСТАТ". URL: <https://www.autostat.ru> (дата обращения: 11.05.2017).

³ Экономико-логистические проблемы развития городских и сельских территорий Самарской области : монография / С.Н. Блинков [и др.]. Кинель : РИЦ СГСХА, 2015.

⁴ URL: <http://www.rbc.ru/newspaper> (дата обращения: 15.05.2017).

⁵ Кириллова Л.К. Глобальная конкуренция как фактор трансформации логистических решений // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2014. № 3 (113).

⁶ Киндюкова И.С., Саямова Я.Г. Инновации в сфере управления качеством обслуживания потребителей // XI Международная научно-практическая конференция "Наука сегодня: теория, практика, инновации", Москва, 1 мая 2016 г. М., 2016.

LOGISTICS SERVICE DEALERS AS A FACTOR IN THE DEVELOPMENT OF THE AUTOMOTIVE MARKET

© 2017 Grankina Svetlana Valeryevna
Candidate of Economics, Associate Professor
Samara State University of Economics
E-mail: svetav_grankina@mail.ru

Keywords: logistics, logistic service, automotive market of the Russian Federation.

The article is devoted to one of the key factors of the development of the automotive market as a logistics service. The author consider this factor as fundamental in the conditions of high level of competition on the automotive market and also at reducing the volume of sales of Russian car dealers.

УДК 337

ПОВЫШЕНИЕ ВОВЛЕЧЕННОСТИ ПЕРСОНАЛА В УСЛОВИЯХ НЕСТАБИЛЬНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ В СТРАНЕ*

© 2017 Григорьева Алена Евгеньевна
магистрант

© 2017 Сураева Мария Олеговна
доктор экономических наук, доцент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: alena-grigoreva-94@mail.ru

Ключевые слова: организация, персонал, вовлеченность персонала, вовлеченность в работу, организационная приверженность, корпоративная культура.

Рассматриваются проблемы снижения оборотов, объемов выручки, прибыльности отечественных компаний, которые напрямую связаны с таким понятием, как вовлеченность персонала. Статья дает понимание, какие ошибки допускают руководители компаний, вследствие чего в стране до сих пор существует проблема текучести кадров. Описываются основные признаки, которые, по мнению многих зарубежных и отечественных теоретиков и практиков, способствуют росту во-

* Исследование выполнено в рамках государственного задания Министерства образования и науки РФ № 26.940.2017/ПЧ, проект "Управление изменениями в системе высшего образования на основе концепции устойчивого развития и согласования интересов".

вовлеченности сотрудников. Раскрывается понятие "вовлеченность персонала", указываются некоторые распространенные характеристики не вовлеченных сотрудников. Отмечаются различные детали, на которые стоит обратить внимание современным менеджерам, руководителям как малого и среднего бизнеса, так и крупного, которые впоследствии помогут повысить уровень вовлеченности сотрудников к работе и компании, а также увеличить уровень вовлеченности персонала во всей стране.

В условиях экономической нестабильности в России ни для кого не секрет, что многие организации страны терпят падение оборотов, объемов выручки и прибыли. Согласно существующим прогнозам различных российских и зарубежных аналитиков данная ситуация в стране в 2017 году будет не столь критична. Алексей Кудрин заявляет, что "если санкции против России будут ослабевать, наша страна уже за 2 года сможет преодолеть экономический кризис, и начнется рост экономики". Государственный деятель также уверен, что в 2017 году объем иностранных инвестиций должен увеличиться относительно данного показателя в 2016 году.

Из высказывания А. Кудрина следует, что если ситуация не изменится, то даже рост цен на нефть не спасет Россию от инфляции, если будет запрет на ее продажу. Правительство России должно бороться с коррупцией на внутреннем уровне и создавать лучшие условия для трудовых ресурсов страны.

Максимальное использование трудовых ресурсов для повышения финансово-экономической продуктивности для большинства отечественных компаний, где присутствует систематическое целенаправленное управление вовлеченностью собственного кадрового потенциала, является своеобразным национальным культом. Развитие вовлеченности сотрудников компаний дает возможность России сократить ежегодные финансовые потери.

Само понятие "вовлеченность персонала" уже давно вошло в лексикон менеджеров и трактуется в различных изданиях. Однако до конца не все понимают значение данного понятия и путают его с такими смежными понятиями, как "удовлетворенность работой", "лояльность", "мотивированность персонала". Вовлеченность персонала в выполняемую работу сотрудником компании - "это измеримый уровень позитивных или негативных эмоций сотрудников относительно их работы, коллег и компании в целом, который напрямую влияет на их желание и готовность эффективно выполнять свои обязанности и постоянно развиваться профессионально". Вовлеченность сотрудников полностью строится на их внутреннем желании и не может быть навязана извне. На этом утверждении сходятся большинство специалистов в данной области.

Исходя из этого, стоит отметить, что организационная культура организации является своеобразными факторами, которая регулирует уровень вовлеченности каждого отдельного сотрудника. Именно высший менеджмент компании должен создавать данную вовлеченность сотрудников. Это является ключевой функцией руководства организации. От реализации данной функции зависит эффективность работы самой организации и желание персонала работать в ней. Здесь выявляется еще одна проблема, характеризующаяся большой текучестью кадров. К сожалению, многие люди ходят на работу, выполняют свои обыденные действия, получают за это заработную плату, премии, отпускные, но при полном своем желании с удовольствием бы не пошел на эту работу при любом удобном случае. По данным института Gallup (Гэллага), в США лишь около 1/3 работников полностью вовлечены в работу. В других странах ситуация с вовлеченностью

еще хуже: по-настоящему вовлеченными можно считать лишь 13% работающего населения земного шара.

Многие задаются вопросом, как распознать вовлеченного сотрудника и какие признаки им присущи? Давайте выделим некоторые признаки, которые помогут такого сотрудника отыскать.

- 1) заинтересованность в рабочем процессе, преданность компании и руководству;
- 2) желание реализовывать свой потенциал и выходить за рамки обязанностей по своей личной инициативе;
- 3) полная удовлетворенность в условиях труда, размере оплаты труда;
- 4) стремление к профессиональному росту;
- 5) гордость за свою компанию, поддержка всех ее проектов;
- 6) инициативность;
- 7) настойчивость.

Ещё одной проблемой слабой вовлеченности сотрудников является смена поколений. 1/3 рабочей силы в любой организации составляют те, кто начали работать в компании с 2000-х годов. Данному поколению не составит труда поменять работу, сменить обстановку. Им не присущи такие характеристики, как спокойствие, комфорт, полное подчинение и терпимость. Такие работники не будут сидеть и ждать, пока руководитель их отдела или компании в целом займется их вовлеченностью. Так мы подходим к главному вопросу данной статьи. Каким образом повысить вовлеченность персонала в короткие сроки при действующей ситуации в экономике России?

Теоретики и практики выделяют три основных направления, которые помогут повысить уровень вовлеченности персонала:

1. Информирование. Чем больше сотрудников компании знают о происходящей ситуации внутри организации, знают основные цели и планы, перспективы роста, о трудностях, которые нужно решить совместно руководству и подчиненным, тем сильнее они вовлекаются в рабочий процесс. Важно в компаниях создать каналы распространения информации, причем данный совет подходит как для малого, среднего, так и для крупного бизнеса. Канала распространения могут быть абсолютно любыми: рассылки, собрания, корпоративный блог, группы в социальных сетях, корпоративные медиа.

2. За распространением информации следует обязательная обратная связь. Руководству необходимо стимулировать своих сотрудников к принятию решений, созданию новых идей и принципов улучшения ситуации в компании по тем или иным проблемам. Каждый работник должен осознанно принимать участие в работе подразделений и организации в целом.

3. Забота о сотрудниках. Когда человек чувствует, что компании не безразлично его участие, то он относится к работе "с душой".

Озадачиваясь вопросом вовлеченности персонала, руководители часто выделяют определенного сотрудника или группу сотрудников, которые должны будут заниматься этим вопросом. Провести планирование, разработать, внедрить систему вовлеченности персонала к процессу труда. Используя различные методики, инструменты, знания и предыдущий опыт других компаний, такой специалист должен будет целенаправленно сформировать корпоративную культуру компании, направленную на постоянное повышение вовлеченности персонала в работу организации, тем более в условиях нестабильной экономической ситуации в стране.

Таким образом, можно прийти к короткому, но цельному выводу, что если вы хотите повысить вовлеченность сотрудников в рабочий процесс, то стоит их больше информировать о целях компании, о планах и перспективах развития. Также очень важно заниматься их стимулированием в отношении принятия самостоятельных решений и развитии новых, свежих идей. И, в конце концов, сотрудник должен чувствовать, что о нем заботятся, и что у него есть большой потенциал для развития в данной компании и в данной сфере.

1. Егорова А. Вовлеченность персонала. 7 шагов к пониманию. Business Result Group, 2014. 27 с.
2. Йон Хеллеви. Вовлеченность персонала в России. Предварительная версия. Как построить корпоративную культуру, основанную на вовлеченности персонала, клиентоориентированности и инновациях. Russia Advisory Group Oy, Helsinki, 2012. 119 с.
3. Липатов С.А. Вовлеченность работников в организацию или увлечённость работой: соотношение понятий // Организационная психология. 2015. № 1. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/vovlechnost-rabotnika-v-organizatsiyu-ili-uvlechnost-rabotoy-sootnoshenie-ponyatiy>.
4. Кириллов Л. Вовлеченность персонала как фактор успешности компании в условиях кризиса // Корпоративный менеджмент. 2016. URL: <http://hc-m.ru/index.php/publikatsii/27-vovlechnost-personala-kak-faktor-strategicheskogo-uspekha-kompanii-v-usloviyakh-krizisa>.
5. Прогнозы экономики России на 2017 год от международных экспертов. URL: <http://novyjgod.com/vesti/prognozy-ekonomiki-rossii-na-2017-eksperty.html>.

INCREASING OF THE INVOLVEMENT OF STAFF IN THE UNSTABLE ECONOMIC SITUATION OF THE COUNTRY

© 2017 Grigorieva Alena Evgenievna
Undergraduate

© 2017 Suraeva Maria Olegovna
Doctor of economic Sciences, Associate Professor
Samara State University of Economics
E-mail: alena-grigoreva-94@mail.ru

Keywords: organization, personnel, staff involvement, involvement in work, organizational commitment, corporate culture.

The article discusses the problems of reducing turnover, revenue, profitability of domestic companies, which are directly related to such a concept as "staff involvement". The article gives an understanding of what mistakes are made by company executives, as a result of which there is still a problem of personnel turnover in the country. Also, the article describes the main features that, according to many foreign and domestic theorists and practitioners, contribute to the growth of employee involvement. In the body of the article, the concept of "Employee involvement" is disclosed, some common characteristics of unaffiliated employees are indicated. Various details are noted, which should be paid attention to modern managers, managers of both small and medium-sized businesses, and large, which will later help to increase the level of involvement of employees in the work and company, as well as increase the level of staff involvement throughout the country.

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ГОРОДСКОГО ОКРУГА САМАРА: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

© 2017 Гришина Яна Михайловна

студент

© 2017 Чудаева Александра Александровна

кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: grischina.ian@yandex.ru

Ключевые слова: инвестиции, инвестиционная привлекательность, оценка инвестиционной привлекательности, подход, метод.

Изучены подходы к оценке инвестиционной привлекательности, рассмотрены инвестиционная привлекательность г.о. Самара на основе национальных рейтингов, оценка современного состояния инвестиционной привлекательности Самары и перспективы ее развития.

В современных экономических условиях инвестиционная деятельность является основой реализации структурных изменений в экономике, осуществления модернизации ее отраслей, устранения диспропорций в развитии регионов, повышения уровня занятости населения и его благосостояния, стимулирует развитие науки и техники. Поэтому совершенствование механизма обоснования и привлечения инвестиций в экономику является ключевой задачей в современной экономической ситуации¹. Эффективное решение этой задачи определяется повышением инвестиционной привлекательности объекта инвестирования.

На сегодняшний день не сложилось единой интерпретации понятия "инвестиционная привлекательность". В целом инвестиционную привлекательность можно трактовать как характеристику внутренних и внешних сфер объекта инвестирования, обуславливающую преимущества и недостатки вложения денежных средств инвесторами в данный объект. Применительно к городу понятие инвестиционной привлекательности можно преобразовать в интегральную характеристику с позиции инвестиционного климата, уровня развития инфраструктуры, возможности привлечения инвестиционных ресурсов и других факторов, влияющих на формирование дохода от инвестиций и инвестиционных рисков.

В процессе изучения инвестиционной привлекательности городского образования следует базироваться на том, в какой области расположен город². На данном этапе развития экономики Самарской области для оценки ее инвестиционной привлекательности следует использовать подход, в основе которого лежит методика рейтингового агентства "Эксперт-РА", включающая анализ факторов в разрезе двух характеристик: инвестиционного потенциала и инвестиционного риска. Причиной тому является высокая вовлеченность экономики области на мировом уровне (Самара имеет 120 стран торговых партнеров; 9 млрд. долларов внешнеторгового оборота³). Поэтому для привлечения ин-

вестиционных ресурсов на рынок Самарской области важна доступность результатов как для российских, так и для иностранных инвесторов.

Проанализируем результаты оценки инвестиционной привлекательности г.о. Самара по методике рейтингового агентства "Эксперт-РА" за 2014-2016 гг. (см. таблицу).

Анализ факторов инвестиционной привлекательности Самарской области за период с 2014 по 2016 г. в соответствии с методологией рейтингового агентства "Эксперт-РА"

Показатели	Год		
	2014	2015	2016
Ранг суммарного потенциала	10	12	13
Ранг интегрального инвестиционного риска	16	22	20
Доля в общероссийском потенциале, %	1,957	1,877	1,8

Самарской области более 19 лет присваивается рейтинг 2В: средний потенциал - умеренный риск.

По данным "Эксперт-РА", инвестиционный потенциал Самарской области падает наряду с увеличением инвестиционного риска, из чего следует падение инвестиционной привлекательности для инвесторов, что может быть обусловлено общим падением инвестиционной привлекательности страны, связанным с санкционными действиями со стороны США и стран Европы.

В дополнение к методике агентства "Эксперт РА" можно воспользоваться результатами Рейтинга инвестиционной привлекательности регионов России Национального рейтингового агентства (НРА)⁴. Его методология включает оценку 7 факторов: обеспеченность региона природными ресурсами и качество окружающей среды в регионе; трудовые ресурсы региона; региональная инфраструктура; внутренний рынок региона (потенциал регионального спроса); производственный потенциал региональной экономики; институциональная среда и социально-политическая стабильность; финансовая устойчивость регионального бюджета и предприятий региона. Согласно данным НРА, Самарская область в 2014 году имела рейтинг IC2 (высокая инвестиционная привлекательность - второй уровень); в 2015 году - IC3 (высокая инвестиционная привлекательность - третий уровень); в 2016 году - IC3. По этим результатам можно говорить о стабильном состоянии инвестиционной привлекательности региона в 2016 году.

Перспективы повышения инвестиционной привлекательности Самарской области достаточно реальны, так как помимо выгодного географического положения, развитой транспортно-логистической системы, наличия ОЗЭ "Тольятти", промышленных парков "Преображенка", "Чапаевск", "Тольяттисинтез", технопарка "Жигулевская долина", международного аэропорта "Курумоч", хорошо проработанной законодательной базы и развитой системы ГЧП, область ведет активную работу по привлечению инвесторов в различные отрасли экономики.

Огромную роль в этой работе играет подготовка к Чемпионату мира по футболу-2018, в рамках которого реализуется строительство многих спортивных объектов (например, стадион "Самара-Арена") и проведение активной работы Правительством Самарской области. Эта работа направлена на совершенствование инфраструктуры, дорожного оснащения, развитие рекреационной составляющей. Таким образом, проведение ЧМ-2018 должно дать региону мощный толчок для роста не только в спорте, но и во

всех сферах, в том числе качественно улучшить имидж Самарской области. О повышении инвестиционной привлекательности за счет проведения масштабных спортивных мероприятий можно судить по опыту Республики Татарстан, чья инвестиционная привлекательность увеличилась с уровня 2В до уровня 1А в рейтинге "Эксперт-РА" в связи с проведением XXVII Всемирной летней Универсиады 2013 в Казани.

На повышение инвестиционной привлекательности Самарской области оказывает влияние и активная работа на мировой арене: сотрудничество с иностранными предприятиями (ПАО "КуйбышевАзот" и Maire Tecnimont - создание совместного предприятия по производству карбамида; презентация ОЭЗ "Тольятти" на российско-испанском форуме в Москве в 2017г), активный переход на международные стандарты качества (ООО "Эдша Тольятти" получило сертификат соответствия системы менеджмента качества ISO/TS 16949). На территории Самарской области также разрабатываются планы реализации инвестиционных проектов, направленных на увеличение инвестиционной привлекательности региона: строительство завода по переработке молока на территории города Отрадный; строительства предприятия по производству и переработке мяса в Кинельском районе. Немаловажно, что Самарская область совместно с Агентством стратегических инициатив работает над созданием детских технопарков, центров молодежного инновационного творчества, формируя таким образом позитивный имидж региона. Также стоит отметить, что в рейтинге делового гостеприимства, обсуждавшегося на Петербургском международном экономическом форуме, Самарская область заняла 5 место, что, вероятно, положительно скажется на инвестиционной привлекательности.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод о том, что несмотря на стабильность в рейтингах "Эксперт-РА" и Национального рейтингового агентства, Самарская область, в частности г.о. Самара, имеет высокие возможности роста инвестиционной привлекательности, а также увеличения инвестиционной активности и, как следствие, наблюдения положительной динамики в состоянии инвестиционного климата региона⁵.

¹ Коломыц О.Н., Урманов Д.В. К вопросу об управлении инвестиционным потенциалом региона в современных условиях // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2015. № 9 С. 21-23.

² Тойшева О. А. Инвестиционная привлекательность муниципальных образований // Концепт. 2015. Т. 13 С. 1966-1970. URL: <http://e-koncept.ru/2015/85394.htm>.

³ Инвестиционная привлекательность Самарской области. URL: <http://investinsamara.ru>.

⁴ Рейтинг инвестиционной привлекательности субъектов РФ, дистанционный. URL: http://www.ra-national.ru/sites/default/files/analtic_article.

⁵ См. также: Инвестиционная привлекательность. URL: <http://www.samregion.ru/economy/macro/investment/28.08.2017/skip/1>.

Александрова И.И. Сравнительный анализ подходов к оценке инвестиционной привлекательности регионов // Интерэкспо Гео-Сибирь. 2015. № 1. С. 78-84.

Бланк И.А. Основы инвестиционного менеджмента. СПб. : Ника-Центр, 2005. С. 265.

Ибрагимова Г.Р. Формирование инвестиционной привлекательности муниципального образования // Проблемы и перспективы экономики и управления : материалы Междунар. науч. конф. СПб. : Реноме, 2012. С. 197-199.

Мозгов А.О. О некоторых терминах, используемых в инвестиционных процессах // Инвестиции в России. 2002. № 6. С. 48.

Инвестиционные рейтинги регионов России. URL: <http://raexpert.ru/ratings/regions>.

Рачеева Я.В. Инвестиционная привлекательность России на фоне экономических ограничений // Развитие России в условиях глобальной политической нестабильности и экономических ограничений : материалы студенч. науч. конф. (весенняя сессия). СПб. : Изд-во СПбГЭУ, 2015. С. 158.

Ройзман И.И., Гришина И.В. Сложившаяся перспективная инвестиционная привлекательность крупнейших отраслей отечественной промышленности // Инвестиции в России. 1998. № 1. С. 37-39.

Устюжина О.Н., Хусаинова С. В. Анализ подходов и методов оценки инвестиционной привлекательности регионов // Вестник Адыгейского государственного университета. 2013. № 2 (120). С. 105-114.

INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF URBAN DISTRICT SAMARA: CONTEMPORARY STATE AND PROSPECTS

© 2017 Grishina Yana Mikhailovna

Student

© 2017 Chudaeva Alexandra Alexandrovna

Candidate of Economics, Associate Professor

Samara State University of Economics

E-mail: grischina.ian@yandex.ru

Keywords: investments, investment attractiveness, estimation of investment attractiveness, approach, method.

The approaches to assessing investment attractiveness are studied, investment attractiveness of the city of Samara based on national ratings, assessment of the current state and prospects for development.

УДК 330.332

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

© 2017 Гурбанов Давид Абилович

магистрант

© 2017 Гаранин Сергей Андреевич

магистрант

© 2017 Заступов Андрей Владимирович

кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: oiler79@mail.ru

Ключевые слова: инвестиционный проект, предприятие, инвестиционные затраты, фактор, инвестиционная привлекательность.

Дана характеристика инвестиционной привлекательности предприятия промышленности. Представлены факторы, оказывающие влияние на инвестиционную привлекательность предприятия.

Специфика инвестиционных проектов, реализуемых в отраслях промышленности, продиктована их высокой капиталоемкостью при значительных сроках окупаемости. Внедрение инвестиционных проектов на предприятиях сопряжено с высокими инвестиционными затратами. Кроме того, отмечается устойчивая тенденция роста затрат в расчете на единицу производственной мощности, что связано с постоянным совершенствованием промышленных технологий¹. В этой связи, вопросы инвестиционной привлекательности предприятий промышленности становятся весьма актуальными.

Инвестиционная привлекательность, согласно авторским трактовкам разных экономистов, определяется как экономическая категория, которая характеризуется эффективностью производства предприятия и управления его имуществом, эффективностью финансово-экономической деятельности промышленного предприятия², его готовностью к саморазвитию на основе роста доходности капитала, технико-экономических показателей производственной деятельности, а также качества и конкурентоспособности выпускаемой продукции.

Факторы, оказывающие влияние на инвестиционную привлекательность предприятия³, условно делятся на две группы: внешние и внутренние.

Внешние факторы - это факторы, так или иначе, не проявляющие зависимость от результатов производственно-хозяйственной деятельности промышленных предприятий. К данным факторам стоит отнести следующие: инвестиционная привлекательность территории, которая включает в себя социально-экономические параметры среды, совершенство законодательно-нормативной базы, развитость инфраструктуры, кадровый потенциал территории. Как правило, оценкой инвестиционной привлекательности регионов занимаются специализированные рейтинговые агентства (Moody's, Fitch Ratings).

К внутренним факторам следует относить факторы, связанные главным образом с финансово-экономическими результатами хозяйственной деятельности промышленных предприятий. Поэтому именно внутренние факторы непосредственно определяют влияние на инвестиционную привлекательность промышленного предприятия. К ним относятся следующие ключевые факторы:

1. Финансово-экономическое состояние предприятия, оценка которого основывается на следующих показателях: коэффициент соотношения заемных и собственных средств, коэффициент текущей ликвидности, оборачиваемости активов, рентабельности продаж по чистой прибыли, рентабельности собственного капитала.

2. Организационная структура управления промышленным предприятием: доля миноритарных акционеров в структуре собственников, степень государственного влияния, степень доступности финансовой и управленческой информации, доля чистой прибыли.

При принятии решения о размещении средств, инвестору следует дать оценку ряду факторов, которые определяют экономическую эффективность будущих вложений⁴. В этом случае, нужно учитывать диапазон вариантов сочетания различных значений этих факторов. Также инвестору необходимо оценить их совокупное влияние и результаты взаимодействия.

Ключевым фактором в расчете инвестиционной привлекательности промышленного предприятия являются возможные инвестиционные риски⁵, включающие в себя: риск упущенной выгоды, риск снижения доходности, риск прямых финансовых потерь.

Оценивая инвестиционную привлекательность предприятия, потенциальный инвестор руководствуется той комбинацией различных факторов, которые максимально возможно способны повлиять на выбор того или иного объекта инвестирования.

Среди финансово-экономических факторов, отрицательно влияющих на инвестиционную привлекательность, важно выделить следующие: несовершенство налогового законодательства⁶, структурные риски в банковском секторе экономики, инфляционные процессы, падение производства по ряду отраслей промышленности.

¹ Медведев В.К., Заступов А.В. Эколого-экономические аспекты эффективности ресурсоотдачи механизма природопользования в нефтяном хозяйстве // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2006. № 2 (20). С.136-142.

² Ахмедов Н.А. Формирование системы оценки эффективности реализации инновационной стратегии и инвестиционной политики промышленных предприятий // Менеджмент в России и за рубежом. 2014. № 4. С. 81-85.

³ Маркарян В.Р. Инвестиционный фактор в реализации национальных проектов // Региональная экономика. 2015. № 2. С. 71-79.

⁴ Радионов Н. Прогнозирование доходности предприятия на основе инновационно-инвестиционного подхода // Проблемы теории и практики управления. 2014. № 2. С. 50-62.

⁵ Заступов А.В. Механизмы экономического стимулирования в обеспечении процесса нефтересурсосбережения // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2008. № 4 (42). С. 39-44.

⁶ Заступов А.В. Налоговое стимулирование нефтедобычи в осложненных условиях // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2012. № 4 (90). С. 26-29.

INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF THE INDUSTRIAL ENTERPRISE

© 2017 Gurbanov David Abilovich

Undergraduate

© 2017 Garanin Sergey Andreevich

Undergraduate

© 2017 Zastupov Andrey Vladimirovich

Candidate of Economics, Associate Professor

Samara State University of Economics

E-mail: oiler79@mail.ru

Keywords: investment project, enterprise, investment expenses, factor, investment attractiveness.

In article the characteristic of investment attractiveness of the enterprise of the industry is given. The factors exerting impact on investment attractiveness of the enterprise are presented.

ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ СЕБЕСТОИМОСТЬЮ ПРОДУКЦИИ, ФАКТОРЫ, ЕЕ ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ

© 2017 Данилова Анна Петровна

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: Danilova.anna20@yandex.ru

Ключевые слова: управление предприятием, себестоимость продукции, факторы снижения себестоимости.

Рассматриваются проблемы эффективного управления промышленным производством, недостаточной разработанности его теоретических и прикладных аспектов. Дается классификация источников и факторов снижения себестоимости. Обосновываются приоритетные направления снижения себестоимости.

Актуальность изучения современных промышленных предприятий обусловлена тем, что именно их устойчивый экономический рост - основа стабильного развития экономики. От полного, правильного понимания сути управленческой деятельности руководителем организации во многом зависит решение других управленческих задач, в том числе и установление низкого уровня издержек.

Проблема управления затратами характеризуется как одна из наиболее сложных и важных в экономике промышленности.

Управление предприятием - это постоянное и системное влияние на деятельность его структурных подразделений для обеспечения согласованной работы и достижения конечного позитивного результата¹.

Руководители коммерческого предприятия основной своей целью устанавливают повышение эффективности его работы, а также получение наибольшей (максимально возможной) прибыли. Для достижения таких показателей прибыли управляющие заинтересованы в снижении себестоимости своей продукции.

Себестоимость продукции (работ, услуг) - это выраженные в денежной форме затраты предприятия на производство и реализацию продукции (работ, услуг)².

Эффективность работы организации зависит от управленческой деятельности, в частности от регулирования себестоимости. Одним из главных условий получения точных данных о себестоимости продукции является четкая дифференциация состава производственных затрат.

В соответствии с Налоговым кодексом РФ расходами признаются обоснованные и документально подтвержденные затраты, осуществленные (понесенные) налогоплательщиком. Расходами признаются любые затраты при условии, что они произведены для осуществления деятельности, направленной на получение дохода³.

Под затратами следует понимать денежную оценку стоимости материальных, финансовых, трудовых, информационных, природных и иных видов ресурсов на изготовление, реализацию продукции за определенный временной период⁴.

Чтобы осуществлять контроль за составом затрат по местам их возникновения необходимо знать, что израсходовано в процессе производства, а также на какие цели данные затраты произведены, то есть принимать во внимание затраты по направлениям, по причислению их к технологическим операциям, по статьям калькуляции.

Под калькулированием себестоимости нужно понимать определение затрат на единицу продукции, процесс определения объема и структуры удельных операционных затрат на производство и реализацию отдельных ее видов.

Объект калькулирования - это вид готовой продукции, полуфабрикатов, частичных изделий разной стадии готовности, услуг и работ⁵. Часто объект калькулирования называют носителем затрат.

Для вычисления себестоимости различных видов продукции, затраты предприятия группируют и учитывают по статьям калькуляции. В Основных положениях по планированию и калькулированию себестоимости продукции на промышленных предприятиях установлена типовая группировка затрат по статьям калькуляции, которую можно представить в следующем виде:

- сырье и материалы;
- возвратные отходы (вычитаются);
- покупные изделия, полуфабрикаты и услуги производственного характера сторонних предприятий и организаций;
- топливо и энергия на технологические цели;
- заработная плата производственных рабочих;
- отчисления на социальные нужды;
- расходы на подготовку и освоение производства;
- общепроизводственные расходы;
- а) содержание оборудования и машин внутри цеха;
- б) содержание администрации цеха;
- в) отопление, освещение;
- общехозяйственные расходы;
- потери от брака;
- прочие производственные расходы;
- коммерческие расходы.

Первые восемь статей в итоге дают цеховую себестоимость, сумма первых одиннадцати статей образует производственную себестоимость продукции, и, наконец, итог всех двенадцати статей - полную себестоимость продукции⁵.

Министерства (ведомства) могут вносить изменения в типовую номенклатуру статей затрат на производство с учетом особенностей техники, технологий и организации процесса производства.

Управление себестоимостью продукции промышленного предприятия заключается в непрерывном процессе учета, анализа, планирования и контроля за себестоимостью. Результатом является разработка управленческих решений, нацеленных на оптимизацию затрат, а также их снижение.

Снижение себестоимости - это сокращение до минимально возможного уровня всех затрат по подразделениям, участвующим в процессе производства. Работа по уменьшению затрат, во-первых, должна быть перманентной, постоянной. Во-вторых, она должна

быть системной, то есть охватывать все области и направления деятельности компании. В-третьих, тщательно подготовлена и организована.

Возможности снижения затрат производства анализируются по двум направлениям: по источникам и по факторам.

Под источником понимают виды затрат, за счет экономии которых могут быть снижены издержки.

Большие резервы по снижению себестоимости на промышленном предприятии, как правило, заложены в материальных затратах. Себестоимость производимой продукции может быть высокая в связи с тем, что на предприятии применяется устаревшая технология производства, отсутствует хорошая система управления качеством продукции, недостаточно загружены производственные мощности, у работников недостаточный уровень квалификации⁶. Вследствие этого необходимо снизить расход сырья, материалов, топлива и энергии (рациональное расходование материальных ресурсов), использование ресурсосберегающих, энергосберегающих, безотходных технологий

Снизить себестоимость продукции на предприятии возможно также путем консервирования (заморозки) основных фондов, не используемых временно в производственном процессе, но на которые начисляется амортизация.

Резервами снижения себестоимости продукции выступают и изменения в структуре ее выпуска: уменьшение постоянных затрат и уровня удельных переменных затрат.

Проанализировав процесс производства, можно его скорректировать путем сокращения потерь рабочего времени, увеличения норм и зон обслуживания.

Содержание обширного аппарата управления значительно влияет на сумму общих затрат: при небольших объемах производства существенно их увеличивает. Следовательно, необходимо сократить административно-управленческие расходы посредством совершенствования организации производства, труда и управления.

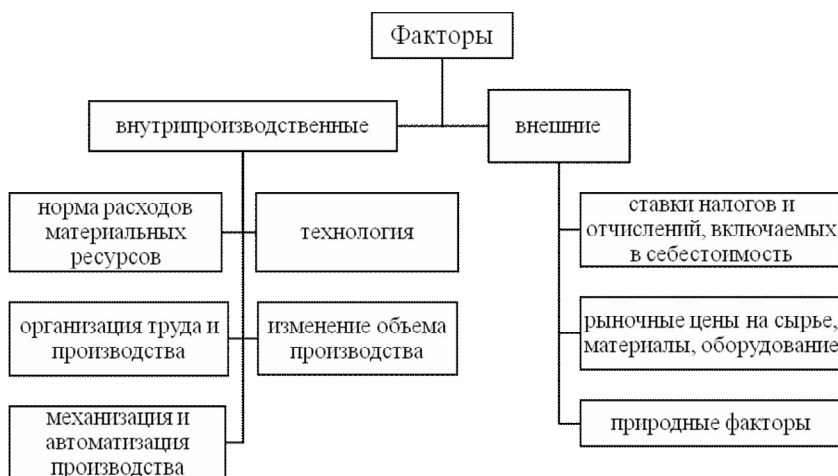


Рис. Факторы, влияющие на себестоимость продукции

Величина себестоимости продукции зависит как от внутренних, так и от внешних факторов (см. рисунок). Факторы - это технико-экономические показатели, под влиянием которых изменяются издержки.

Практически все предприятия заинтересованы в увеличении прибыли, а это неосуществимо без анализа себестоимости продукции, затрат на ее производство и реализацию, обнаружение резервов снижения себестоимости и разработки рекомендаций по снижению затрат на предприятии. Лишь в комплексе анализируя затраты на производство, верно определяя резервы их снижения, предприятие сможет достичь поставленной цели и не проиграть своим конкурентам⁷.

¹ Агарков А.П. Теория организации. Организация производства на предприятиях. М. : Дашков и К, 2010.

² Соколовская Г.А. Себестоимость продукции в планировании и управлении промышленностью. М. : Экономика, 2015. 134 с.

³ Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 22.07.2005) (с изм. и доп., вступающими в силу с 01.01.2006).

⁴ Гомонко Э.А., Тарасова Т.Ф. Управление затратами на предприятии. М. : КноРус, 2016. 313 с.

⁵ Замбрицкая Е.С., Щепотьева Е.Ю. Совершенствование методики учета затрат и калькулирования себестоимости продукции в промышленности. Магнитогорск, 2015. 324 с.

Булавко О.А., Данилова А.П., Стаханова И.В. Основные направления оптимизации и совершенствования системы управления затратами // Межвузовский сборник научных трудов. Самара, 2017. С. 34-36.

⁶ Черток Л.Е. Управление затратами на предприятии. СПб. : ИЭО СПбУТиЭ, 2008.

⁷ См. также: Кривцов А.И. Внедрение и развитие внутреннего контроля в условиях конвергенции российских и международных стандартов финансовой отчетности // Вестник Самарского государственного университета путей сообщения. 2012. № 2 (16). С. 131-137;

Кривцов А.И., Шнайдер В.В., Елшанская Д.А. Инвестиционный анализ в развитии деятельности коммерческих организаций : монография. Самара : СамГУПС, 2011. 159 с.;

Кривцов А.И. Справедливая стоимость инвестиционного капитала // Вектор Науки. Тольятти, 2010. № 3. С. 38-41.

BASES OF MANAGEMENT OF PRODUCT COST, FACTORS IT DEFINING

© 2017 Danilova Anna Petrovna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: Danilova.anna20@yandex.ru

Keywords: enterprise management, cost of goods, factors of cost reduction.

Problems of effective management of industrial production, insufficient readiness of its theoretical and applied aspects are considered. Classification of sources and factors of decrease in prime cost is given. The priority directions of decrease in prime cost are proved.

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДИКИ УПРАВЛЕНИЯ КОМАНДАМИ В ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

© 2017 Демидович Татэвик Ашотовна

студент

© 2017 Юдакова Ольга Васильевна

кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: kafedra-kl@ya.ru

Ключевые слова: управление проектом, команда проекта, методики управления командой, проектная деятельность.

Рассматриваются современные методики управления командой проекта для решения различных управленческих задач - Scrum и Кайдзен, которые позволяют быстро и эффективно решать поставленные задачи проектной деятельности.

Любой бизнес нацелен на достижение максимальной прибыли, захвата наибольшей доли рынка и повышение эффективности рабочего процесса, либо производственного цикла, в целом. Любые шаги, действия, процессы - это целые реализуемые проекты компании. Успешным результатом проектов является слаженная работа и благоприятные условия в команде. Мало придумать идею и разработать план, необходимо собрать команду и мотивировать на эффективную работу с продуманными этапами реализации.

Один из главных вопросов, с которым сталкивается руководитель проекта: Какую методику управления командой проекта выбрать? Какая эффективна? Большинство компаний прибегают к популярным структурам управления, проверенным временем - функциональной, матричной, проектной структурам: сформированные отделы, четко прописанные и делегированные функции и полномочия, обозначенные краткосрочные/долгосрочные сроки на выполнение задач, поэтапная реализация проекта. Несмотря на частое использование таких методов управления для реализации проектов, результат может быть затянутым, в связи с выполнением дублированных по подразделениям функций, либо не совсем достигнутым, так как во время решений глобальных проблем могут быть упущены мелкие, но не менее важные задачи.

Рассмотрим две методики, нестандартные и точно прорабатывающие все этапы реализации проекта.

Американский программист Джефф Сазерленд и менеджер-разработчик Кен Швабер призывают: "Порвите свои визитки. Избавьтесь от званий и титулов, от руководителей и иерархических структур. Дайте людям свободу делать то, что они считают правильным, и возможность нести за это ответственность. Результаты вас поразят". Джефф

и Кен разработали революционный метод управления командой под названием Scrum. Само слово scrum ("схватка") авторы позаимствовали из игры в регби: "метод командной игры, позволяющий завладеть мячом и вести его дальше по полю, а для этого нужны слаженность, единство намерений и четкое понимание цели. "Схватка" представляет собой идеальную модель полного взаимодействия игроков". Это именно то, что требуется для успешной командной работы.

Scrum позволяет устранить имеющиеся проблемы во всех классических подходах такие, как нарушение плана из-за отсутствия слаженности, отставание от утвержденного графика, выход из бюджета, дублирование задач в подразделениях, провоцирующие споры и разногласия в команде.

Данный метод включает в себя следующее:

1. Выбор "scrum-владельца продукта" - человека, обладающего видением того, что будет создано и как достигнуто;

2. Создание "scrum-команды", в которую войдут люди, непосредственно, выполняющие работу, обладающие необходимыми навыками и знаниями для достижения общей цели проекта;

3. Выбор "scrum-мастера" - того, кто будет следить за ходом реализации проекта, обеспечивать проведение коротких собраний, помогать команде устранять препятствия на пути достижения цели;

4. Создание максимально полного списка - "бэклога продукта", включающего в себя все требования, предъявляемые к продукту или цели. Пункты этого списка расставлены по приоритету. Он может развиваться и изменяться на протяжении всего срока реализации проекта;

5. Оценка каждого пункта на предмет сложности и затрат, которые потребуются для его выполнения;

6. Проведение первого scrum-собрания, на котором планируется спринт - определенное время для выполнения части заданий, продолжительность которого не превышает месяц. За каждый спринт команда зарабатывает определенное количество баллов. Цель спринта для команды - постоянно превосходить свои собственные результаты - "наращивать динамику производительности";

7. Создание scrum-доски с тремя колонками: "Нужно сделать(бэклог)"; "В работе"; "Сделано". На доску участники клеят стикеры с заданиями, которые в процессе работы поочередно перемещаются из колонки "Бэклог" в колонку "в работе", а затем в "сделано";

8. Проведение ежедневного scrum-собрания: пятнадцать минут на то, чтобы все дали ответы на три вопроса: "Что ты делал вчера, чтобы помочь команде завершить спринт?", "Что ты будешь делать сегодня, чтобы помочь команде завершить спринт?", "Какие препятствия встанут на пути команды?";

9. По завершении спринта проведение обзора командой - встреча, на которой участники рассказывают, что сделано за спринт.

10. После оценки результата команда подводит итоги за проделанный спринт: выделяет лучшие результаты, характеризуют устраненные промахи, намечают новый спринт проекта.

Данная методика прорабатывает каждый, даже самый мелкий, шаг к достижению цели, позволяет команде наглядно видеть имеющиеся препятствия и список мероприятий на пути к результату, но и делегировать функции и задачи на участников команды, четко представляющие выполнение и устранение ошибок, зарабатывая себе баллы. Благодаря использованию Scrum сокращаются затраты на ресурсы, время и персонал, так как команда при такой методике может состоять всего из 7 и 9 человек, а один спринт может быть и целым проектом, который успешно реализуется за месяц.

Рассмотрим вторую, японскую методику Кайдзен, разработанную и опубликованную автором - основателем института и компании "Кайдзен" Масаки Имаи. Методика направлена на непрерывное совершенствование всех процессов для достижения главной цели. Эту методику применяют, как в повседневной жизни, так и в бизнесе. Благодаря Кайдзен, многие крупные японские корпорации, в том числе и Toyota, сумели быстро восстановиться после Второй Мировой Войны и нагнать упущенные мощности.

Метод Кайдзен базируется на пяти ключевых элементах:

- *Поиск возможностей* для улучшений существующих позиций;
- *Осознание проблемных мест* компании и принятие целенаправленных решений в их устранении;
- *Самодисциплина* - ежедневный анализ принятых и готовящихся решений, оценка результатов тех или иных действий;
- *Самосовершенствование* - постижение новых методов и использование приобретенных знаний для улучшения собственного дела;
- *Сдержанность и интеллектуальный подход* к ведению бизнеса.

В методике применяются следующие правила, направленные на повышение продуктивности работы в команде.

Правило "пяти почему": при возникновении проблемы каждому из участников команды необходимо ответить на вопрос - "Почему это произошло?" пять раз. Это приведёт к интересным выводам, из которых обозначится главная причина, позволяющая принять самое оптимальное решение для устранения сложившейся проблемы. Как отмечает и сам Масаки Имаи, в этом методе необходимы точность, сосредоточенность и уверенность.

Правило "одной минуты": направленно на обретение уверенности и контроля за ситуацией. Уметь проводить каждую минуту с пользой, к примеру, разобрать нужную документацию и убрать лишнюю, разложить всё на своём столе по местам, выучить новое иностранное выражение, просмотреть намеченный план действий, то есть участники проекта должны заполнить каждую свою минуту, отучиться от лени. Даже если эта минута - время перерыва, просмотреть полезную новость, зарисовать какой-нибудь эскиз.

Правило "пяти шагов" включает в себя соблюдение целого комплекса мер для достижения, гармонично отлаженного рабочего процесса, те мелочи, которые повышают продуктивность персонала:

- Очистить своё рабочее пространство от ненужного и неисправного, к примеру, убрать или утилизировать старые бумаги, сломанное оборудование, предметы, которые непричастны к процессу;
- Поддерживать порядок: своевременно чистить и ремонтировать оборудование, разбирать хранящуюся документацию и другие имеющиеся вещи;

- Соблюдать технику безопасности;
- Следить за собственной чистоплотностью и организованностью.

Сотрудник, помимо соблюдения вышеперечисленных мер, в конце каждого рабочего дня икроме наведения порядка на своём рабочем столе, планирует действия на следующий день, согласно делегированным полномочиям и задачам для достижения общей цели проекта, исключая ненужные функции, не относящиеся, непосредственно, к проекту.

Кайдзен присущ определённый цикл, повышающий производительность каждого участника команды:

1. Планирование - поиск и формирование целей для совершенствования;
2. Действие - осуществление плана;
3. Проверка - анализ и контроль результата (сопоставление позитивных и негативных изменений, которые произошли);
4. Воздействие - применение новшеств, создание и внедрение свежих идей, которые направлены на устранение существующих проблем.

Итак, рассмотрев две методики управления персоналом и процессом проектной деятельности, стоит отметить, что каждая из них направлена на конечный качественный результат, предусматривающий устранение абсолютно всех появляющихся в процессе ошибок.

Однако, более эффективной методикой для реализации проекта является Scrum, так как в процессе идёт постоянное взаимодействие между участниками, выполняются задачи участниками, гарантирующими результат, точечная проработка полного спринта, позволяющая сократить временные и финансовые затраты, что нельзя сказать про методику Кайдзен.

Кайдзенэффективна во всём рабочем процессе компании, нежели реализации отдельных проектов. Сотрудники сосредоточены на выполнении своих задач, независимо от наличия каких-то навыков и знаний, шаги на каждый день для реализации плана формируются самими сотрудниками, что может повлечь дублирование функций, одно из следствий - затянувшиеся сроки реализации проекта.

MODERN METHODS OF MANAGEMENT TEAMS IN PROJECT ACTIVITIES

© 2017 Demidovich Tatevik Ashotovna

Student

© 2017 Yudakova Olga Vasilevna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

Samara State University of Economics

E-mail: kafedra-kl@ya.ru

Keywords: project management, project team, methodology team management and project activities.

Discusses modern methods of managing the project team to address various management challenges: Scrum and Kaizen, which allow you to quickly and effectively solve tasks of the project activities.

ВЫБОР ПОСТАВЩИКА МАТЕРИАЛЬНЫХ РЕСУРСОВ НА ОСНОВЕ РЕЙТИНГОВОЙ ОЦЕНКИ

© 2017 Динукова Олеся Анатольевна

кандидат экономических наук, доцент

© 2017 Тулычев Дмитрий Васильевич

магистрант

Самарский государственный экономический университет

E-mail: odinukova@yandex.ru

Ключевые слова: выбор поставщика, рейтинговая оценка, эффект.

Рассмотрен процесс выбора поставщика на предприятии, проведена рейтинговая оценка поставщиков, определена эффективность предложенных мероприятий.

При закупках материальных ресурсов предприятие устанавливает хозяйственные связи как с производителями продукции, так и с посредниками. Основными поставщиками компании ООО "Слайдорс-Регион Поволжье" являются: ООО "Самарские профильные конструкции", ООО "САМНИТ", ООО "АДС", ООО "Промышленная металлургическая компания", ЗАО "Сатурн-Самара".

Предприятие ООО "Слайдорс-Регион Поволжье" является потребителем материальных ресурсов. Оно стремится установить с продавцами эффективные и надежные коммерческие связи по поставкам материалов и фурнитуры, поскольку от этого во многом зависит стабильность, экономичность материально-технического обеспечения, и, в конечном счете эффективность работы предприятия в целом.

В данный момент фирма работает только с узким кругом поставщиков, с которыми заключены долгосрочные контракты. Поиск новых поставщиков не производится, что сокращает возможность обеспечения предприятия необходимой продукцией хорошего качества и широко ассортимента.

Для установления определенных коммерческих связей, предприятия должно решать сложные задачи по выбору наиболее выгодных поставщиков, установления рациональных путей товародвижения и способов доставки продуктов. Решение о выборе конкретной фирмы-поставщика является для предприятия одним из существенных параметров, влияющих на установление хозяйственных связей при закупке материальных ресурсов и определяющих успешное функционирование предприятия¹.

Отделу фирмы ООО "Слайдорс-Регион Поволжье", отвечающий за закупки, необходимо осуществлять анализ возможных вариантов и предложений по выбору поставщиков.

Основными источниками информации о поставщиках служат рекламные проспекты, торговые журналы, различные каталоги мебельного производства, различные выставки,

а также Интернет. На основе этого нужно составить список поставщиков, которые могут заинтересовать своими предложениями. С ними устанавливается связь, выясняются условия поставок, их регулярность, в ответ присылаются рекламные материалы, образцы продукции и прайс-листы². Затем определяется предпочтительность поставщиков, используя совокупность показателей.

На примере фирм ЗАО "Сатурн-Самара", ООО "САМНИТ" и ООО "АДС", которые являются поставщиками компании, выберем наиболее подходящего из них. Значимость критерия выбора поставщика зависит от ситуации совершения покупки.

При анализе затрат на производство продукции за анализируемый 2016 год видно, что наибольшая часть в себестоимости продукции приходится на закупаемое сырье и материалы и составляет 63,4% от общей суммы затрат. В связи с этим, если поступивший материал будет низкого качества, это сделает некачественным всю конечную продукцию и испортит репутацию фирмы, а отсутствие данного материала, требующегося регулярно, неизбежно ведет к остановке производства, что также недопустимо. Из этого следует, что наиболее значимыми критериями выбора поставщика является качество поставляемой продукции и надежность поставки.

Значимость остальных критериев устанавливается так же, как и значимость предыдущих - экспертным путем сотрудниками службы снабжения. Отсюда критериями оценки и отбора поставщиков материальных ресурсов также являются приемлемая цена, возможность поставки разно-ассортиментной продукции и выгодные условия платежа³.

Приведем пример расчета рейтинга данных компаний, табл. 1.

Таблица 1

Расчет рейтинга ООО "САМНИТ", ООО "АДС", ЗАО "Сатурн-Самара"

Критерий выбора поставщика	Удельный вес критерия	ООО "САМНИТ"		ООО "АДС"		ЗАО "Сатурн-Самара"	
		Оценка значения критерия по 10-бальной шкале	Произведение удельного веса критерия на оценку	Оценка значения критерия по 10-бальной шкале	Произведение удельного веса критерия на оценку	Оценка значения критерия по 10-бальной шкале	Произведение удельного веса критерия на оценку
Качество материала	0,3	9	2,7	7	2,1	9	2,7
Надежность поставки	0,3	7	2,1	5	1,5	9	2,7
Цена	0,15	7	1,05	9	1,35	8	1,2
Возможность поставки разно-ассортиментной продукции	0,15	5	0,75	9	1,35	7	1,05
Выгодные условия платежа	0,1	6	0,6	8	0,8	7	0,7
Итого	1,00		7,2		7,1		8,35

После расчета рейтинга можно определить, что наилучшим поставщиком для ООО "Слайдорс-Регион Поволжье" является компания ЗАО "Сатурн-Самара", которая отвечает требованиям не только по качеству материала и надежности поставки, но и имеет необходимый ассортимент продукции и по разумным ценам. Впоследствии заключаются договорные отношения на приобретение продукции и определяются условия поставки требуемых материалов. Вопрос условий закупок согласуются с поставщиками и отделом закупок. Решение данной задачи включает определение цены, сроков, скидок на партии товаров и т.д.⁴

Рассчитаем эффект увеличения прибыли и рентабельности продаж в результате совершенствования закупочной деятельности, свидетельствующий о прямом вкладе функции снабжения в прибыль предприятия.

Предположим, что в результате проведенных мероприятий по совершенствованию закупочной деятельности организации, затраты на закупки сырья и материалов удастся снизить на 10%. Рассчитаем показатель рентабельности продаж в табл. 2

Таблица 2

Увеличение рентабельности продаж или рычаг снабжения

Наименование показателя	Расчет по фактическим данным 2016 года	Расчет при 10%-ном сокращении затрат на закупки
Выручка от продаж, тыс. руб.	4307	4307
Себестоимость, тыс. руб	2757	2757-(1847-1662)=2562
Закупки, тыс. руб.	2757*67%=1847	1847-(1847/100*10)=1662
Прибыль, тыс. руб	4307-2757=1550	4307-2562=1745
Рентабельность продаж, %	1550/4307*100%=36%	1745/4307*100%=40,5%

В результате приведенных расчетов выявлено, что при уменьшении затрат на закупки сырья и материалов на 10%, рентабельность продаж возрастет на 4,5%, что свидетельствует об экономической эффективности предложенных мероприятий и действия рычага снабжения⁵.

¹ Юдакова О.В., Токарев А.А. Управление закупочной логистикой: проблемы и управленческие решения // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2014. № 3 (113). С. 104-106.

² Лебедева А.В., Рахматуллина А.Р. Актуальные задачи по оперативному управлению закупками // Наука XXI века: актуальные направления развития : сб. науч. ст. III Междунар. заоч. науч.-практ. конф., 25 апр. 2016 г. Самара : Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2016. С. 335-359.

³ Динукова О.А., Черняева К.Н. Основные критерии выбора поставщика при осуществлении процесса закупки // Российская наука: актуальные исследования и разработки : сб. науч. ст. III Всерос. заоч. науч.-практ. конф., 17 марта 2017 г. Самара : Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2017. С. 379-382.

⁴ Динукова О.А. Логистические методы оптимизации снабжения // Наука XXI века: актуальные направления развития : сб. науч. ст. III Междунар. заоч. науч.-практ. конф., 25 апр. 2016 г. Самара : Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2016. С. 137-141.

⁵ Динукова О.А. Модель Дюпона и ее применение для оценки экономической эффективности в логистике // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2016. № 5 (139). С. 38-41.

THE CHOICE OF SUPPLIER OF MATERIAL RESOURCES ON THE BASIS OF RATING

© 2017 Dinukova Olesia Anatolievna
Candidate of Economics, Associate Professor
© 2017 Tulychev Dmitry Vasilyevich
Undergraduate
Samara State University of Economics
E-mail: odinukova@yandex.ru

Keywords: supplier selection, rating, effect.

The process of vendor selection in the enterprise conducted by the rating vendors, the efficiency of the proposed activities.

УДК 658.7

УПРАВЛЕНИЕ ЗАКУПОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

© 2017 Динукова Олеся Анатольевна
кандидат экономических наук, доцент
© 2017 Тулычев Дмитрий Васильевич
магистрант
Самарский государственный экономический университет
E-mail: odinukova@yandex.ru

Ключевые слова: закупочная логистика, проблемы, задачи.

Рассмотрена необходимость управления закупочной деятельностью с целью оптимизации затрат предприятия, выявлены проблемы, определены задачи.

Эффективная организация системы снабжения один из важнейших аспектов, которые оказывают влияние на конкурентоспособность бизнеса. Закупки материально - технических ресурсов и услуг составляют значительную долю расходов любой компании - в зависимости от вида ее деятельности от 20% до 50% всех операционных расходов. Та-

ким образом, оптимизируя снабженческую деятельность, можно заметно улучшить финансовые показатели бизнеса. Большинство компаний не используют этот относительно простой рычаг для повышения прибыльности и весьма недальновидно относятся в сфере снабжения¹. Самые преуспевающие компании прицельно занимаются вопросами снабжения, эффекты изменений концепции закупок по отдельным категориям могут достигать 30-40% от общих затрат на снабжение.

Затраты на закупку материальных ресурсов занимают наибольшую долю в расходах предприятия, и поэтому грамотно организованное снабжение позволит свести их к минимуму и соответственно увеличит доходы предприятия.

Деятельность любого предприятия осуществляется во внешней среде и во многом зависит от других предприятий, обеспечивающих его материалами, сырьем, товарами и услугами. Даже начинающему предпринимателю, для выполнения своих задач помещение, мебель, офисное оборудование, средства связи и различные другие предметы. Практически ни одна организация в этом плане не является самодостаточной.

Предприятие окружают различные системы, с которыми оно активно взаимодействует. Поскольку предприятие невозможно представить вне сложных и динамичных отношений с внешней средой, оно является открытой системой и зависит и от поставок ресурсов, потребителей, кадров, конкурентов и т.п. Поэтому необходимо постоянно приспосабливаться к этой среде, чтобы сохранить конкурентоспособность и обеспечить эффективную работу предприятия. В процессе анализа необходимо изучать внешнюю среду предприятия, а также отношения на предприятии. Анализ и планирование процесса преобразования являются механизмами управления внутренней средой предприятия, что также является немаловажным. Используя потенциал внутренней среды также можно повлиять на результаты деятельности в целом, и добиться поставленных целей.

Правильно организованная закупочная деятельность позволит предприятию получить значительные конкурентные преимущества уже на стадии работы с поставщиками за счет выбора наиболее приемлемой по соотношению "цена - качество" продукции, эффективной формы организации закупок и способа товародвижения, способа оплаты продукции, а в общем виде за счет выбора делового партнера, который по совокупности характеристик в наибольшей степени удовлетворяет требованиям заказчика. Т.е. учитывая факторы внешней среды, воздействующие на предприятие, как систему, можно добиться высоких результатов. Это трудная и ответственная работа, требующая творческого подхода, ответственности и глубоких знаний как в области логистики, коммерции, так и маркетинга, права, а также практики работы с данной сфере, знания ее особенностей².

Выделим основные проблемы в закупочной логистике. Отсутствие нужного товара в нужный момент или же его дефицит - это первая и одна из главных возникающих проблем в области закупочной логистики. Действительно, отсутствие нужного товара в определенное время и в определенном месте может навредить процессу производства или попросту его остановить. Не зря предприниматели подолгу налаживают процесс закупок для своего производства, ибо знают, как это может отразиться на их прибыли³.

Второй типичной проблемой в закупочной логистике является наличие избыточных товаров или материалов на складе готовой продукции. В настоящее время эта проблема

является достаточно актуальной, ведь процесс бережливого производства направлен именно на устранения огромного количества запасов и избыточной продукции на складе. Изобилие запасов несет за собой денежные потери, так как должна оплачиваться складская аренда, а она не всегда бывает дешевой.

Также одной из актуальных проблем в процессе закупочной логистики являются срывы поставок из-за транспортных компаний и внутренней неразберихе, что возникает при выборе некачественного поставщика. Необходимо выбирать поставщика исходя из принципов соотношения цены и качества, репутации и времени, в течение которого поставщик пребывает на рынке предоставляемых услуг⁴. Следует обращать внимание и на факторы внешней среды, в результате влияния которых с любым поставщиком, даже очень ответственны, может произойти сбой, не зависящий от него самого. Например, погодные условия, политическая ситуация в стране и т.п.

Ещё одной проблемой может являться недостаточная квалификация рабочего персонала и не только в области закупок. Повышение мотивации сотрудников, внедрение корпоративной культуры, командообразование - пути решения для любого опытного руководителя.

На любом предприятии должен осуществляться анализ существующих проблем и нахождение наиболее приемлемого и быстрого пути решения. В частности, в некоторых случаях стоит прибегнуть к изменению самой концепции управления персоналом, в иных случаях руководителям нужно следить за отделом закупок, который мог выбрать неподходящего поставщика. И, в первую очередь, нужно следить за количеством закупок на предприятии, избегая дефицита или же большого запаса на складе⁵.

Рассматривая закупочную деятельность на предприятии, ее можно представить как два функционала, это управление поставщиками и управление закупками. Используя существующие методики и разработки по управлению этими функционалами можно максимально добиться оптимизации закупочной деятельности и тем самым снизить затраты по снабжению, максимизировать прибыль организации.

¹ Динукова О.А. Модель Дюпона и ее применение для оценки экономической эффективности в логистике // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2016. № 5 (139). С. 38-41.

² Лебедева А.В., Рахматуллина А.Р. Актуальные задачи по оперативному управлению закупками // Наука XXI века: актуальные направления развития : сб. науч. ст. III Междунар. заоч. науч.-практ. конф., 25 апр. 2016 г. Самара : Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2016. С. 335-359.

³ Юдакова О.В., Токарев А.А. Управление закупочной логистикой: проблемы и управленческие решения // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2014. № 3 (113). С. 104-106.

⁴ Динукова О.А. Логистические методы оптимизации снабжения // Наука XXI века: актуальные направления развития : сб. науч. ст. III Междунар. заоч. науч.-практ. конф., 25 апр. 2016 г. Самара : Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2016. С. 137-141.

⁵ Динукова О.А., Егизарян К.А. Актуальные проблемы закупочной логистики // Российская наука: актуальные исследования и разработки : сб. науч. ст. III Всерос. заоч. науч.-практ. конф., 17 марта 2017 г. Самара : Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2017. С. 376-379.

MANAGEMENT OF SUPPLY ACTIVITIES OF THE COMPANY

© 2017 Dinukova Olesia Anatolievna
Candidate of Economics, Associate Professor
© 2017 Tulychev Dmitry Vasilyevich
Undergraduate
Samara State University of Economics
E-mail: odinukova@yandex.ru

Keywords: supply logistics, problems, challenges.

The necessity of procurement management to optimize costs, identified problems, defined objectives.

УДК 338

СТРАТЕГИЯ ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИИ КИТАЯ "НОВЫЙ ШЕЛКОВЫЙ ПУТЬ". МЕХАНИЗМЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ ПРОЕКТА

© 2017 Дмитриев Илья Станиславович
магистрант
Самарский государственный экономический университет
E-mail: dmitriev_ilya19@mail.ru

Ключевые слова: Новый Шелковый путь, международная экономическая интеграция, Китай, мировая экономика, международная торговля.

Статья посвящена анализу концепции Китая "Новый Шелковый путь". Приводится пример стратегии, направленной на построение "Экономического пояса Новый Шелковый путь". Описаны механизмы финансирования проекта. Делается вывод о перспективах и проблемах реализации проекта "Новый Шелковый путь".

Новый шелковый путь можно интерпретировать как новую версию стратегии "выхода", начатую в конце 1990-х годов, с целью облегчения интернационализации китайских фирм. В то время Китай традиционно получал приток ПИИ, и хотя его экономический рост сильно зависел от иностранных транснациональных корпораций, примерно через двадцать лет после начала реформы и открытия (1978 г.) Пекин стремился сделать переход от получателя ПИИ к поставщику ПИИ, поощряя китайские компании к глобальному росту.

Стратегия разработана в 2004 году Национальной комиссией развития и реформ вместе с China Exit Bank объявили о мерах по поддержке внешних инвестиций в четы-

рех конкретных областях в связи с основными потребностями быстро растущей китайской экономики:

- 1) инвестиции необходимые для получения природных ресурсов и сырья;
- 2) инвестиции в обрабатывающие сектора, которые способствуют экспорту или привлекают новые технологии и оборудование;
- 3) проведение в рамках зарубежного партнерства определенных научно-исследовательских проектов на основе высоких технологий, опыта управления и навыков;
- 4) слияния и поглощения с участием международных конкурентоспособных национальных компаний и расширение рынков сбыта.

Согласно статистическим данным, опубликованным Министерством торговли, прямые иностранные инвестиции Китая и прямые иностранные инвестиции в Китае были почти равны впервые. Год спустя китайские предприятия сделали прямые зарубежные инвестиции, которые превысили прямые иностранные инвестиции в Китае. Новый шелковый путь побуждает промышленность Китая обратить внимание на страны вдоль предлагаемых маршрутов. Это приведет к новой волне исходящих инвестиций в секторах, где у Китая сильные позиции, как строительство высокоскоростных железных дорог, ядерная энергетика, авиация, телекоммуникации и других передовых производственных отраслях¹.

Новый шелковый путь продолжает стратегию западного развития, начатую президентом Цзян Цзэмином в конце 1990-х годов, помогая исправить социально-экономические диспропорции между передовыми прибрежными провинциями и менее развитыми центральными провинциями (Юньнань, Синьцзян, Цинхай, Сычуань и др.). Новый шелковый путь можно рассматривать как часть стратегии реструктуризации, подталкивая Китай к переходу от экономического роста, основанного на экспорте и инвестициях, который в значительной степени зависит от иностранного капитала от внутреннего потребления и инноваций к более эффективному использованию внутренних финансовых ресурсов. В более широком смысле Китай стремится продвигать цепочку создания стоимости и добиваться лучшей и более прибыльной интеграции в мировую экономику. Страна в настоящее время страдает от беспрецедентных перегрузок в ряде важнейших секторов, железо, сталь, цемент и тяжелое оборудование, которые работают с коэффициентом использования около 70%. Например, сталелитейные избыточные мощности достигли 450 млн. тонн в 2014 году, и только 21 млн. тонн, были необходимы для внутреннего железнодорожного строительства. Даже планы урбанизации Китая не способны поглотить такие избыточные мощности. В результате Пекин видит инфраструктурные проекты как удобный способ использования излишков. Соседи по Юго-Восточной и Центральной Азии, которые сталкиваются с огромными проблемами в плане финансирования и технологий, представляют собой идеальные рынки².

Чтобы обеспечить финансирование государственных предприятий Китай ввел новые механизмы финансирования (Азиатский инвестиционный банк инфраструктуры - AIIB и Фонд Шелкового пути - SRF). Китай также полагается на существующие инструменты. К внутренним относятся 4 крупных государственных коммерческих банков, к внешним - Всемирный банк и банк БРИКС. Китай владеет львиной долей AIIB, что составляет 30% от первоначального капитала в 100 млрд.долл. и удерживает 26% общего

количества голосующих акций, обладая правом вето. За первый год работы он профинансировал 9 проектов на общую сумму около 1,9 млрд. долл. Банк сотрудничает с другими учреждениями, подписывая рамочные соглашения о совместном финансировании, такими как Всемирный банк, АБР или ЕБРР. Банк планирует инвестировать около 3-5 млрд. долл. в 2017 году и 10 млрд. долл. в 2018 году.

Фонд "Шелкового пути" поддерживается двумя крупными китайскими банками (Экспортно-импортный банк Китая - Exim Bank - и Китайский банк развития - CDB), а также два суверенных фонда, которые управляют валютными резервами страны (Китайская инвестиционная корпорация - CIC и Государственная администрация иностранной валюты - SAFE). Объем фонда 40 млрд. долл. Целью этого нового фонда является приобретение акций в проектах, которые соответствуют плану нового Шелкового пути³.

В апреле 2015 года Государственный совет одобрил реформу трех банков и, в частности, CDB и Exim Bank. CDB должен адаптироваться к рынку и ориентироваться на модель стабилизации экономического роста и реструктуризации. China Exim Bank должен играть свою роль в стабилизации роста и реструктуризации, стимулируя экспорт и реализацию стратегии "выхода". С момента запуска Нового Шелкового пути китайское правительство дополнительно профинансировало оба банка. В 2015 году Народный банк Китая передал 82 млрд. долл. трем государственным банкам, а именно 32 млрд. долл. в CDB, 30 млрд. долл. в Банк "Эксим" и 20 млрд. долл. Agricultural Development Bank of China.

Через государственные и отраслевые банки Китай уже является ведущей экономической державой в Центральной Азии. Китайские компании владеют около 25% добычи нефти в Казахстане и составляют более половины экспорта газа в Туркменистан, Exim Bank является единственным кредитором Таджикистана и Киргизии, владеющий соответственно 49% и 36% государственного долга. Стоит подчеркнуть, что с привлечением финансирования китайских банков основными бенефициарами будут китайские компании. Изучение практики кредитования CDB и China Exim Bank в 2013-2015 годах показало, что 70% заграничных кредитов выдавалось при условии, что часть средств будет использована для приобретения китайского оборудования и привлечения китайского труда.

Объем средств, предоставленных китайскими финансовыми механизмами, недостаточен для финансирования инфраструктурных проектов. Китайские официальные лица говорили о привлечении ГЧП, синдицированных кредитов, международных пенсионных фондов, страховых компаний, государственных фондов благосостояния и фондов прямых инвестиций. Например, International Enterprise (IE), государственный совет развития торговли Сингапура, согласился сотрудничать с China Construction Bank (CCB), профинансировав проекты Шелкового пути на 22 млрд. долл. Это не должно удивлять: учитывая его географическое положение и наличие большого числа финансовых учреждений с возможностями финансирования проектов. Сингапур имеет хорошую возможность стать региональным центром для разработки, финансирования и реализации инфраструктурных проектов.

Однако привлечение частных игроков может оказаться сложным по целому ряду причин. Во-первых, период окупаемости инфраструктурных проектов длинный и доходность не высокая. Во-вторых, задержки в строительстве, вопросы безопасности могут

создать дополнительные затраты и трудности, что делает проекты непривлекательными для коммерчески ориентированных кредиторов.

Шелковый путь хорошо стартует, но пока не в состоянии добиться успеха, в частности, учитывая объем средств, необходимых для его реализации. Хотя Шелковый путь официально объявляется Пекином беспроигрышным проектом, то, как он финансируется, свидетельствует о том, что он по крайней мере в настоящее время явно исключительно служит интересам Китая⁴.

¹ URL: https://www.ifri.org/sites/default/files/atoms/files/ekman_et_al_china_new_silk_roads_2017.pdf.

² Михеев В., Луконин С., Чже С. Многовариантность: Большой стратегический ответ си Цзиньпина // Мировая экономика и международные экономические отношения. 2015. № 12. С. 5-14.

³ Неяскин Г. Китай создаст фонд для возрождения Великого шелкового пути. URL: <http://slon.ru/fast/economics/kitay-sozdast-fond-dlya-vozrozhdeniya-velikogo-shelkovogo-puti-1180036.xhtml>.

⁴ См. также: Чжанг Ч., Чжанг Ю. Сотрудничество России и Китая в контексте глобализации // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2016. № 8;

Понамарев Д. Великий шелковый путь в XXI веке // Евразийский союз ученых. 2015. № 4-12 (13). С. 150-152;

Лю Цзея. Стратегии развития нового Шелкового пути // Молодой ученый. 2015. № 15. С. 391-394;

Ларин А.Г., Матвеев В.А. Китайская стратегия "продвижения на Запад" и "новый Шелковый путь" // Проблемы Дальнего Востока. 2014. № 5;

Зонн И.С., Тянь Юйчжао. Новое прочтение Великого Шелкового пути // Проблемы постсоветского пространства. 2015. № 3. С. 17;

Чен Хунцзе "Экономический пояс Шелкового пути и Морской Шелковый путь 21-го века" с точки зрения экспертов КНР // Наука и мир. 2015. № 7. С. 184-186.

INTERNATIONALIZATION STRATEGY OF CHINA "NEW SILK ROAD". FINANCING THE PROJECT

© 2017 Dmitriev Ilya Stanislavovich

Undergraduate

Samara State University of Economics

E-mail: dmitriev_ilya19@mail.ru

Keywords: The New Silk Road, international economic integration, China, world economy, international trade.

The article analysis concept of China "The New Silk Road". An example is China's way for development of "The New Silk Road". Financing the project. Conclusion is about prospects and problems "The New Silk Road".

КРИПТОИНСТРУМЕНТЫ КАК ВИРТУАЛЬНЫЙ ФИНАНСОВЫЙ АКТИВ: ГЕНЕЗИС, СУЩНОСТЬ И РОЛЬ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

© 2017 Ермолаев Константин Николаевич

доктор экономических наук, профессор

Самарский государственный экономический университет

© 2017 Ермолаева Алина Константиновна

студент

Российский университет дружбы народов, г. Москва

E-mail: ermolaevkn@yandex.ru, ermolaevkn@yandex.ru

Ключевые слова: виртуальный, цифровой, криптовалюта, блокчейн, фиктивный.

Анализируются закономерности появления и экономическая сущность криптовалют, являющихся, по мнению авторов, принципиально новым виртуальным финансовым активом, который не должен использоваться в качестве цифровых денег и платежного средства.

Важнейшими тенденциями развития современного финансового рынка выступают его диджитализация¹ и виртуализация². Ярким проявлением этих процессов является возникновение в 2008 году и последующее бурное развитие рынка криптовалют, и в частности так называемых биткоинов, которые чаще всего характеризуются как "цифровые", "виртуальные" или "частные" деньги, электронные средства. Председатель Правления Сбербанка РФ Г. Греф в швейцарском Давосе заявил о том, что появление виртуальных денег и технологии блокчейн, лежащей в их основе, является одной из величайших революций (наряду с появлением компьютеров, интернета, социальных сетей), способных совершить коренной переворот в системе банковских платежей и экономике в целом. Ряд авторов указывает на наступление эпохи криптоэкономики, экономики блокчейна. Актуальность и дискуссионность проблемы заставляет авторов статьи высказать свое мнение по данному вопросу.

Криптомонеты создаются с использованием электронных криптографических инструментов по определенным алгоритмам, а их оборот регулируется определенными правилами (не может быть сгенерировано больше определенного количества виртуальных денег). К компьютерной сети системы биткоинов добровольно присоединяются новые пользователи через интернет. При подключении новый участник получает некоторое количество биткоинов, в обмен предоставляя системе вычислительные мощности своего компьютера. Таким образом, криптовалюта - это электронный механизм обмена, цифровое платежное средство, эмиссия и учет которых децентрализованы. Функционирование системы происходит в рамках распределенной компьютерной сети. При этом обычно вся информация о транзакциях не шифруется и всегда доступна в открытом виде.

Биткоин (от английского bit-единица информации и coin- монета)- ничем не обеспеченная виртуальная валюта³. Монеты в системе - это криптографические (математиче-

ские) хеш-коды. Каждый из них абсолютно уникален и не может использоваться дважды. Биткоин - это электронные средства, вид цифровой валюты

Ключевой особенностью криптовалют является отсутствие какого-либо внутреннего или внешнего администратора. Поэтому никакие власти не могут воздействовать на транзакции любых участников платежной системы. Все это обеспечивает необратимых сделок - никто не может отменить, заблокировать, оспорить или принудительно совершить транзакцию без доступа к приватному ключу владельца. Однако участники сделки могут добровольно временно взаимно блокировать свои средства в качестве залога или установить, что для завершения /отмены сделки требуется согласие всех трех или произвольных дополнительных сторон. Отсутствие администратора в платежной системе вызывает трудности верификации подтверждения истинности. Решением является распределенное хранение базы всех транзакций. Чтобы затруднить внесение произвольных изменений, транзакции объединяются в блоки, из которых формируется цепочка блоков. Непрерывность цепочки обеспечивается циклическим хешированием - хеш предыдущего блока становится элементом последующего. Таким образом, нет возможности заменить блок без изменений хешей во всех последующих блоках.

А. Гринспен отмечает, что у биткоинов нет фундаментальной стоимости. Поэтому невозможен фундаментальный анализ этой валюты. Технический тоже невозможен - рынок малоликвиден, каждая площадка живет по своим правилам. Остается только новостной анализ, который полностью состоит из внешней реакции на жизнь валюты. Но здесь можно создать фиктивные новости, чтобы манипулировать курсом биткоина.

Чрезвычайно высокая волатильность выступает как атибутивная характеристика и залог инвестиционного потенциала биткоина. Его курс зависит только от новостей и соотношения спроса и предложения. Рост курса биткоина в отдельные периоды имеет экспоненциальный рост, то есть надувается виртуальный "пузырь". Но инвесторы стали воспринимать эту валюту как раз благодаря высокой волатильности. В январе 2011 г. биткоин стоил \$ 0,38, в феврале 2011 г. - \$1, в декабре 2012 г. - \$13,41, в апреле 2013 - \$100, в декабре 2013 г. - \$ 979. В декабре 2016 года он стоил \$,960, а 5 января 2017 г. наблюдался исторический максимум \$1161,89. Но 12 января он упал до \$ 752,6, а 17 января вырос до \$,894. К сентябрю 2017 года он подорожал до \$5000, но уже 8 сентября 2017 г. произошел новый резкий обвал биткоина на 30%⁴. Налицо чрезвычайно высокая, используя терминологию Я.М. Миркина, "эксцессивная" волатильность данного инструмента.

Что же представляет собой биткоин по своей сущности? В отличие от бумажных и электронных денег в основе биткоина не лежит реальная экономика, какие-либо реальные активы. Причем общее количество биткоинов может быть не более 21 миллионов единиц, а значит, по мере достижения верхнего предела выпуска усиливается монополия на обладание данным инструментом, которая начинает воздействовать на генерацию доходов, имеющих рентную природу. Таким образом, криптоинструменты, по мнению авторов, представляют собой (в отличие от ценных бумаг и производных финансовых инструментов как разновидностей титульного капитала) электронную разновидность фиктивного капитала⁵.

В понимании авторов, природа криптоинструментов лучше всего охарактеризована А.В. Бузгалиным и А.И. Колгановым в их монографии "Глобальный капитал"⁶. Это виртуальный фиктивный финансовый капитал-деньги конца XX - начала XXI века, который

является глобальной виртуальной сетью - единой во всех звеньях, функционирующий стихийно и неподконтрольно национальным и наднациональным государственным структурам. Он выполняет роль "неоденного", то есть универсального "регулятора" и всеобщего эквивалента (меры стоимости, средства осуществления транзакций, сокровища корпоративно-сетевое рынка. Этот виртуальный фиктивный финансовый капитал обладает качеством виртуального самовозрастания, лишь косвенно связанного с производством (и накоплением) прибавочной стоимости.

Авторы согласны с мнением руководителя комитета по финансовым рынкам ГД РФ А.Г. Аксаковым, который утверждает, что биткоины не должны использоваться в качестве виртуальных денег и электронного платежного средства, представляющего собой в этом качестве денежный суррогат, обращение которого в РФ запрещено ЦБ РФ. Биткоины - это криптоинструмент, новый вид электронных финансовых активов, обращение которых в ближайшем будущем будет разрешено на Московской бирже в режиме, доступном только для квалифицированных инвесторов.

¹ Ермолаев К.Н., Марушина К.К. О синергетическом подходе к построению международных институтов регулирования глобального финансового рынка // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2016. № 11 (145). С. 11-18.

² Ермолаев К.Н., Михайлов А.М. Секьюритизация активов как инструмент повышения конкурентоспособности организации // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2016. № 8 (142). С. 6-9.

³ Кеслер Э. Золотая лихорадка происходит прямо сейчас // Ведомости. 2014. 2 июня. С. 8.

⁴ Кадачигов В. За криптовалютами будущее // Ведомости. 2014. 14 сент. С. 8.

⁵ Ермолаев К.Н., Марушина К.К. Титульный капитал: генезис, сущность, диалектика развития : монография. Самара : Изд-во СГЭУ, 2017. 188 с.

⁶ Бузгалин А.В., Колганов А.И. Глобальный капитал. В 2 т. Т. 2: Теория: Глобальная гегемония капитала и ее пределы ("Капитал" re-loaded). 3-е изд., испр. и суц. доп. М. : Ленанд, 2015. 912 с.

CRYPTOSTROMA AS VIRTUAL FINANCIAL ASSET: GENESIS, NATURE AND ROLE IN THE DIGITAL ECONOMY

© 2017 Ermolaev Konstantin Nikolaevich

Doctor of Economics, Professor
Samara State University of Economics

© 2017 Ermolaeva Alina Konstantinovna

Student

Peoples' friendship University of Russia, Moscow

E-mail: ermolaevkn@yandex.ru, ermolaevkn@yandex.ru

Keywords: virtual, digital, cryptocurrency, blockchain, dummy.

Examines patterns of occurrence and the nature of cryptocurrency, which according to the authors of a fundamentally new virtual financial asset and should not be used as a digital money and means of payment.

МОЛОДЕЖНАЯ ПОЛИТИКА В АСПЕКТЕ РАЗВИТИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА

© 2017 Завгородний Валерий Сергеевич*
студент

© 2017 Альдебенева Мария Михайловна*
студент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: zavgo63@gmail.com

Ключевые слова: молодежная политика, преемственность поколений, образование, человеческий капитал.

Государственная молодежная политика анализируется в связи с проблемами развития человеческого капитала, в частности, с проблемами преемственности поколений и образования. Выявлены необходимые акценты в молодежной политике.

В докладе об основах государственной молодежной политики России на период до 2025 г. (утверждены распоряжением Правительством РФ от 29.11.2014 г.) подчёркивается, что "долгосрочная и среднесрочная молодежная политика должна обеспечить переход от преимущественно количественных целей и задач (рост охвата, рост включенности, обеспечение доступности и т. п.) к качественным - рост величины человеческого капитала молодежи, повышение продуктивности молодежи как социального субъекта, рост эффективности использования поступающих в молодежную сферу ресурсов (финансовых, кадровых, материальных, информационных)"¹. В этом докладе один из двух разделов посвящён специально проблеме развития человеческого капитала ("Молодежная политика России 2012-2025 гг.: развитие человеческого капитала"). Таким образом, признаётся особая важность и актуальность данной проблемы.

Научная общественность активно обсуждает различные аспекты государственной молодёжной политики и развития человеческого капитала. Например, Л.Г. Лебедева выделяет такой аспект: "Человеческий капитал является своеобразным связующим звеном в процессах преемственности поколений - он передается из поколения в поколение. Человеческий капитал выступает в качестве инвестиций одного поколения в другое поколение, образуя естественную социально-историческую связь в процессах преемственности поколений"². Прежде всего, речь о человеческом капитале молодежи, олицетворяющей будущее общества. Г.А. Дудин подчёркивает, что "социализацию личности работников в современных условиях все больше необходимо связывать с особенностями управления трудом в условиях инновационной экономики - с процессами перехода к инновационной экономике"³. Соответственно, речь ведётся о социализации и развитии

* Научный руководитель - Лебедева Людмила Геннадьевна, старший преподаватель.

человеческого капитала, формировании компетенций и компетентности работников с учётом "перехода к инновационной экономике". И это также, в первую очередь, относится к молодёжи. А.П. Любимов обращает внимание на то, что "...поиск путей повышения молодежного потенциала в инновационном пути развития нашей страны должен стать первостепенной задачей молодежной политики". Вместе с тем, пытаясь осмыслить роль и позиции современной молодёжи, он также пришел к выводу, что молодёжь несет в себе не только волну позитивных перемен, но и возможный фактор социальной нестабильности⁴.

Молодёжь принято считать самой подвижной частью общества, группой, больше всего восприимчивой к новым знаниям. Но вместе с этим ей присущи и черты маргинальности, так как молодое поколение легче поддается манипулированию ввиду неустойчивого мировоззрения. Но все же молодёжь не является равномерным социальным слоем даже при наличии общих социально-психологических черт. Более того, существует "проблема возраста" внутри самой молодёжи. При этом, до поры до времени, сами молодые люди обычно недооценивают преимущества своего возраста ("что имеем, не храним, потерявши - плачем"). И для разных слоёв (и возрастных групп) внутри молодёжи проблема выглядит неоднозначно⁵.

Важнейшим отличием молодёжи как социальной группы, является то, что она испытывает определенные трудности на этапе жизненного старта, которые связаны с получением образования по своим потребностям и наклонностям, последующим трудоустройством. Намного острее перед молодым поколением стоит вопрос жилищного, а также материального обеспечения. Но, естественно, особенно важным для молодёжи, для всей её "жизненной карьеры" является вопрос о получении достойного образования. Поэтому закономерно, что в указанном докладе об основах государственной молодежной политики России на период до 2025 г. говорится, что "повышение человеческого капитала молодёжи предполагает рост качества формального, неформального и внесистемного (информального) образования, а также обеспечение доступности качественного образования для молодёжи из сельской местности и отдаленных территорий⁶. В связи с проблемой образования отдельно можно сказать о таком этапе, как выбор абитуриентами места будущей учёбы, поступление в вуз, а также и проблема возможности в дальнейшем оплачивать учёбу в вузе. Социологические исследования фиксируют эти моменты⁷.

На современном этапе происходит определённая модернизация российской экономики, а это неизбежно сопровождается противоречивыми сопутствующими последствиями, в частности, новыми возможностями реаллокации, реструктуризации и роста эффективности занятости, в то же время - рисками структурной безработицы⁸. Это, так или иначе, влияет на различные группы населения и должно отражаться в социальной политике, прежде всего, в молодёжной.

Человеческий капитал обладает не только физическими (здоровье, трудоспособность) и психологическими, образовательными и интеллектуальными свойствами (качествами, возможностями, компетенциями в широком смысле слова). Нельзя забывать также о моральных и социально-политических свойствах, аспектах, без которых не может полноценно "работать" человеческий капитал. "Социально значимые деяния зависят

от социальных ценностей и установок, в особенности - от гражданской позиции каждого конкретного индивида, от степени развитости в нем гражданского сознания"⁹. В этом направлении также должна "поработать" государственная молодежная политика.

Вышеперечисленные аспекты и проблемы развития человеческого капитала должны помочь расставить важные акценты в государственной молодежной политике. Но приходится признать, что сейчас эти акценты на практике смещены в сторону социально-экономического аспекта и "экономического человека" в отношении развития человеческого капитала. Социально-экономический аспект, безусловно, важен. Но важно не забывать и про другие аспекты. Из этого вытекает необходимость в трансформации институциональной составляющей и создании новой инфраструктуры в молодежной среде, которая должна быть не "однобокой", а комплексной по своему характеру. При этом всегда важно помнить о практической стороне решения назревших проблем. Мы согласны с тезисом, что в контексте построения инновационной экономики и информационного общества "совершенствование государственной молодежной политики сводится, прежде всего, к совершенствованию способов и механизмов воспитания у людей качеств постиндустриальной культуры и созданию условий для их воплощения в практический результат"¹⁰. Государственная молодежная политика на разных своих уровнях (федеральном, региональном и муниципальном) призвана способствовать развитию человеческого капитала в различных его аспектах и формах.

¹ Основы государственной молодежной политики России на период до 2025 г. : утв. распоряжением Правительством РФ от 29.11.2014 № 2403-р. URL: <http://government.ru/media/files/ceFXleNUqOU.pdf>. С. 114.

² Лебедева Л.Г. Человеческий капитал, социальное неравенство и преемственность поколений // Наука XXI века: актуальные направления развития. 2016. № 2-1. С. 28.

³ Дудин Г.А. Компетентность как аспект социализации личности работника в условиях перехода к инновационной экономике // Проблемы развития предприятий: теория и практика : материалы 15-й Междунар. науч.-практ. конф. В 3 ч. Ч. 3. Самара, 2016. С. 182.

⁴ Любимов А.П. Государство и молодежь: взаимные социальные обязательства // Вестник МГУКИ. 2014. № 1 (57). С. 31.

⁵ Лебедева Л.Г. Социологический аспект исследования качества жизни молодежи и преемственности поколений // Аспирантский вестник Поволжья. Самара, 2008. № 5-6. С. 178.

⁶ Основы государственной молодежной политики России ... С. 115.

⁷ Лебедева Л.Г. Образование молодёжи как фактор "социальной эстафеты" (преемственности) поколений // Известия Института систем управления СГЭУ. 2017. № 1 (15). С. 17.

⁸ Санкова Л.В., Отставнова Л.А. Развитие системы отношений "человек - производство": глобальные тренды и локальные ограничения // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2016. № 7 (141). С. 98.

⁹ Лебедева Л.Г. Особенности социальных ценностей и установок российской молодежи в условиях переходного состояния общества // Аспирантский вестник Самарской губернии. Самара, 2001. № 2. С. 62.

¹⁰ Галлямова Д.И. Государственная молодежная политика: проблемы накопления человеческого капитала // Государственное управление. Электронный вестник. 2017. Вып. 61. URL: http://ejournal.spa.msu.ru/vestnik/item_899. С. 229.

YOUTH POLICY IN THE ASPECT OF HUMAN CAPITAL DEVELOPMENT

© 2017 Zavgorodny Valeriy Sergeevich
Student

© 2017 Aldebeneva Maria Mikhailovna
Student

Samara State University of Economics
E-mail: zavgo63@gmail.com

Keywords: youth policy, the continuity of generations, education, human capital.

State youth policy is analyzed in connection with the problems of human capital development, in particular, with the problems of continuity of generations and education. Identified the necessary accents in the youth policy.

УДК 338

ЭВОЛЮЦИЯ РЫНКА КОСМИЧЕСКИХ ПЕРЕВОЗОК

© 2017 Замыцкий Федор Сергеевич
магистрант

Самарский государственный экономический университет
E-mail: zamychka@gmail.com

Ключевые слова: частные космические компании, международный космический рынок, космический транспорт.

Статья посвящена анализу развития частного предпринимательства в ракетно-космической отрасли. Приводится анализ рынка космических перевозок.

Космонавтика - это главный продукт НТП, сейчас сама двигает прогресс, обогащая мировую экономику новыми технологиями, обеспечивая поступательное развитие человеческой цивилизации. На современном этапе космонавтика и её научно-производственная база является функционирующим большим рынком глобальной экономики, подчиняющейся универсальным закономерностям и тенденциям развития¹.

Космический рынок мировой экономики динамично развивается. Это стало возможным в результате получения космических технологий из военной сферы в гражданскую, и развитием целого рынка коммерческих услуг, связанных с космической индустрией и разработками. Подобные тенденции содействуют коммерциализации космической деятельности и росту космической промышленности, разработки и предоставление космической продукции, технологий и услуг, что, в свою очередь, дает мощный импульс уже

сточению внутриотраслевой конкуренции на разных уровнях: глобальном, межрегиональном, межгосударственном и национальном.

Мировой космический рынок стал крупным и быстрорастущим сегментом мирового рынка высоких технологий. Главным двигателем прогресса являются инновации в сфере ИТ производства микроэлектроники, цифровых и информационных систем, разработки ПО, телекоммуникаций, разработка композитных материалов и др. Большинство этих разработок были созданы и использовались в различных сферах космической индустрии и сейчас используются во многих сферах современной жизни обычного человека².

Большая часть космических разработок до сих пор секретна и находится в исключительном ведении государства, попадая в разряд секретных из-за политики в сфере национальной безопасности. При этом главенствующими тенденциями развития космического рынка является усиление трансферта космических разработок из военной сферы в гражданские области, их демилитаризация и использование в коммерческих целях. В связи с этим космическую деятельность принято разделять на военную космическую сферу (military space) и коммерческую космическую сферу, которая является открытой (civilian and commercial space).

Космическая деятельность - это неистощимый и развивающийся источник новых технологий фактически во всех сферах современной жизнедеятельности. При этом от развития космической деятельности в прямой зависимости находятся и многие отрасли производства и услуг в мировой экономике. В связи с этим с каждым годом космический рынок привлекает внимание крупных транснациональных корпораций. Рост рынка и постоянное увеличение его участников оказывает влияние на привлечение все большего объема средств инвесторов³.

В образовании и становлении мирового космического рынка отражаются процессы интернационализации космической деятельности и глобализации мировой экономики. В результате проведения анализа становления космического рынка как сегмента мирового высокотехнологического рынка удалось выявить следующие сложившиеся процессы:

- растет количество стран, занимающихся исследовательской деятельностью или осуществлением прикладных программ. Страны исходя из экономических и/или политических интересов развивают технологии, отвечающие требованиям космического рынка, обороны и безопасности;

- процессы кооперации нескольких стран при осуществлении космических программ. Например, Европейское космическое агентство (ЕКА), было создано 14 странами;

- развивающиеся страны видят в космической деятельности точку роста и преодоления технологического отставания. Они создают прикладные космические системы, например, системы связи и телекоммуникаций, которыми им снабжают страны лидеры космического рынка;

- повышения эффективности инвестиций, направленные в космические исследования и разработки, снижение затрат практического использования космоса объективно влекут за собой взаимопроникновение технологий военной и гражданской направленности. Принцип "двойного назначения": гражданских космических технологий (в том числе коммерческих) в интересах выполнения военных задач и наоборот;

- начальные стадии освоения космоса и воплощение космических программы осуществляется за счет государственных средств, а на стадии получения планируемого уровня рентабельности государственное финансирование прекращается;

- рост доля вложений частных инвесторов в общем объеме финансирования космических проектов. На смену уменьшающимся правительственным расходов приходит частный бизнес осуществляя коммерческие проекты;

- усложнение коммерческой деятельности - рост числа агентов, технологической сложности работ и создание сложной инфраструктуры. Включает разработку и производство на коммерческих началах ракет-носителей и многоразовых космических платформ, наземной инфраструктуру, станции управления космическими аппаратами;

- усиление конкуренции между странами и корпорациями- создается рыночная сила, которая дает толчок интеграционным процессам в отрасли космических средств и услуг, компаний объединяются в крупные международные корпорации, консорциумы, союзы;

- конкуренция стран в сфере космоса перемещается с товарного уровня конкуренции на уровень национальных инновационных систем, который включает систему образования, фундаментальные исследования и непосредственно прикладную научную сферу;

- глубокий уровень интеграции в мировые экономические отношения - это один из ключевых факторов, который стимулирует рост инновационных процессов в космической отрасли;

- сложность космической продукции и услуг и связанных с их созданием экологических проблем повышает требования к космическим технологиям. Этот процесс обеспечивается дорогостоящими инновациями, которые затем используются в других сферах экономики, это поддерживается возрастанием уровня конкуренции на рынке;

- создание дочерних компаний с целью повышения эффективности, финансовой устойчивости, которые осваивают и продвигают не только высокотехнологичную продукцию, но и сами созданные технологии;

- глобальный характер космической деятельности требует развития космического права - станет новой областью юриспруденции, которая будет регулировать отношения по освоению и использования космического пространства⁴.

Космическая деятельность является перспективной сферой деятельности, является крупным рынком, который сейчас делает крупный вклад в мировую экономику различных стран, регионов мира и отдельных стран. Главной характерной чертой является высокий темп освоения космического пространства и относительная быстрота получения практических экономических эффектов.

¹ Программный прогресс ЕС в Области космических технологий // Institutul de Relații Internaționale din Moldova Revistă științifico-practică. 2012. № 1. С. 129-137. URL: https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/Progresul%20programelor%20UE%20privind%20tehnologiile%20spatiale.pdf.

² Фирулев О.В., Ерыгин Ю.В. Инструменты стратегического управления инновационными проектами на предприятиях ракетно-космической отрасли // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2017. № 2. С. 43-49.

³ Оленева В.К. Анализ космических катастроф с 1960 по 2013 годы с целью совершенствования логистики ракетно-космической отрасли // NovalInfo.Ru. 2016. № 55.

⁴ Кузьмина К.А. Исследование космических грузовых перевозок, как современной тенденции в развитии логистики // Новая наука: от идеи к результату : по итогам междунар. науч.-практ. конф. (Стерлитамак, 11.01.2016 г.). Стерлитамак : АМИ, 2016. С. 94-97.

Кривоносов Н.А. Космические перевозки как новая зарождающаяся отрасль транспорта // Приоритетные научные направления: от теории к практике. 2016. № 22. С. 221-226.
URL: <https://issek.hse.ru/trendletter/news/167999399.html>;
http://www.rbc.ru/technology_and_media/14/01/2015/54b2980e9a794746307389e7.

EVOLUTION OF THE SPACE TRANSPORT MARKET

© 2017 Zamytskiy Fedor Sergeevich

Undergraduate

Samara State University of Economics

E-mail: zamychka@gmail.com

Keywords: private space companies, international space transport market, space transport.

The article analysis development of private entrepreneurship in the rocket and space industry. In the article the market of space transportation is analysis.

УДК 336.6

АННУИТЕТНЫЕ И ДИФФЕРЕНЦИРОВАННЫЕ СХЕМЫ В ЗАДАЧАХ О ПОГАШЕНИИ КРЕДИТОВ

© 2017 Зарипова Арина Маратовна

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: arin.see.fire@gmail.com

Ключевые слова: задачи на вычисление процентов, дифференцированный платеж, аннуитетный платеж.

Рассмотрены финансовые схемы, используемые при расчете эффективности вкладов на примере двух задач. Основу финансовой грамотности в финансовой сфере составляют понятия дифференцированного и аннуитетного платежей. Эти понятия положены в основу постановки и решения задач на определение суммы платежа и выгоды вклада.

Задачи на вычисление процентов появились из практической необходимости еще в древности, когда приходилось считать долги в долях от общего количества. В современной жизни понятие процентов используют в различных областях, особенно в финансово-экономической сфере. Поэтому необходимо, учитывая важность понятия, освоить способы решения задач на процентные исчисления.

Наблюдая за развитием рынка финансово-кредитных услуг, можно отметить тенденцию к увеличению количества предлагаемых услуг, расширение сферы предоставле-

ния таких услуг, увеличение объемов финансовых операций. На рынок финансовых услуг выходят новые организации, предлагающие населению кредиты на различных условиях. Необходимо научиться ориентироваться в пространстве предлагаемых услуг, рассчитывать выгодность и определять предпочтительность предложений¹. Убедительным аргументом в пользу того или иного варианта могут служить расчеты, основанные на использовании дискретных математических моделей². Особенно эффективны эти модели при расчете эффективности вкладов и кредитов. В основе дискретных моделей экономических задач лежит математический аппарат, включающий умение работать с процентами, числовыми последовательностями, прогрессиями, числовыми рядами и т.д.³

В нашей статье мы обсудим пару финансовых схем, используемых при расчете эффективности вкладов на примере двух задач. Основу финансовой грамотности в данном секторе составляют понятия дифференцированного и аннуитетного платежей.

Аннуитетные платежи - это платежи равными суммами, распределенными на весь срок кредитования. Это самый распространённый тип платежей.

Задача 1. В июле 2018 г. планируется взять кредит на сумму 8052000 рублей. Условия возврата, предлагаемые кредитной организацией таковы: каждый январь долг возрастает на 20% по сравнению с концом предыдущего года; с февраля по июнь каждого года необходимо выплатить некоторую часть долга. Сколько рублей нужно платить ежегодно, чтобы кредит был полностью погашен 4 равными платежами.

Решение. Условия задачи соответствуют схеме аннуитетных платежей. На основе условий составим таблицу, в которой будут отражены сумма долга и платежи. Обозначим: сумма долга - S , сумма выплат - b . Условие увеличения на 20% выразим введением повышающего коэффициента $1,2 = q$.

Период	Долг	Платеж
Июль	S	-
Январь	Sq	-
Февраль-Июнь	$(Sq-b)$	b
Январь	$(Sq-b)q$	-
Февраль-Июнь	$(Sq-b)q-b$	b
Январь	$((Sq-b)q-b)q$	-
Февраль-Июнь	$((Sq-b)q-b)q-b$	b
Январь	$((((Sq-b)q-b)q-b)q)$	-
Февраль-Июнь	$((((Sq-b)q-b)q-b)-b)$	b

Нам нужно найти ежегодный платёж b . Раскроем скобки в выражении последнего платежа, после которого сумма долга станет равной нулю.

$$Sq^4 - bq^3 - bq^2 - bq - b = 0, Sq^4 - b(q^3 + q^2 + q + 1) = 0, b$$

Далее видим, что в знаменателе - члены геометрической прогрессии, а ее сумма находится по формуле

$$S = \frac{b_1(qn - 1)}{(q - 1)}$$

В наших условиях $b_1 = 1$, тогда: $S_4 = (q^4 - 1)/(q - 1)$

$$b = Sq^4 \cdot (q - 1)q^4 - 1$$

$$V = 8052000 \cdot (1,2)^4 \cdot (1,2 - 1) \cdot (1,22 - 1) \cdot (1,24 + 1)$$

Числитель и знаменатель умножим на 10000 для упрощения вычислений и сократим дробь на 4:

$$V = 3110400.$$

Ответ: 3 110 400.

При дифференцированной схеме платежи содержат два компонента: постоянную сумму, равную фиксированной доле тела кредита и проценты за пользование кредитом, начисленные на остаток долга.

Задача 2. 16 августа 2017г. студент решил взять кредит 60тыс.р. для покупки нового телефона. Он предположил, что сможет рассчитаться с кредитом за 5 месяцев. Условия пользования кредитом, предоставленным финансовой организацией, следующие: 10 числа каждого месяца, начиная с сентября, начисляются проценты на остаток долга из расчета 18,5% в месяц. С 11 до 15 числа каждого месяца начиная с сентября, клиент обязан внести платёж. Суммы платежей подбираются так, чтобы долг каждый месяц уменьшался на одну и ту же величину. Сколько в итоге составит переплата?

Решение. Обозначим сумму кредита $A = 60000$, срок кредита $N = 5$ месяцев,

$$R = 18,5 \%:$$

1 месяц	$60000:5 + (18,5:100 \cdot 60000) = 12000 + 11100 = 23100$
2 месяц	$60000:5 + (18,5:100 \cdot 4/5 \cdot 60000) = 12000 + 8880 = 20880$
3 месяц	$60000:5 + (18,5:100 \cdot 3/5 \cdot 60000) = 12000 + 6660 = 18660$
4 месяц	$60000:5 + (18,5:100 \cdot 2/5 \cdot 60000) = 12000 + 4440 = 16440$
5 месяц	$60000:5 + (18,5:100 \cdot 1/5 \cdot 60000) = 12000 + 2220 = 14220$

Сложим все выплаты, произведённые студентом за пять месяцев:

$$23100 + 20880 + 18660 + 16440 + 14220 = 93300$$

Таким образом, переплата по кредиту составит $93300 - 60000 = 33300$ руб.

¹ Безгласная Е.А., Севастьянова С.А. Совершенствование системы образовательных программ в контексте междисциплинарного взаимодействия // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2014. № 4 (114). С. 153-156.

² Чистик О.Ф. Статистическая оценка и эконометрическое моделирование инвестиционного процесса в регионе // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2009. № 4 (54). С. 94-98.

³ См.: Макаров С.И., Севастьянова С.А. Формирование профессиональной математической компетенции экономистов с использованием электронных образовательных ресурсов // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2008. № 12 (50). С. 70-78;

Севастьянова С.А. Формирование профессиональных математических компетенций у студентов экономических вузов : дис. ... канд. пед. наук. Самара, 2006.

ANNUITY AND DIFFERENTIATED SCHEMES IN TASKS FOR REPAYING CREDITS

©2017 Zaripova Arina Maratovna
Student
Samara State University of Economics
E-mail: arin.see.fire@gmail.com

Keywords: tasks for calculating interest, differential payment, annuity payment.

The article considers the financial scheme used in the calculation of the efficiency of deposits on the example of two tasks. The Foundation of financial literacy in financial matters is the concept of a differentiated and annuity payments. These concepts form the basis for the formulation and solution of problems on the determination of the amount of payment and profitability of the Deposit.

УДК 339.3

ПУТИ СНИЖЕНИЯ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ИЗДЕРЖЕК ПРИ РАСПРЕДЕЛЕНИИ ПРОДУКЦИИ

© 2017 Зинатуллина Алина Тимуровна
студент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: alinazinatullna@gmail.com

Ключевые слова: логистика, издержки, предприятия.

В статье рассматриваются пути снижения логистических издержек при распределении товаров.

Управление распределением требует от логистики постоянного контроля над эффективностью организации логистических процессов в сети распределения.

Логистика материальных потоков изучает комплекс операций, обеспечивающих продвижение вещественных предметов и продуктов труда от первичного источника сырья к конечному потребителю¹. Принятие решений по этим операциям с позиции интересов сквозной системы позволяет говорить о них как о логистических операциях.

Целью создания любой камерчарской организации является получение прибыли, путем удовлетворения потребностей и желаний покупателей. Но любая деятельность фирмы сопровождается затратами и величина этих затрат зависит от эффективного использования способов их снижения. Большую часть затрат составляют как раз таки логистические издержки, поэтому уменьшив их, мы сможем увеличить прибыль.

Для снижения издержек, нам необходимо контролировать затраты учитывая данные рекомендации:

1. Обрабатывать данные по разным видам затрат по-разному
2. Сконцентрировать усилия на контроле затрат в месте их возникновения

3. Сокращать виды деятельности с целью сокращения издержек. Однако, попытки снизить уровень дополнительных затрат редко бывают эффективными, так как значительно может снизиться качество продукции. Поэтому необходимо контролировать и качество продукции при уменьшении издержек, так как не качественная продукция не будет пользоваться спросом и прибыль пойдет в убыток.

В процессе контроля логистических издержек недостаточно контролировать затраты, которые образуются в пределах одного предприятия. Требуется выявления всех затрат и понятия пути их образования.

Традиционные методы учета логистических издержек осуществляют калькуляцию расходов по отдельным функциональным областям. Это не позволяет выделять затраты по отдельным логистическим процессам, формировать информацию о наиболее значимых затратах и о взаимодействии друг с другом. Например, [различные расходы которые связаны с процессом выполнения заказа, складываются из множества логистических издержек, возникающих в разных сферах и объединить их в единую статью расходов в рамках функционального учета сложно. К затратам также следует отнести транзакционные издержки, возникающие в процессе заключения сделок с логистическими компаниями, занимающимися вопросами транспортировки и предоставления логистических услуг².

В отличие от традиционного подхода к учету логистических издержек, логистика предусматривает ведение пооперационного учета логистических издержек на всем пути. В логистике ключевым событием, объектом анализа является заказ потребителя и действия по выполнению этого заказа. Калькуляция логистических издержек должна позволить определить, приносит ли конкретный заказ прибыль и каким образом можно сократить логистические издержки на его выполнение. Учет логистических издержек по процессам дает наглядную картину того, как формируются затраты, связанные с обслуживанием клиента, какова доля в них каждого из подразделении. Суммируя все расходы по горизонтали, можно определить затраты, связанные с отдельным процессом, заказом, услугой" продуктом и т.д.

Основные проблемы, связанные с учетом издержек в логистике:

- высокая доля затрат на операции, связанные с продвижением товарных и материальных ресурсов в сферах производства и обращения, в общем объеме издержек. Постоянный, опережающий общий уровень инфляции, рост стоимости работ на большинстве из этих операций;

- отсутствие, в общем случае, при традиционно организованном учете критерия принятия решений по рациональной организации логистического процесса;

- резкий рост чувствительности логистических затрат к изменению качественных показателей работы логистических систем в области высокого качества результатов их функционирования, характерной для конкурентных рынков³.

Управлять затратами возможно лишь в том случае, если их можно точно измерять. Поэтому системы учета издержек производства и обращения участников логистических процессов должны:

- выделять затраты, возникающие в процессе реализации функций логистики;
- формировать информацию о наиболее значимых затратах;
- формировать информацию о характере взаимодействия наиболее значимых затрат друг с другом⁴.

При соблюдении данных [требований] появляется возможность использовать важный критерий построения оптимального варианта логистической системы - минимум совокупных издержек на протяжении всей логистической цепи.

Организации, которые стремятся к повышению своей конкурентоспособности должны контролировать расходы⁵. Поэтому в качестве способов снижения издержек, связанных с распределением продукции можно предложить следующее:

- улучшение взаимодействия предприятия с его поставщиками и потребителями в цепи поставок (координация деятельности предприятия и его партнеров в области своевременной доставки продукции снижает уровень затрат на складские операции, управление запасами, хранение и доставку готовой продукции);

- поочередность отпуска продукции;

- компенсация роста затрат в одном звене цепи поставок за счет сокращения издержек в другом (транспорт направляется по маршруту, который длиннее, но топливо на этом пути можно купить намного дешевле);

- использование прогрессивных методов работы для повышения производительности труда сотрудников и эффективности деятельности функциональных подразделений по распределению продукции;

- выбор оптимального объема упаковки (винную продукцию привозят в Россию в цистернах, а здесь уже разливают в мелкие упаковки);

- изготовление упаковки из вторсырья (возвратная упаковка);

- введение инновационных технологий в производство упаковки;

- выбрать наиболее экономически выгодный вид транспорта, его условия транспортировки;

- снижение затрат на топливо путем выбора оптимальных мест заправки с учетом стоимости топлива в различных странах, а также разрешенного объема ввоза топлива в страну или вывоза из страны.

Выше приведенные способы снижения издержек являются эффективными и успешно используются многими организациями. Они помогут не только снизить расходы на логистические операции и получить дополнительную прибыль, но и позволят предприятию снизить цены на товары и за счет этого выиграть в конкурентной борьбе.

¹ Амблер Т. Практический маркетинг / пер. с англ. Ю.Н. Каптуревского. СПб. : Питер, 2009. 400 с.

² Федоренко Р.В. Проблемы оценки и анализа дополнительных затрат по соблюдению нормативных требований во внешнеэкономической деятельности // Экономика и менеджмент систем управления. 2014. Т. 13. № 3. С. 79-85.

³ Бабаченко М.В. Контрактная логистика как инструмент управления издержками // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2011. № 11 (85). С. 21-24.

⁴ Быков И.А. РК Современные технологии. ИВЭСЭП, 2008. 567 с.

⁵ Федоренко Р.В. Проблемы современного аутсорсинга и пути их решения // Перспективы науки. 2014. № 8 (59). С. 150-153.

WAYS OF DECREASING LOGISTIC COSTS AT THE DISTRIBUTION OF PRODUCTION

© 2017 Zinatullina Alina Timyrovna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: alinazinatullina@gmail.com

Keywords: logistics, costs, enterprises.

The article considers ways to reduce logistics costs in the distribution of goods.

УДК 339.138

ПЛАНИРОВАНИЕ МЕР РЕФОРМИРОВАНИЯ ОБЪЕКТОВ СОЦИАЛЬНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ ПРИ РАЗРАБОТКЕ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ В СФЕРЕ ЖКХ

© 2017 Злоказова Анастасия Владимировна

аспирант

© 2017 Топоркова Елена Венировна

кандидат экономических наук, доцент

© 2017 Астратова Галина Владимировна

доктор экономических наук, кандидат технических наук, профессор,
зав. кафедрой "Экономика ЖКХ и энергетики"

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

E-mail: anastasya@mail.ru

Ключевые слова: экономика жилищного и коммунального хозяйства, управление недвижимостью, планирование, инфраструктура объекта, социальная инфраструктура, торговля.

Наличие объектов социальной инфраструктуры недвижимости обеспечивает не только комфортные бытовые условия проживания граждан, но и нацелена на духовное, моральное развитие. При планировании развития объектов социальной инфраструктуры необходимо проанализировать результаты проведенных в регионах исследований по формированию доходов и совершенствованию структуры расходов населения, а также оценке степени удовлетворения потребностей населения в товарах и услугах. Исходя из результатов проведенного мониторинга необходима разработка ряда действий по формированию социальной среды, предполагающей полное обеспечение потребностей населения с обязательным государственным участием.

Развитие социальной инфраструктуры любого вида объекта недвижимости, а первоначально жилых, является основополагающим фактором комфортного существования населения. Принято разделять объекты социальной инфраструктуры по типу обеспечения потребностей человека. Социально-бытовая инфраструктура направлена на возведение таких объектов как дороги, транспортные развязки, парковки и стоянки, торговые комплексы, сервисные центры и т.п. К социально-духовной инфраструктуре можно отнести объекты формирующие моральные, нравственные и духовные ценности человека, несущие просветительскую функцию. Сюда относятся поликлиники и стационары, объекты дошкольного и школьного образования, музеи, исторические и культурные центры, церкви и храмы. Социально-духовная область создания инфраструктуры объектов нацелена на обеспечения профессиональной реализации, формировании моральных норм, развитие интеллектуальных качеств человека и обеспечение здоровья.

Социальная инфраструктура носит ярко выраженный территориальный характер, так как она связана с обслуживанием человека, который проживает в поселениях городского и сельского типа и должен быть обеспечен необходимыми условиями для физических и духовных развитий¹.

В условиях ведение на мировом рынке товарно-рыночных отношений, с ярко выраженным развитием конкуренции необходимо определять становление социальной инфраструктуры исходя из определения основных социально-экономических факторов, характеризующих общий объем и темпы ее развития.

При принятии решений в области планирования и разработки программы развития социальной инфраструктуры в регионе, необходимо учесть показатели среднего уровня дохода населения и структура расходов населения.

Программа должна учитывать не только территориальные особенности развития региона, но и точечные показатели доступности жилья, развития торговли, здравоохранения, доступности дошкольного и школьного образования, то есть уровень обеспеченности понимания доступности социальной сферы и возможностей в реальном удовлетворении необходимого уровня развития².

Развитие социальной инфраструктуры регионов должно учитывать и планироваться с учетом их экономического потенциала, специфики расселения жителей, инвестиционной привлекательности, принятых долгосрочных и краткосрочных планов развития и др. Развитие повсеместной доступности объектов социальной сферы должно учитывать и фактор повсеместной необходимости в них.

При анализе и разработке мер необходим учесть:

- особенности желаний населения в возведении "недостающих" объектов;
- возможности реконструкции возведенных ранее объектов.

Прогнозные расчеты проводятся не только по усредненным показателям (в расчете на душу населения, на 1000, 10 тыс. чел. и т.п.), но и с учетом специфики различных социальных и демографических групп³.

Финансирование социальной сферы необходимо обеспечивать, не только используя государственное финансирование, но и получаемые от населения средства. Воз-

можно введение льготного налогообложения и привлечение инвесторов в развитие данной сферы. Кроме этого выделяют опыт использования таких мер как введение фиксированной доли налога на прибыль, акцизов, которые будут распределяться в дальнейшем непосредственно на развитие социальной инфраструктуры.

В условиях рыночных отношений область социальной сферы достаточно изменчива. Первостепенно учитывать и прогнозировать изменчивость личных доходов населения и их роль в осознании необходимости доступности социальной сферы объектов недвижимости. В связи с этим прогноз должен учитывать и развитие отраслей социальной сферы на некоммерческой основе, и частичное их самофинансирование⁴.

Определить уровень развития социальной сферы позволяет расчет натуральных показателей, характеризующие развитие одного из звеньев сферы, в форме расчета усредненного количества жителей региона и денежных средств, которые данные жители готовы расходовать на предоставление платных услуг в социальной сфере. При подобном расчете необходимо провести анализ и ангажировать иоле доходные области. Кроме этого необходимо учесть нормативную базу по обеспечению населения всеми объектами социальной сферы, характеризующая уровень общественного потребления и возможностью формирования на рынке предложения платных услуг.

Независимо от вида производства выделяются нормы и нормативы:

- развития материальной базы учреждений сферы обслуживания по видам (в расчете на 10 тыс. жителей);
- качества обслуживания населения в учреждениях сферы услуг по видам услуг (в расчете на 10 тыс. жителей);
- потребления услуг по видам⁵.

Плановые показатели должны учесть изменчивость потребностей населения и спроса на рынке социальных услуг.

В качестве мер государственного регулирования и воздействия местных органов власти на потребительский рынок прогнозом должна быть предусмотрена система экономических льгот для стимулирования деятельности потребительской кооперации, торгово-закупочных кооперативов, других предприятий торговли, особенно по завозу и реализации нужных для населения региона товаров⁶.

В области торговли используют "классические" формы ведения деятельности такие как оптовые базы, складские помещения с возможностью мелкорозничной торговли, торговые представительства в непосредственной близости от места производства и т.п.

Однако учитывая опыт зарубежных стран, для развития малого бизнеса целесообразно использовать франчайзинг. Суть этой системы состоит в следующем: крупная фирма - франчайзер - заключает договор с небольшим самостоятельным предприятием о предоставлении ему исключительного права реализации своей продукции или услуг под торговой маркой франчайзера⁷.

В области здравоохранения государственное участие и финансирование должно являться приоритетным. Однако в современном обществе есть возможность предоставление населению других медицинских услуг на основе создания коммерческих учрежде-

ний, а также развитием индивидуальной и кооперативной деятельности в сфере здравоохранения. Коммерческая область предоставления услуг в вопросе охраны здоровья населения должна осуществлять возможность выбора коммерческих услуг с большим комфортом и расширенным комплексом услуг.

Отсюда возникает проблема планирования сферы страхования в здравоохранении, которая должна быть направлена на разработку и финансирование профилактических мер и обеспечение надлежащего ухода, финансирование которых будет осуществляться из взносов предприятий, обеспечивающих своих работников возможностью бесплатного медицинского обслуживания соответствующего уровня, добровольных взносов граждан при покупке страховки и бюджета региона.

Развитие области культуры должно предполагать ведение политики, направленной на сохранение объектов культурного и духовного развития наряду с возведением новых центров развития и эстетического воспитания населения. Коммерческая составляющая развития данной сферы должна учитывать ожидания потребителей. Кроме этого разработка лояльности к благотворителям и фондам поддержки культурного развития требуют разработки и дальнейшего внедрения в политику страны.

В сфере развития социальной инфраструктуры объектов недвижимости существует проблемы. Необходима разработка программ устойчивого развития социального обеспечения населения на уровне государственного регулирования и вопрос автономного регулирования данного сегмента экономики не будет нести эффективный характер. Первоочередной задачей необходимо ставить решение вопроса благосостояния населения и обеспечения достойного уровня жизни. Необходимо постепенное ужесточение стандартов качества в области здравоохранения, образования, культуры и бытового обеспечения населения.

Естественно анализ спроса и поведения потребителя в области развития социальной инфраструктуры объектов недвижимости предполагает существование ряда ограничений, что по сравнению с другими рынками потребительских товаров и услуг, практически не имеющих ограничений для потребительского выбора⁸.

Разработка комплекса мер всеми уровнями власти позволит соответствовать развитию социальной инфраструктуры требованиям рыночной экономики и новой конъюнктуры рынка.

¹ Борисевич В.И., Гейзлер П.С., Фатеев В.С. Экономика региона : учеб. пособие. Минск : БГЭУ, 2002. 432 с.

² Клебанович Н.В. Методы обследований земель : учеб. пособие. Минск : БГУ, 2011. 208 с.

³ URL: <http://good.academy-company.ru>.

⁴ Шишкин С.В. Экономика социальной сферы. М. : ГУ-ВШЭ, 2003.

⁵ Салжаницын А.И. Современные проблемы развития материальной базы отраслей социальной сферы России. М. : Экономика, 2002.

⁶ Смирнов А.Б. Управление развитием ресурсной базы сферы социальных услуг. СПб. : Герда, 2011.

⁷ Экономика социальной сферы : учеб. пособие. 2-е изд. М. ; Ростов н/Д : МарТ, 2005.

⁸ Астратова Г.В., Баженова Е.В. Маркетинг в ЖКХ : учеб. пособие / под общ. и науч. ред. Г.В. Астратовой. Екатеринбург, 2016. 445 с.

PLANNING OF REFORM MEASURES IN SOCIAL INFRASTRUCTURE DURING THE CONSTRUCTION OF OBJECTS OF REAL ESTATE

© 2017 Zlokazova Anastasiia Vladimirovna

PhD student

© 2017 Toporkova Elena Vinirovna

Ph. D., associate Professor

© 2017 Astratova Galina Vladimirovna

Doctor of economic Sciences, candidate of technical Sciences, Professor,
head of the Department "Economics, housing and energy"

Ural state economic University, Yekaterinburg

E-mail: anastasyv@mail.ru

Keywords: economics of housing and communal services, property management, planning, infrastructure, social infrastructure, and trade.

The Development of social infrastructure real estate objects not only ensures comfortable living conditions of citizens, but presupposes and aims at spiritual, moral development. When planning the development of social infrastructure, it is necessary to analyze the results conducted in the regions of the studies on income generation and improving the structure of expenditures of the population, and also to assess the degree of satisfaction of needs of population in goods and services. Based on the results of the monitoring required the development of a number of actions for the formation of the social environment, assuming full maintenance of needs of the population with mandatory state participation.

УДК 338

МАРКЕТИНГОВЫЕ АСПЕКТЫ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

© 2017 Ивахова Алена Михайловна

студент

© 2017 Мухаметзянова Лилия Халиловна

кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: alyona_ivakhova@mail.ru

Ключевые слова: маркетинг, инновации, инновационный стратегический маркетинг, вирусный маркетинг, нейромаркетинг, чувственный маркетинг, арома-маркетинг, партизанский маркетинг, мобильный маркетинг, интернет-маркетинг.

Рассмотрены инновационные приемы маркетинга, которые современные предприятия используют для того, чтобы максимально удовлетворить потребительские запросы и потребности. Обозначены причины необходимости внедрения этих методов на предприятиях. Маркетинговый аспект инновационной деятельности означает использование новых идей, технологий и продвижения товаров и услуг на рынке.

В наше время, когда рынок сильно развивается, предприятиям становится все сложнее удовлетворять потребности общества в товарах и услугах, отвечающих требованиям и обладающих нужной полезностью для потребителя. Количество брендов и торговых марок ощутимо возросло. Это ведет к сокращению количества реальных конкурентов из-за роста входных барьеров при уже существующей конкуренции. Ремонт и уход за товарами длительного пользования сейчас, как правило, дороже, чем покупка нового продукта взамен, поэтому такие товары становятся "одноразовыми". В руках ограниченного количества посредников, способных воздействовать и на потребителей, и на производителей, сконцентрированы каналы распределения товаров и услуг.

В таких условиях залогом успешного развития предприятия являются инновации в маркетинге, направленные на более полное удовлетворение потребностей потребителей и открытие новых рынков сбыта для роста объема продаж. Следовательно, актуальность этой темы заключается в том, что эффективным методом повышения конкурентоспособности предприятия на рынке и поддержания его высоких позиций как раз и является разработка и внедрение инновационных маркетинговых приемов.

Маркетинговыми инновациями называются новые или значительно улучшенные методы маркетинга, охватывающие значительные изменения в упаковке и дизайне продукта, в новом методе продаж, работ и услуг; их представление и продвижение на рынки сбыта, а также формирование новых ценовых стратегий¹. На целевых рынках, выбранных компанией, можно использовать много разных инновационных методов стратегического маркетинга, например: нейромаркетинг, арома - маркетинг, интернет-маркетинг, сенсорный маркетинг, бенчмаркетинг и другие. Можно рассмотреть их более подробно.

В научной литературе существует множество трактовок понятия "бенчмаркетинг", но все они сводятся к привычному, общепотребляемому определению как процесса нахождения, адаптации и внедрения наилучших образцов ведения бизнеса. Суть бенчмаркетинга заключается в создании инновационного климата на предприятии, который обеспечен необходимыми структурными условиями и нацелен на стратегические, системные и другие инновации, а не копировании уже готовых. Сегодняшняя стадия развития бенчмаркетинга такова: "В наше время констатируются качественные изменения конкурентной среды, в которой "линейные" инновации уже недостаточны. Их место теперь занимают "нелинейные" инновационные решения. Это означает, что они направлены не только на развитие и продолжение процесса, но и на создание новых процессов и тенденций, а также на опережение конкурентов"².

Сенсорный (чувственный) маркетинг или как его называют в литературе по маркетингу "нейроооаркетинг"- одна из современных стратегий инновационного маркетинга. В основе сенсорного маркетинга лежат психофизиологические процессы. Эта стратегия предполагает создание специальной обстановки в торговых точках для воздействия на органы чувств покупателя и контроля их поведения. Как показывают новейшие исследования мозга, поведение человека чаще всего руководят эмоции, а не разум. Преимуществом нейромаркетинга является способность воздействовать на потенциального покупателя не только в местах продажи, то есть непосредственно, но и рекламой, посылая своеобразные сигналы потребителю, эмоциональные призывы потрогать, почувствовать. Например, изображения, приятные глазу, вызывают поло-

жительные эмоции и запускают скрытые образы, которые стимулируют покупку, а продавцы и потребители на их основе создают графические коллажи, закладываемые в последствии в рекламные ролики. Такие крупные корпорации, как Coca-Cola, Nestle, P&G другие используют стратегию чувственного маркетинга.

Одной из разновидностей нейромаркетинга является арома-маркетинг. Он предполагает ароматизацию воздуха в торговых залах для стимулирования покупателей к совершению покупки приятным ароматом. Считается, что приятный аромат изменяет представления о качестве товара в лучшую сторону, действует на подсознание человека, побуждая его к эмоциональным, необдуманым и не всегда рациональным решениям, в том числе и к покупке товара.

Маркетинговые исследования показали, что в результате использования чувственного маркетинга: время пребывания клиентов в торговом помещении возрастает на 15,9%; готовность приобрести товар увеличивается на 14,8%; настроение покупателей улучшается; впечатления от магазина становятся больше; восприятие качества товаров и услуг, которые предлагаются в этом месте улучшается: стресс персонала снижается, а работоспособность увеличивается, а объем продаж увеличивается в среднем на 60%³.

Частными проявлениями Интернет-маркетинга являются следующие инновационные приемы маркетинга: вирусный, мобильный, блог-маркетинг, buzz-маркетинг (партизанский), performance-маркетинг и другие. С уверенностью можно сказать, что сейчас доля людей, которые используют Интернет для развлечения падает, но растет число тех, кто использует его для поиска товаров и услуг.

Мобильный маркетинг предполагает применение мобильного телефона. Доступность, удобство и информативность - это явные преимущества такого вида инновационного маркетинга. Мобильная реклама остается до сих пор одной из самых дешевых, а значит и наиболее востребованной рекламой. Например, SMS/MMS-реклама персонализировано доставляет информацию и имеет минимальный процент уклонения, так как абонент все - равно неизбежно прочитает рекламное сообщение. Такой вид маркетинга предполагает не только SMS/MMS-рассылки, но и различные SMS-конкурсы, акции, розыгрыши, голосования и опросы.

Вирусный маркетинг- это такая стратегия, при которой реклама, товар или услуга влияют на человека таким образом, что он "заражается" идеей распространения какого-либо контента и в последствии сам становится распространителем. Функционирование социальных сетей и блог-хостингов (например, vk.com, facebook.com, odnoklassniki.ru и т.п) способствует росту популярности вирусного маркетинга. Первой успешной реализацией вирусного маркетинга в Интернете является акция Hotmail, когда к каждому отправленному пользователем письму присоединялось с сообщение, которое призывало получателей завозить бесплатную почту на Hotmail-e.

Для использования вирусного маркетинга необходим качественный медиавирус. Например, интересное видео. Если обычные рекламные ролики навязывают товары, то медиавирус распространяется самостоятельно и о навязчивости здесь не может быть и речи⁴.

Buzz-маркетинг (партизанский маркетинг, маркетинг виртуальных персонажей) - это стратегия, при которой информация доносится через искусственно созданные и распространённые слухи. Компании, которые раньше использовали Интернет в своих маркетинговых коммуникациях, начинают сейчас осваивать новые направления (сайты, форумы, блоги), размещающие их контент. Это способствует появлению блоггинга (или блог-маркетинга).

Таким образом, подводя итог, можно сказать, что в современном понимании инновационные маркетинговые приемы - это инструменты воздействия на органы чувств покупателя, учитывая его психофизиологические особенности. Также, нужно помнить о значительной роли технических средств и современных гаджетов, ведь с их помощью можно оказывать на их владельцев влияние в интересах фирмы. На сегодняшний день главной целью маркетинга является разработка инновационной, действенной стратегии внедрения продукта на рынок и его продвижения, выгодно перенимая опыт отечественных и зарубежных компаний в этой сфере. Следовательно, в основе маркетинговых исследований лежит анализ конъюнктуры рынка, разработка сегментов рынка, формирование спроса, моделирование поведения потребителя⁵.

¹ Шустов А.А. Маркетинговые инновации как одно из важнейших направлений инновационной политики // Молодой ученый. 2013. № 9. С. 258-263.

² Карпова С.В. Инновационная маркетинговая политика российских компаний : монография / Финансовый ун-т при Правительстве РФ. М., 2010. 320 с.

³ Мычка С.Ю., Богданова Т.Н., Воронкова В.В. Инновационные формы маркетинговой деятельности предприятия // Территория науки. 2015. № 1. С. 81-85.

⁴ Меликян О.М. Поведение потребителей : учебник. М. : Дашков и К, 2012. 280 с.

⁵ Плотников А.П. Развитие концепции информационного маркетинга // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 3 (101). С. 90-93.

MARKETING ASPECTS OF INNOVATIVE ACTIVITY OF THE ENTERPRISE

© 2017 Ivakhova Alyona Mikhailovna

Student

© 2017 Mukhametzyanova Liliya Khalilovna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

Samara State University of Economics

E-mail: alyona_ivakhova@mail.ru

Keywords: marketing, innovation, innovative strategic marketing, viral marketing, neuromarketing, sensual marketing, aroma marketing, partisan marketing, mobile marketing, Internet marketing.

In this article, innovative methods of marketing are considered, in which modern enterprises are used to maximally satisfy consumer demands and needs. Also, the reasons for the need to introduce these methods in enterprises are indicated. Marketing aspect of innovation activity means the use of new ideas, technologies and promotion of goods and services in the market.

**УПРАВЛЕНИЕ ОСНОВНЫМИ ПРОИЗВОДСТВЕННЫМИ ФОНДАМИ
НА ПРЕДПРИЯТИИ
(НА ПРИМЕРЕ ООО "ГАЗПРОМ ТРАНСГАЗ САМАРА")**

© 2017 **Измайлов Айрат Маратович**

кандидат экономических наук, старший преподаватель

© 2017 **Вдовина Юлия Сергеевна**

магистрант

Самарский государственный экономический университет

E-mail: airick73@bk.ru, julia.vdovina2014@yandex.ru

Ключевые слова: основные производственные фонды, управление активами, диагностика, техническое обслуживание и ремонт, планирование, контроль.

Проводится анализ условий и результатов использования основных производственных фондов предприятия. Выявляются особенности управления основными производственными фондами в газовой отрасли.

Основные фонды предприятия - это стоимостное выражение средств труда, которые участвуют во многих производственных циклах, сохраняя свою натуральную форму. Главным определяющим признаком основных средств выступает способ перенесения стоимости на продукт - постепенно в течение ряда производственных циклов, частями по мере износа¹. Система управления основными производственными фондами органически входит в состав общей системы управления предприятием. Под управлением основными производственными фондами целесообразно понимать совокупность механизмов, принципов и методов реализации управленческих решений, направленных как на формирование основных фондов, так и эффективное его использование в различных видах деятельности.

В текущий момент управление материальными активами в ООО "Газпром трансгаз Самара" осуществляется управлением организации восстановления основных фондов (УОВОФ)². Подразделение собирает информацию о потенциально необходимых ремонтных работах в линейных производственных управлениях, формирует сумму необходимых финансовых ресурсов для осуществления работ на следующий год. Затем происходит согласование суммы денежных средств, объема и сроков выполнения работ с материнской компанией ПАО "Газпром", которая, в свою очередь, определяет лимит средств. В соответствии с выделенными лимитами УОВОФ определяет приоритетность проведения работ на производственных площадках. Важным в деятельности организации выступает выполнение плановых показателей по лимитам: возможное отклонение фактических показателей от нормативных - 5%.

Важным элементом выступает характеристика основных производственных фондов с точки зрения их движения: ввод в действие основных фондов; выбытие основных

фондов; коэффициенты годности и износа основных фондов в зависимости от группы (см. таблицу).

Характеристика основных производственных фондов "Газпром трансгаз Самара"

Группы основных средств	Коэффициенты ввода		Коэффициенты выбытия		Коэффициенты износа		Коэффициенты годности	
	базисный период	отчетный период	базисный период	отчетный период	на начало отчетного года	на конец отчетного года	на начало отчетного года	на конец отчетного года
Здания и сооружения	0	0,0012	0,0144	0,0010	0,4200	0,4400	0,5800	0,5600
Машины и оборудование	0,0221	0,0023	0,0029	0,0011	0,4500	0,4400	0,5500	0,5600
Транспортные средства	0,0900	0,0030	0	0,0030	0,4300	0,5200	0,5700	0,4800
Прочие	0,0346	0,0997	0,0029	0,0021	0,4600	0,5000	0,5400	0,5000
Итого	0,1470	0,1070	0,0200	0,0070				

В исследуемой организации происходит незначительное сокращение коэффициента ввода основных производственных фондов, коэффициента выбытия основных фондов увеличивается. При этом в компании происходит увеличение собственного капитала. В связи с отрицательными тенденциями в организации, связанными с сокращением коэффициентов ввода основных средств, повышением коэффициента износа, снижением показателей деловой активности, фондоотдачи важным направлением выступает повышение эффективности работы компании путем выделения денежных средств на модернизацию основных производственных фондов.

Важным аспектом выступают диагностика, техническое обслуживание и текущий ремонт (ДТОиР). ДТОиР объектов осуществляется на плановой основе. Порядок и периодичность проведения ДТОиР определяются техническим состоянием объектов, инструкциями по эксплуатации на соответствующее оборудование, а также нормативно-техническими документами, действующими в ПАО "Газпром".

Цикл работ по планированию, организации и выполнению программ инновационного развития для капитального ремонта имеет продолжительность два года. Первый год - планирование программ развития, а также проведение закупок по выбору разработчика проектной документации (ПД). Во второй год происходит заключение договоров подряда на выполнение проектов развития, разработку ПД, проведение экспертизы и утверждение ПД.

Экспертиза проводится привлекаемыми на основании договора подряда организациями за счет лимитов затрат на капитальный ремонт с целью проверки обоснованности объема, состава и сметной стоимости работ по капитальному ремонту, предусмотренных ПД, а так же соответствия разделов ПД унифицированным проектным решениям, утвержденным ПАО "Газпром"³.

Формирование планов работ и планов затрат на ДТОиР осуществляется в соответствии со сроками, устанавливаемыми ПАО "Газпром".

На первом этапе происходит разработка и согласование планов капитального ремонта. Результатом первого этапа являются согласованные Департаментом капитального ремонта и Профильными департаментами Пообъектные планы капитального ремонта ООО "Газпром трансгаз Самара".

На втором этапе выполняется планирование по следующим работам:

- капитальный ремонт объектов, не предусмотренный на первом этапе;
- техническое обслуживание;
- технический ремонт;
- диагностика.

Результатом второго этапа планирования являются согласованные профильными департаментами и утвержденные Департаментом капитального ремонта пообъектные планы ДТОиР на следующий год.

Согласно Постановлению Госкомстата РФ от 21.01.2003 N 7 "Об утверждении унифицированных форм первичной учетной документации по учету основных средств" для учета наличия объекта основных средств, а также учета движения его внутри организации в ООО "Газпром трансгаз Самара" ведутся инвентарная карточка учета объекта основных средств, инвентарная книга учета объектов основных средств. В инвентарной карточке (книге) отражается основная информация об основных средствах: перемещение объектов основных средств внутри организации, проведение реконструкции, модернизации, капитального ремонта, а также их выбытие или списание⁴. Однако, в связи с низким качеством учета основных средств в компании, часто в объекты капитального ремонта необходимо включение основных средств, которые в документах не отражены. Это приводит к изменению плана затрат на ремонт, увеличивает потребность в финансовых ресурсах, сроки согласования работ. В результате становится невозможным выполнение работ в соответствии с графиком.

Порядок и сроки финансирования работ определяются протоколами Бюджетного комитета ПАО "Газпром" и иными документами ПАО "Газпром", регламентирующими указанные вопросы.

Автоматизация функций структурных подразделений ООО "Газпром трансгаз Самара" по планированию, организации, мониторингу, формированию отчетности и анализа выполнения работ по ДТОиР обеспечивается информационно-управляющими системами, внедряемых в рамках стратегии информатизации ПАО "Газпром".

С 2009 года управление организации восстановления основных фондов осуществляет организацию и контроль технического обслуживания и текущего ремонта объектов общества.

Специалистами в 2016 году проводилась работа по проверке на правильность оформления дефектных ведомостей и регламентов по объектам технического обслуживания и текущего ремонта на соответствие нормативной документации, осуществлялось подписание и согласование дефектных ведомостей с физическими объемами и материалами, необходимыми для выполнения работ по техническому обслуживанию и техническому ремонту.

Освоение денежных средств на диагностику, технический ремонт и техническое обслуживание основных фондов, требуют контроля: в течение календарного года инженеры, ответственные по направлениям деятельности, выезжают на объекты с целью оперативного решения производственных вопросов и проверки хода работ, которые ведутся подрядными организациями.

Таким образом, в исследуемой компании представлена планово-предупредительная система технического обслуживания и ремонта, которая основана на непрерывном контроле технического состояния машин, профилактическом характере основных мероприятий и на жестком планировании этих мероприятий, как по времени выполнения, так и по объему работ⁵.

¹ ООО "Газпром трансгаз Самара" : [официальный сайт]. URL: <http://samara-tr.gazprom.ru> (дата обращения: 20.08.2017).

² Экономика организации (предприятия) : учебник / под ред. Н.А. Сафронова. 2-е изд., перераб. и доп. М. : Экономист, 2012. 618 с.

³ ПАО "Газпром" : [официальный сайт]. URL: <http://www.gazprom.ru> (дата обращения: 28.08.2017).

⁴ Об утверждении унифицированных форм первичной учетной документации по учету основных средств : постановление Госкомстата РФ от 21.01.2003 N 7. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_41013 (дата обращения: 16.08.2017).

⁵ См. также: Печерская Э.П., Юдина О.В. Методология формирования профессиональных компетенций специалистов экономического профиля с использованием проектного подхода в условиях высшей школы // Экономические науки. 2007. № 35. С. 359-361;

Астафьева О.В., Юдина О.В. Подходы к обеспечению устойчивого развития экономических систем с отраслевой направленностью // Экономика. Бизнес. Банки. 2016. Т. 10. С. 9-18;

Астафьева О.В., Юдина О.В. Исследование инновационной активности экономических систем // Экономика. Бизнес. Банки. 2017. Т. 3. С. 10-117.

MANAGEMENT OF MAJOR PRODUCTION FUNDS AT THE ENTERPRISE (EXAMPLE OF LLC GAZPROM TRANSGAZ SAMARA)

© 2017 Izmailov Airat Maratovich

Candidate of Economics, Senior Lecturer

© 2017 Vdovina Julia Sergeevna

Undergraduate

Samara State University of Economics

E-mail: airick73@bk.ru, julia.vdovina2014@yandex.ru

Keywords: basic production assets, asset management, diagnostics, maintenance and repair, planning, control.

In this article the conditions and results of using basic production assets in the company are estimated. The features of managing of fixed assets in the gas industry are revealed.

СОВРЕМЕННОЕ ПОЛОЖЕНИЕ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ В ГЛАЗАХ ОБЩЕСТВА

© 2017 Каврына Елена Александровна*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: kavrysha@yandex.ru

Ключевые слова: коммерческий банк, конкуренция, банковские услуги, обслуживание, информационный шок, доверие к финансовым институтам, повышение интереса.

Анализируется современное положение коммерческих банков в условиях последних изменений в жизни общества. Исследуется политика, проводимая Центральным банком с целью повышения качества обслуживания в банках. Рассматриваются методы повышения интереса клиентов к новым предложениям банков.

В самом начале своего становления и развития коммерческий банк осуществлял только некоторые, традиционные на современный взгляд, операции: занимался привлечением депозитов, предоставлял кредиты и производил всевозможные экономические расчеты. Современные же коммерческие банки это крупнейшие организации, которые предлагают своим клиентам довольно большой перечень банковских услуг.

Поэтому, ввиду жёсткой конкуренции и тяжелых изменений в мировом политическом мире, коммерческие банки вынуждены увеличивать количество предлагаемых услуг. Современные банки - это главные участники рыночных ценных бумаг, валютного рынка, они предлагают клиентам различные виды трастовых и консалтинговых услуг, предоставляют страховые услуги, расширяют операции, связанные с пластиковыми картами, выполняют через представителей операции с недвижимостью и многое другое¹.

В ближайшей перспективе предполагается, что банки возьмут на себя некоторые функции других организаций, такие как выдача паспортов и карточки страхового номера индивидуального лицевого счёта (СНИЛС), вполне вероятно, что это далеко не все планируемые нововведения.

Согласно последним данным на Январь 2017 года в России осталось всего 623 банка. Для сравнения представлена табл. 1.

Таблица 1

Число коммерческих банков в России 2010 - 2017 гг., шт.*

Год	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Число банков	1058	1012	978	956	923	834	733	623

* URL: <http://fedpress.ru/news/77/society/1851655>.

* Научный руководитель - **Перепёлкин Вячеслав Александрович**, доктор экономических наук, доцент.

Произошло это не только ввиду слияния и поглощения небольших организаций, не выдержавших конкуренции. Но и из-за того, что с целью повышения качества обслуживания в банках, избавления от "слабых" игроков рынка, дабы обезопасить граждан от внезапных банкротств и потерь сбережений Центральным Банком проводится ужесточение требований к коммерческим банкам.

С одной стороны, данный факт - несомненный плюс. Со снижением количества банков, укрепляют свое положение на рынке другие банки. Происходит перетекание клиентуры, привлечения нового капитала. Повышается уровень предоставляемых услуг. С другой - обычное население, услышав такие новости, начинает бить тревогу. Вкладчики спешат обналечить свои сбережения, что негативным образом складывается как на отдельном коммерческом банке, так и на всей банковской системе в целом. Люди боятся брать кредиты².

В российской практике, также как и в зарубежной, предпочтение отдается тем клиентам банка, которые целиком свою хозяйственную деятельность осуществляют через данный банк и депонируют в нем все свои денежные средства. Сюда можно отнести и факт получения заработной платы, пенсии и всевозможных льгот на счета банка³.

"Два шага вперед, один назад" - именно так можно охарактеризовать динамику уровня доверия к банковской системе со стороны населения. Сегодня, после 2-х лет постепенного роста, мы наблюдаем резкое падение показателя.

Последний год банковский рынок испытал серьезный "информационный шок" - в средствах массовой информации как никогда активно обсуждались отзывы лицензий и проблемный фон вокруг крупных игроков рынка. Это не могло не отразиться на отношении потребителей, в частности, на их доверии к финансовым институтам.

На сегодняшний день 60% россиян доверяют банкам (14% полностью и 46% - скорее доверяют), что на 7 п.п. ниже, чем в прошлом году. Снижение произошло за счет доли сомневающихся (респондентов, отметивших "скорее доверяю" в июле 2016 года было 52%). Напомним, что с апреля 2015 года до текущего года отмечался рост доверия россиян к банковской системе. В целом, за период с 2012 г., динамика неутешительная (табл. 2).

Таблица 2

Уровень доверия граждан к коммерческим банкам за 2012-2017 гг., %*

Год	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Уровень доверия банкам	64	78	74	56	67	60

* URL: <https://nafii.ru/analytics/doverie-bankam-strakhovym-kompaniyam-i-npf-zametno-snizilos>.

Женщины по-прежнему склонны больше доверять банкам (62% против 58% мужчин), также настроена молодежь в возрасте 18-24 лет (68% доверяющих против 57% среди пенсионеров).

Банками предпринимаются попытки повышения интереса и доверия граждан. В частности, последнее время наблюдается тенденция к снижению процентных ставок по кредитам, в том числе уже действующим. Многие банки специализируются сегодня на выдаче непосредственно ипотечных кредитов. Сейчас идет очень активная борьба за клиентов, многие банки запустили выгодные для потребителей спецпредложения по рефинансированию жилищных кредитов.

Многие российские граждане, которые буквально еще пару месяцев назад брали ипотечный кредит по более высокой ставке, теперь имеют возможность обслуживать

займ по более выгодной цене в другой кредитной организации. Отток клиентов невыгоден для банка-первичного кредитора, и компании ничего не остается, кроме как снизить ставку вслед за конкурентами. В условиях жесткой конкуренции кредиторам приходится подстраиваться под условия рынка.

¹ Носкин В.И. Современный коммерческий банк. Кредитные операции банков. М. : Все для Вас, 2015.

² Шереги Ф.Э. Российские банки в зеркале общественного мнения // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2015. № 3 (125).

³ Ширинская Е.Б. Операции коммерческих банков и зарубежный опыт. М. : Финансы и статистика, 2003.

THE MODERN POSITION OF COMMERCIAL BANKS IN THE EYES OF THE SOCIETY

© 2017 Kavryna Elena Aleksandrovna
Student
Samara State University of Economics
E-mail: kavrysha@yandex.ru

Keywords: commercial bank, competition, banking services, service, information shock, trust in financial institutions, increased interest.

The current situation of commercial banks is analyzed in the context of the latest changes in the life of society. The policy pursued by the Central Bank is being explored with a view to improving the quality of service in banks. Methods of increasing the interest of clients to new proposals of banks are considered.

УДК 338

ЗНАЧИМОСТЬ БИЗНЕС-ПЛАНА ДЛЯ НАЧИНАЮЩЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ

© 2017 Калимуллин Денис Маратович
кандидат экономических наук, доцент
© 2017 Аверьянов Сергей Александрович
студент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: Denis.kalimullin@jti.com, dafmen2006@ya.ru

Ключевые слова: бизнес-планирование, организация, бизнес-план, методики, предпринимательство, предприятие.

Описана значимость бизнес-планирования для начинающего предпринимателя. Приведены аргументы в пользу составления бизнес-плана.

Большинство предпринимателей знают важность составления бизнес плана на начальном этапе создания своего бизнеса. Начинаящий предприниматель чаще всего пренебрегает оставлением бизнес плана и оставляет это дело на потом, а в дальнейшем, когда его предприятие начинает работать и вовсе откладывает это. Связано это с тем, что часто у начинающего предпринимателя просто нет времени на составление бизнес плана, время уходит на составление сделок с поставщиками, поиск офиса, подбор персонала, и т.д. Может пройти месяц, полгода, год или больше, выяснится, что денег надо больше, выручки от деятельности компании не хватает на покрытие всех затрат, реклама не принесла нужного эффекта и придется потратить на нее еще денег, что бы получить нужный выхлоп. В этот момент начинающий предприниматель задумается о том, что все это он мог подсчитать заранее, а может это дело и вовсе не следовало начинать? Однако, уже поздно. Капитал и время вложены в проект, в этот момент становится ясна важность бизнес плана.

Чаще всего данная ситуация происходит из-за банального отсутствия информации. Очень часто молодой бизнесмен не имеет соответствующее экономическое образование, чтобы он мог вникнуть литературу, которая имеется в России по бизнес планированию. Чаще всего, литература, которую можно приобрести в книжных магазинах, невозможно использовать, так как написана она, мало применительно к практике, а так же в ней все сильно идеализировано.

В результате, у предпринимателей часто можно встретить негативное отношение к бизнес планированию, а также недопонимание зачем же все таки нужен бизнес план.

Человеку, который только пришел в бизнес и еще имеет слабые знания, стоит запомнить:

- 1) бизнес планирование нельзя пренебрегать;
- 2) бизнес план нельзя просто придумать в голове, его надо оформить, осмыслить;
- 3) не стоит бояться составления бизнес плана, это не так сложно.

Рассмотрим эти пункты подробнее.

1. Основная задача бизнес плана - это возможность рассмотреть бизнесменом актуальность создаваемого предприятия. Эти выводы об актуальности предприятия можно вынести из полученных данных окупаемости бизнеса и размеров доходов. Т.е. еще до начала реализации проекта и непосредственно до вложения денег, бизнесмен узнает, есть ли смысл начинать реализацию его проекта, быть может стоит вообще отказаться от него, либо проработать другую концепцию.

2. Бизнес план лучше всего написать и расписать, так как запомнить и придумать все в голове не возможно. Человеческий мозг сильный орган, но в таком вопросе как бизнес планирование особая точность и надежность. А так же, в последующем, бизнесмен сможет не однократно обращаться и пользоваться этим документом. Ведь бизнес план - это еще и особая инструкция. Сравнивая с ней свои результаты, можно корректировать дальнейшие шаги.

3. Бизнес план - не сложный для составления документ. Но специализированной литературы, для малого бизнеса, крайне мало, большим количеством литературы для студентов, наличия большого количества международных стандартов бизнес планирования, сложилось впечатление у начинающих предпринимателей, что бизнес план - это затратно, весьма сложно, и бизнес планирование не предоставляет уверенности в успехе предприятия. Однако, это не верное мнение. В мире имеются различные стандарты бизнес планирования. Эти стандарты были созданы с целью, стандартизации информации, которую предоставляют бизнесмены в банки или крупным инвесторам. Для

того, чтобы инвесторы, банки, денежные фонды могли определить выгоду от вклада денег в проект, были созданы различные требования и показатели, требующиеся подавать в разных формах, оформлениях и отчетах. Такие требования были созданы с целью ускорения обработки поданной информации, особенно когда инвестор или сотрудник банка просматривает несколько бизнес-проектов за день, им требуется увидеть все нужные параметры, описывающие эффективность вкладываемых средств, также смотрят, получится ли вернуть средства и какую часть, в случае провала проекта.

Планировать бизнес-деятельность требуется для получения финансового успеха, для долгого и успешного функционирования предприятия или компании. Сегодня бизнесмен должен научиться находить пути развития своей фирмы, отстаивать целесообразность получения банковских кредитов и привлечения инвестиций.

Бизнес-план составляется и сопровождает предприятие долгое время, в нем время от времени делаются необходимые корректировки и изменения, обновляют его. Эти правки могут зависеть от изменений в экономике, а также от изменений, происходящих в самой компании. Бизнес-план должен писать каждый предприниматель или фирма, это не зависит от размеров фирмы, однако, маленькая компания для написания бизнес-плана часто привлекает людей из консалтинговых компаний. При создании бизнес-плана нужно учитывать как будет развиваться фирма, ее финансовые и экономические параметры, ее технические и технологические возможности. Создание бизнес-плана позволит предпринимателю отстоять целесообразность проведения бизнес-процессов, грамотно посчитать объемы продаж, прибыли и доходов, найти источник финансирования бизнес-плана, собрать команду для проекта.

Бизнес-проект может быть написан консалтинговой фирмой, бизнесменом, менеджером или подрядчиками. В случае, когда у кого-то из работников фирмы появляется идея создания нового продукта, либо нового метода управления предприятием, он может высказать мысль для бизнес-плана компании или написать свой бизнес-проект. Компании, которые выпускают продукцию, регулярно ищут идеи для новой продукции. Если компании не хватает собственных средств, для осуществления этого проекта, то фирма обращается с готовым бизнес-планом к инвесторам и кредиторам. На основании предоставленного материала инвесторы будут решать, выгоден ли данный проект или нет.

1. Кучерявенко Д.М. Стратегическое управление корпорацией // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 1 (99). С. 67-98.

2. Липсиц И.А. Бизнес-план - основа успеха : практ. пособие. 2-е изд., перераб. и доп. М. : Дело, 2014. 112 с.

3. Общероссийский классификатор видов экономической деятельности. URL: оквэд.рф (дата обращения: 01.12.2016).

4. Орлова Е.Р. Бизнес-план: основные проблемы и ошибки, возникающие при его написании. 2-е изд., испр. и доп. М. : Омега-Л, 2012. 152 с.

5. Бизнес-планирование / В.М. Попов, С.И. Ляпунов [и др.]. 2-е изд. М. : Финансы и статистика, 2012. 816 с.

6. Чуркина М.Н., Жадко Н.В. Управленческая эффективность руководителя и деловая репутация. М. : Альпина Паблишер, 2015.

7. Хансаяров Р.И. Современные подходы к формированию и развитию инновационных систем // Экономические науки. 2015. № 124. С. 48-52.

8. Курносова М.В., Измайлов А.М. Современный менеджер: кто он? // Первый шаг в науку. 2017. № 1 (25). С. 40-42.

THE IMPORTANCE OF A BUSINESS PLAN FOR A BEGINNER ENTREPRENEUR

© 2017 Kalimullin Denis Maratovich

Doctor of Economics, Associate Professor

© 2017 Averyanov Sergey Alexandrovich

Student

Samara State University of Economics

E-mail: Denis.kalimullin@jti.com, dafmen2006@ya.ru

Keywords: Business planning, organization, business plan, methods, entrepreneurship, enterprise.

This article describes the importance of business planning for a beginner entrepreneur. The arguments are given in favor of drawing up a business plan.

УДК 658.8

ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ ТОВАРНОГО АССОРТИМЕНТА

© 2017 Калышенко Валентина Николаевна

кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

© 2017 Сталькина Ульяна Михайловна

кандидат экономических наук, доцент

Международный институт рынка, г. Самара

E-mail: v-kalyshenko@yandex.ru, lyana@inbox.ru

Ключевые слова: товарный ассортимент, общие и специфические факторы, розничная торговля.

Управление товарным ассортиментом является контролируемым фактором маркетинговой среды, требует постоянного мониторинга и контроля со стороны фирмы, выявления влияния внешних и внутренних факторов.

Формирование ассортимента - деятельность по составлению набора товаров, позволяющего удовлетворить реальные или прогнозируемые потребности, а также достичь целей, определенных руководством организации.

Критерии оценки рационального ассортимента у потребителей, продавцов и изготовителей неодинаковы. Для потребителей такими критериями являются степень удовлетворенности набором необходимых товаров, возможность приобрести нужные товары в одном месте, достаточность широты и глубины ассортимента. Для изготовителей и продавцов более важны такие критерии, как рентабельность, возможность своевременной и бесперебойной доставки товаров, объемы продаж в определенный период,

соответствие набора товаров имеющейся материально-технической базе производства, хранения и реализации. Степень удовлетворенности потребителей рациональным ассортиментом реализуемых товаров расценивается изготовителем и продавцом из результатов обеспечения конкурентоспособности своей организации. Формирование ассортимента не может быть абстрагировано от конкретной организации и должно базироваться на заранее выбранных целях и задачах, обуславливающих направления развития ассортимента.

Общими факторами, влияющими на формирование ассортимента, являются спрос и рентабельность.

Спрос - это потребность, подкрепленная платежеспособностью покупателей, которая зависит от сегмента рынка потребителей: их доходов, демографических, национальных и других особенностей.

Рентабельность определяется себестоимостью, затратами производства и обращения, на величину которых влияют внешние и внутренние факторы.

К специфическим факторам в сфере производства относятся:

сырьевая база производственных предприятий, которая определяется наличием природных ресурсов, затратами на доставку и производство;

материально-техническая база - наличие производственных площадей, необходимого оборудования оказывает значительное влияние на формирование ассортимента;

достижения научно-технического прогресса способствуют появлению новых товаров, не имеющих аналогов;

специализация торгового предприятия помогает формировать ассортимент с достаточной глубиной и широтой;

каналы распределения товаров. ритмичность поставки в нужные сроки и в необходимом объеме облегчают работу по формированию ассортимента;

методы стимулирования сбыта и формирования спроса также оказывают влияние на формирование ассортимента.

Формирование ассортимента товаров в розничной торговле, а точнее в конкретном торговом предприятии осуществляется с учетом действия достаточно большого количества специфических факторов. Их можно условно разделить на факторы, на которые торговая организация не может существенно повлиять, но должна их учитывать, и факторы, которые в полной мере зависят от самой торговой организации.

К первой группе относятся социальные, экономические, демографические, национальные, культурные, природно-климатические факторы .

Ко второй группе относятся факторы, зависящие от самой торговой организации: квалификация кадров, уровень организации коммерческой деятельности по формированию торгового ассортимента, степень использования новых технологий, торговых площадей, умение управлять товарными потоками и т.д.

Необходимость их использования определяется как условиями внутренней среды, но в большей степени, характером внешней среды Так оценивая товарную структуру оборота розничной торговли по группам товарного ассортимента ТД "ПЕРЕКРЕСТОК" (см. таблицу)

Структура доходов по ассортиментным группам ТД "Перекресток"

Ассортиментные группы	Структура%		
	2010	2016	отклонение
Мясные изделия	28,00	29,10	+1,10
Морепродукты и рыба	21,55	18,5	-3,05
Молочная продукция	6,70	8,70	+2,00
Крупы и макаронные изделия	2,37	4,40	+2,03
Еда быстрого приготовления	2,20	4,80	+2,60
Овощи и фрукты замороженные	7,50	8,30	+0,8
Кондитерские изделия	1,34	0,93	-0,41
Консервированные продукты	20,17	10,10	-10,07
Овощи и фрукты	10,17	15,17	+5,00

Для повышения эффективности торговой деятельности актуальным становится фактор - умение управлять товарным ассортиментом, а именно формируя структуру закупок товаром с учетом спроса со стороны потребительского рынка, являющегося источником доходов.

Особое значение на современных рынках получил фактор использования новых технологий. Показательным является АО "Хилти Дистрибьюшн ЛТД" - производитель оборудования, расходных материалов и программного обеспечения для профессионального строительства, работающий по модели прямых продаж. Сегодня в портфеле строительных решений Hilti представлены аккумуляторные инструменты; перфораторы, отбойные молотки и дрели; оборудование для алмазного сверления и резки; шурупы и шуруповерты; измерительные системы; техника прямого монтажа; оборудование для резки, пилки и шлифовки; монтажные системы; противопожарные системы; строительная химия; расходные материалы; фасадные системы; программное обеспечение; анкерная техника; услуги.

Здесь основными факторами формирования товарного ассортимента являются:

- стратегии укрепления уникальности товара и концентрация на таком целевом рынке, для которого важны уникальные характеристики;
- качество на высоком уровне;
- уникальные сервисы для клиентов.

Торговая фирма "ОКСИ" представляющая себя на рынке сейфов различной степени защиты и огнестойкости, бухгалтерских, депозитных и картотечных шкафов в основу формирования ассортимента ставит конъюнктуру рынка, учитывая при этом : удаленность поставщика, надежность поставок, срок выполнения заказов, качество товара, услуги нестандартных решений.

В итоге можно констатировать: перечень факторов определяющих ассортимент товаров или услуг, которым фирма представляет себя на рынке достаточно широк, а степень их использования определяется во многом качеством маркетинговой деятельности, оценивающих состояние маркетинговой среды, как внутренней так и внешней.

1. Калышенко В.Н. Управление товарной политикой предприятия // Проблемы совершенствования организации производства и управления промышленными предприятиями : межвуз. сб. науч. тр. Самара : Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2013. Вып. 1.

2. Лындин Д.И. Реализация процессного подхода к управлению товарной политикой предприятия // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 9.

3. Ралык Д.В. Розничная сеть: содержание категории и региональные особенности развития // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2015. № 8. С. 42.

FACTORS OF FORMING OF COMMODITY ASSORTMENT

© 2017 Kalyshenko Valentina Nikolaevna

Candidate of economic Sciences, associate Professor
Samara State University of Economics

© 2017 Stalkina Uliana Mikhailovna

Candidate of economic Sciences, associate Professor
International market Institute, Samara

E-mail: v-kalyshenko@yandex.ru, lyana@inbox.ru

Keywords: commodity assortment, general and specific factors, retail business.

A management problem a commodity assortment is by the controlled factor of marketing environment, requires the permanent monitoring and control from the side of firm, of exposure of influence of external and internal factors.

УДК 637.2

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В МАСЛОЖИРОВОЙ ОТРАСЛИ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

© 2017 Капустина Анна Александровна

магистрант

© 2017 Щуцкая Александра Викторовна

кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: anyutkakapustina@mail.ru, avs2020@yandex.ru

Ключевые слова: масложировая промышленность, инновации, переработка отходов производства, подсолнечниковый фуз.

Рассмотрены перспективные направления развития масложировой отрасли пищевой промышленности в области переработки отходов производственной деятельности. Описана инновационная технология переработки подсолнечникового фуза в корма для сельскохозяйственных животных.

Современный агропромышленный комплекс России представлен большим количеством разнообразных отраслей и видов деятельности, основной целью которых является производство продуктов питания из сельскохозяйственного сырья. В последние десятилетия активное развитие получила масложировая отрасль пищевой промышленности. Предприятия отрасли перерабатывают семена масличных культур, посевные площади которых в России за период с 1990г. по 2015г. увеличились почти в 3 раза (с 4 млн.га до 11,5 млн.га)¹. Результатом производства являются растительные масла и жировые продукты пищевого, технического и кормового назначения², поэтому состояние масложировой отрасли влияет не только на развитие отечественного агропромышленного комплекса, но и целого ряда других отраслей экономики. В настоящее время перед предприятиями отрасли стоит задача повышения рентабельности и конкурентоспособности производства, в связи с чем, разрабатываются и внедряются мероприятия по снижению затрат и применяются инновационные технологии.

Среди направлений инновационной деятельности наиболее эффективными являются разработки в области утилизации и переработки отходов масложирового производства. Это обусловлено тем, что они дают тройной эффект: обеспечивают снижение расходов на вывоз отходов производства; дают дополнительную выручку от реализации новой продукции, полученной при переработке отходов; способствуют улучшению экологической обстановки. Следовательно, применение новых технологий переработки отходов масложирового производства являются актуальным и обладает существенным инновационным потенциалом.

В настоящее время на территории России работают более 400 маслодобывающих предприятий, их производительность варьирует от 50-60 т/сут. до 3000 т/сут. Самым распространенным и объемным видом отходов являются отходы очистки поступающих в производство семян масличных культур. В период массовой приемки сырья, когда объем поступления семян составляет 1000-1500 т/сут., на предприятиях отделяется порядка 100-120 т/сут. отходов их очистки, при этом затраты только на вывоз одной тонны отходов составляют 750-850 руб.³ Помимо затрат на вывоз отходов, предприятия несут затраты на их складирование на своей территории до вывоза на полигоны твердых бытовых отходов. Сумма расходов получается весьма существенной, она значительно увеличивает себестоимость готовой продукции а, соответственно, цену ее реализации. Расточительное, неэффективное использование ресурсов приводит так же к дополнительным затратам на устранение последствий загрязнений⁴. Утилизация отходов очистки масличных семян путем их вывоза на полигоны твердых бытовых отходов ухудшает экологическую обстановку и создает угрозу самовозгорания отходов⁵.

Анализ, имеющейся в свободном доступе, информации о существующих способах утилизации и переработки отходов очистки семян масличных культур позволил сделать вывод о наличии целого ряда инновационных технологий в этой сфере деятельности. Наиболее перспективными являются технологии производства на основе отходов масложировой промышленности кормов для сельскохозяйственных животных. К таким отходам относится подсолнечниковый фуз - побочный продукт переработки семян подсолнечника в растительное масло. Накопление подсолнечного фуза на малых маслособойно-перерабатывающих предприятиях равняется 70-90 тонн в месяц, используемая часть

которых составляет максимально 15 тонн, или 17-20%⁶. Основными причинами плохого использования этого продукта являются быстрое окисление жирных кислот, приводящее к прогорканию и непригодности его к скармливанию, а так же отсутствие оптимальных способов скармливания животным (физические свойства фуза не позволяют включать его в состав кормосмеси при использовании обычных технологий ее приготовления).

Предлагаемая технология позволяет смешивать фуз с сухими компонентами измельченных кормовых средств (дробленый зерновой корм), сделать полученную смесь однородной, хорошо транспортабельной и удобной для использования в кормлении животных и птиц. Сущность предлагаемого способа приготовления кормосмеси заключается в том, что для смешивания используется быстрооборотный смеситель-измельчитель миксерного типа, на дне которого в горизонтальном положении расположено 2 ножа. Оптимальная доза введения подсолнечникового фуза в дробленый зерновой корм составляет 30%. Соблюдение такой пропорции позволило авторам данной технологии в процессе проведения опытов получить однородную по консистенции рассыпчатую смесь, без образования комков и без последующего слеживания в процессе хранения. Для повышения срока годности полученной кормосмеси в нее рекомендуется добавлять 0,1% антиоксидантного вещества⁷.

Опытным путем выявлено, что замена в рационах кормления животных дефицитных и дорогостоящих жировых компонентов на более доступные и дешевые отходы масложирового производства без существенного снижения питательности рационов увеличивает продуктивность сельскохозяйственных животных. Использование кормосмеси с подсолнечниковым фузом в кормлении крупного рогатого скота способствовало повышению жирности молока и среднесуточных приростов на 30 и 20% соответственно.

Предлагаемая технология проста в применении и низкокзатратна, окупаемость вложенных средств составляет 14 месяцев. Использование данной технологии позволяет снизить загрязнение окружающей среды, решив проблему переработки отходов масложировой промышленности - подсолнечникового фуза и восполнить дефицит энергетического питания сельскохозяйственных животных, способствуя росту производства животноводческой продукции и импортозамещению.

¹ Российский статистический ежегодник, 2016 : стат. сб. / Росстат. М., 2016.

² Технология отрасли (Производство растительных масел) : учебник / под общ. ред. Е.П. Корневой. СПб. : ГИОРД, 2009.

³ Смычагин Е.О., Мустафаев С.К. Анализ состава отходов очистки масличных семян и способов их утилизации и переработки. // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. 2016. № 120. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=26469953>.

⁴ Салдаева М.Н. Экологическая ответственность бизнеса и конкурентоспособность: возможен ли взаимно усиливающийся эффект? // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2014. № 6 (116).

⁵ Технология отрасли (Приемка, обработка и хранение масличных семян) : учеб. для вузов / под ред. Е.П. Корневой. СПб. : ГИОРД, 2012.

⁶ Технология использования отходов масложировой промышленности в кормлении сельскохозяйственных животных и птиц. URL: <http://www.ideasandmoney.ru/Ppt/Details/297403>.

⁷ Там же.

PERSPECTIVE WAYS OF INNOVATION ACTIVITY IN THE FAT-AND-OIL INDUSTRY

© 2017 Kapustina Anna Alexandrovna
Undergraduate

© 2017 Shchutskaya Alexandra Victorovna
Candidate of Economics, Associate Professor
Samara State University of Economics

E-mail: anyutkakapustina@mail.ru, avs2020@yandex.ru

Keywords: the fat-and-oil industry, innovations, a waste recycling, processing of sunflowers.

This article deals with perspective ways of recycling of waste in the fat-and-oil industry. The author describes the innovation technology of processing of sunflowers and how to use it for making of feed for farm animals.

УДК 67.02

АНАЛИЗ ТЕХНИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ГТМ ПРИ РАЗРАБОТКЕ НЕФТЯНОГО МЕСТОРОЖДЕНИЯ

© 2017 Каримова Лейла Маратовна
магистрант

Уфимский государственный нефтяной технический университет

E-mail: kar2000@mail.ru

Ключевые слова: анализ, эффективность, нефть, нефтяное месторождение, месторождение.

Рассматривается техническая сторона эффективности геолого-технических мероприятий при разработке нефтяного месторождения.

В процессе разработки нефтяного месторождения выполняются десятки геолого-технических мероприятий, которые проводятся на объектах для оптимизации процесса разработки и поддержания проектных показателей добычи нефти. На выходе применения геолого-технических мероприятий (ГТМ) предполагается достижение прироста добычи нефти. Наиболее часто используемые и эффективные ГТМ это - гидравлический разрыв пласта (ГРП), обработка призабойной зоны (ОПЗ), перевод на вышележащий горизонт (ПВЛГ), одновременно-раздельная эксплуатация (ОРЭ), бурение боковых стволов, ремонтно-изоляционные работы и др.¹ На рассматриваемом в данной статье Куди-

новском месторождении наиболее успешными из применяемых ГТМ и широко распространенными в отечественном нефтяном промысле являются ГРП и ОПЗ.

Подбор ГТМ является комплексной задачей и определяется в зависимости от геолого-физических и гидродинамических характеристик месторождения, от состояния скважин и эксплуатируемого оборудования. Не смотря на колоссальные затраты на многочисленные исследования ГТМ не всегда дают положительный результат. Для успешного проведения геолого-технических мероприятий необходимо не только применять проверенные или новые технологии, но и проводить необходимые исследования строения и поведения коллекторов. Сложное тектоническое строение, не выявленная анизотропия и прочие подобные проблемы могут повлиять на обратный эффект применения тех или иных ГТМ.

Кудиновское месторождение расположено на территории Волжского района Самарской области и является объектом разработки АО "Самаранефтегаз". По величине извлекаемых запасов месторождение является средним. В региональном тектоническом плане месторождение расположено в пределах северо-западного борта Бузулукской впадины, в зоне постепенного ее перехода в Жигулевский свод. Как и многие месторождения Самарской области месторождение Кудиновское находится на завершающей стадии разработки и актуальной становится проблема доизвлечения остаточной нефти из недр. Правильный анализ состояния объекта разработки и грамотный подход при выборе ГТМ являются главными задачами для поддержания необходимого уровня добычи нефти.

Геологический разрез Кудиновского месторождения представлен породами кристаллического фундамента, отложениями среднего и верхнего девона, карбона, нижней и верхней перми, неогена и четвертичными образованиями. Максимальная вскрытая толщина разреза Кудиновского месторождения составляет 3300 м.

По данным, представленным за 2016 год, на месторождении работают 36 добывающих скважин. 6 из них обладают наилучшими характеристиками и обладают суточными дебитами по жидкости более чем 100т/сут, 7 скважин добывают жидкость более 50 т/сут, 13 - более 10 т/сут и дебиты 10 скважин менее 10 т/сут.

На Кудиновском месторождении в период с 2014 по 2016 годы проведены различные виды воздействия на залежь. ГТМ, проведенные на данном объекте включают в себя такие мероприятия, как бурение горизонтальных скважин, ГРП, ОПЗ, ОПТ, ПВЛГ, КГРП, вывод из бездействующего фонда, ввод нового фонда скважин. Для сравнения эффективностей применения тех или иных ГТМ, из отчета по ГТМ на Кудиновском месторождении в период с 2014 по 2016 годы были выбраны мероприятия, обладающие наилучшими результатами и приведены в таблицах (табл. 1, табл. 3).

Обработка призабойной зоны пласта проводится на участке, который расположен вблизи перфорированной зоны скважины и находится под наибольшим воздействием перепада амплитуды давления. В процессе постоянного изменения давления в этой зоне происходит засорение асфальто-смолистыми и парафинистыми отложениями (АСПО) а также неорганическими солями. Свойства осадка определяются совокупностью множества физико-химических факторов, связанных с геологическими условиями залегания

нефти, техногенными явлениями и особенностями эксплуатации месторождения². В результате этих процессов возникает так называемый скин-эффект и добывающая скважина начинает работать менее рентабельно.

Проницаемость призабойной зоны продуктивного пласта увеличивают за счет применения различных методов: химических, механических, тепловых и их комбинированием. Суть обработки призабойной зоны скважины заключается в образовании каналов, углубляющихся в пласт. В результате появляется некое "связующее звено" в виде множества каналов и забой начинает сообщаться с насыщенным участком пласта. В таблице (табл. 1) представлена эффективность использования данного метода на скважинах Кудиновского месторождения.

Таблица 1

Эффективность ОПЗ

Номер скважины	Эффективность с начала года, т	Год
722	823	2016
713	904	2015
704	568	2016
504	55	2015

В некоторых источниках литературы и в технических документах отдельных нефтяных компаний при описании геолого-технических мероприятий гидравлический разрыв пласта включают в перечень методов ОПЗ и относят к механическим. В данной работе ГРП рассматривается как отдельный вид ГТМ. ГРП производят закачивая в пласт жидкость под таким большим давлением, при котором будет происходить увеличение энергии пласта. Нагнетая в коллектор воду, достигается уровень давления, превосходящий уровень разрыва пород, вследствие чего происходит расширение имеющихся ранее трещин и образование новых. Следующим этапом ГРП после закачки вязкой жидкости является поступление проппанта. Проппант - это зернистый материал, который не дает образовавшимся трещинам вновь сомкнуться.

Для проведения ГРП скважины отбирают по определенным критериям. Во-первых, это низкая проницаемость пласта, которая и является основным фактором для проведения гидравлического разрыва. Пласт, планируемый под проведение ГРП, должен иметь достаточно большую эффективную толщину и отделен от других проницаемых пластов непроницаемыми горными породами толщиной больше 8м. Выработанность извлекаемых запасов играет одну из ключевых ролей при подборе скважин под ГРП и не должна превышать, как правило, 30%. Скважины должны располагаться на большом расстоянии от ГНК и ВНК. Продукция скважин не должна содержать газ из газовой шапки и закачиваемую или законтурную воду. Принятые для проектирования значения пористости, проницаемости начальной и остаточной нефтенасыщенности, а также коэффициента вытеснения, приведены в таблице (табл.2).

Таблица 2

Принятые для проектирования значения пористости, проницаемости начальной и остаточной нефтенасыщенности, а также коэффициента вытеснения

Номер скважины	Пласт	Поднятие	Пористость, доли ед.	Начальная нефтенасыщенность, доли ед.	Проницаемость, мкм ²	Остаточная нефтенасыщенность, доли ед.	Коэффициент вытеснения, доли ед.
722,504, 71, 509, 803	Д-1	Кудиновское	0,16	0,93	0,137	0,2896	0,689
713	Д3-ВОР	Кудиновское	0,10	0,76	0,072	0,3251	0,572
722	Б-2	Кудиновское	0,2	0,92	0,971	0,2546	0,723

Таблица 3

Эффективность ГРП

Номер скважины	Эффективность с начала года, т	Год
71	2002	2014
70	1178	2016
509	36	2014
803	33	2016

Эффективность ГРП повышается при одновременной гидропескоструйной или прострелочной перфорации скважины, однако при поинтервальных ГРП при этом необходимо изолировать обработанный участок пласта с помощью пакера и т.д.³

Как и любые методы, направленные на увеличение рентабельности добычи нефти, ОПЗ и ГРП обладают своими недостатками и могут положение усугубить нежелательно улучшить, из-за чего необходим постоянный геолого-геофизический контроль за проведением ГТМ⁴. Поэтому первостепенную важность приобретает проведение многократных и высокотехнологичных исследований геолого-геофизического состояния пласта и самих скважин.

¹ См.: Все о нефти. URL: <http://vseonefti.ru/upstream/chto-takoe-GTM.html>;

Машкова Е.А., Зобов П.М., Загидуллина Л.Н., Котенев Ю.А., Андреев В.Е. Микробиологические методы повышения нефтеотдачи пластов (обзор) // Методы увеличения нефтеотдачи трудноизвлекаемых запасов. Проблемы и решения / Акад. наук Респ. Башкортостан, НИИнефтеотдача. Уфа, 2003. С. 138-145.

² Рентгеноструктурная диагностика и энергодисперсионный микроанализ неуглеводородных отложений в скважинном оборудовании / А.Ю. Конопелько, В.А. Ольховская, А.В. Песков, В.В. Гритчина // Нефтегазовые технологии : тр. VI Междунар. науч.-практ. конф., 14-16 окт. 2009 г. Самара, 2009. Т. I.

³ URL: https://neftegaz.ru/tech_library/view/4421-Gidravlicheskiy-razryv-plasta-GRP.

⁴ См.: Валеева А.А., Машкова Е.А. Новое в геологическом строении месторождения по геофизическим данным // Сборник трудов Международной научно-технической конференции. 2015. С. 52-56;

Валеева А.А., Машкова Е.А. Интенсификация притоков нефти на месторождениях Среднеобской нефтегазоносной области // Сборник трудов Международной научно-технической конференции, посвященной 60-летию филиала. 2016. С. 137-142.

ANALYSIS OF TECHNICAL EFFICIENCY OF GEOLOGICAL AND TECHNICAL MEASURES IN THE DEVELOPMENT OF AN OIL FIELD

© 2017 Karimova Leyla Maratovna
Undergraduate
Ufa State Oil Technical University
E-mail: kar2000@mail.ru

Keywords: analysis; efficiency; oil; oil deposit; field.

In the article the author considers the technical side of the efficiency of geological and technical measures in the development of an oil field.

УДК 336

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ КОНКУРЕНЦИИ НА СТРАХОВОМ РЫНКЕ РОССИИ

© 2017 Качамина Елизавета Алексеевна
студент

© 2017 Вишневер Вадим Яковлевич
кандидат экономических наук, доцент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: ab 3535@mail.ru

Ключевые слова: страховая компания, страховой рынок, конкуренция, концентрация рынка, барьеры входа на страховой рынок.

Раскрываются тенденции конкуренции на страховом рынке России. Выявляется уровень концентрации страхового рынка. Определяются современные методы конкуренции на страховом рынке России.

По данным Банка России на конец I квартала 2016 года число страховых организаций составляло 313, что на 21 организацию меньше, чем на конец предыдущего периода. Количество брокеров снизилось со 134 до 129, а обществ взаимного страхования осталось прежним (10). В целом насчитывается 452 субъекта страхового дела. При этом из-за нарушений были лишены лицензий 17 страховых компаний. На данном этапе наблюдается рост концентрации рынка в связи с его очищением от недобросовестных и слабых игроков, а также с перераспределением спроса страхователей в пользу надежных, крупных компаний. На топ-20 страховых организаций по премиям приходится 80,4% от совокупных взносов за I квартал 2016 года против 78,0% годом ранее. Годовые темпы прироста взносов заметно ускорились с 2,2% до 12,8%. При этом спрос на страховые услуги продолжает падать: количество заключенных за I квартал 2016 года договоров снизилось на 5,4% по сравнению с соответствующим значением 2015 года. Количество договоров, заключенных с физическими лицами сократилось на 9,2%, а с юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями выросло по сравнению с первым кварталом 2015 года на 34,9%, что объясняется эффектом низкой базы - в начале 2015 года значение показателя резко сократилось.

Во II и III кварталах 2016 года продолжилось сокращение участников страхового рынка: общее число субъектов страхового дела на конец III квартала составило 392 компании. При этом количество страховых организаций снизилось до 270, брокеров до 110. Как и в прошлом году, практически все ушедшие с рынка компании находились за пределами ТОП-50. Сокращение количества страховщиков во II квартале привело к повышению концентрации рынка: доля топ-20 по собранным за II квартал 2016 года премиям составила 79,3%, а доля по активам закрепились на уровне 71% (66,8% годом ранее). Изменение количества страховщиков в III квартале практически не отразилось на концентрации рынка.

Годовые темпы прироста премий в III квартале составили 17,4% (15,0% кварталом ранее). При этом увеличилось и количество страховых договоров. Это в первую очередь вызвано оживлением кредитования и ростом продаж сопутствующих страховых продуктов, а также активным продвижением коробочных продуктов через банковский канал. Наибольший вклад в темпы роста премий внесло страхование жизни. Ускорение темпов роста происходит в основном за счет активизации банковского канала продаж и объясняется повышением привлекательности накопительных и инвестиционных программ страхования жизни в условиях снижения ставок по депозитам¹.

Во II и III кварталах 2016 года наблюдался ускоренный рост количества страховых договоров. Источником спроса являются физические лица - в III квартале 2016 года на их долю приходится 93% заключенных договоров страхования (+44,1% к уровню прошлого года). Это в первую очередь вызвано оживлением кредитования и ростом продаж сопутствующих страховых продуктов, а также активным продвижением некредитных продуктов, прежде всего коробочных, через банковский канал. В разрезе сегментов страхования источником роста спроса являются страхование прочего имущества граждан (до 23,2 млн договоров, +51,1% к уровню прошлого года) и страхование финансовых рисков.

Крупнейшим сегментом рынка в III квартале 2016 года по-прежнему является ОСАГО, а ключевым драйвером роста рынка остается страхование жизни.

Консолидация рынка усиливается, при этом лидеры рынка растут более высокими темпами. Первая пятерка (кроме ПАО "Росгосстрах") показывает от 12% до 24% прироста. Объем премий ПАО "Росгосстрах" сократился примерно на 9%.

Рассматриваемый рынок можно охарактеризовать как рынок с эффективными барьерами для входа, это означает, что возможность препятствовать входу новых фирм сочетается с предпочтительностью такого рода политики для фирм, действующих в отрасли. Значительным барьером входа на рынок страховых услуг является минимальный объем уставного капитала, который с 1 января 2012 г. в соответствии с Федеральным законом от 22.04.10 г. № 65-ФЗ "О внесении изменений в Закон Российской Федерации "Об организации страхового дела в Российской Федерации" и отдельные законодательные акты Российской Федерации" составляет 120 миллионов рублей для компаний, занимающихся общим страхованием, для страховщиков жизни - 240 миллионов рублей, а для перестраховщиков - 480 миллионов. Другим экономическим барьером является уровень расходов на ведение дел страховщиков. У компаний, которые давно существуют на рынке данный показатель составляет в среднем 43%, тогда как у компаний, входящих на рынок данный показатель может достигать и 90%.

Также законом устанавливаются квалификационные и иные требования к штату создаваемой страховой компании. Например, руководители и главный бухгалтер субъекта страхового дела - юридического лица должны постоянно проживать на территории Российской Федерации.

Ко всему прочему, в законодательстве России действует определенная квота на участие капитала нерезидентов в суммарном уставном капитале российских страховщиков.

Существуют также барьеры выхода с рынка. До истечения шести месяцев после вступления в силу решения органа страхового надзора об отзыве лицензии субъект страхового дела обязан: принять в соответствии с законодательством Российской Федерации решение о прекращении страховой деятельности; исполнить обязательства, возникающие из договоров страхования.

Для того чтобы оценить степень конкурентности и концентрации рынка необходимо рассчитать индекс Херфиндаля-Хиршмана, который вычисляется как сумма квадратов долей продаж каждой фирмы в отрасли. Для рынка страхования на 2016г. он равен 558,2. Так как $HHI \leq 1000$, то можно сделать вывод о том, что данный рынок имеет низкий уровень концентрации (монополизации).

Характер распределения частей рынка между конкурентами оценивается с помощью четырехдольного показателя конкуренции CR4, величины, обратной к интенсивности конкуренции. Он представляет собой отношение общего объема реализации услуг первых четырех компаний-лидеров к общему объему реализации продукции на данном рынке. Если CR4 превышает 75%, то такой рынок можно рассматривать как объект монополизации и необходимо вводить ограничения. Для российского страхового рынка на 2016 год CR4 равен 38%, что также говорит о достаточно низкой концентрации рынка.

По итогам 2016г. в ТОП-5 по премиям вошли такие компании, как "СОГАЗ", "Росгосстрах", "РЕСО-Гарантия", "Ингосстрах" и "Сбербанк страхование жизни". Их concentra-

ция на рынке по премиям составляет 44,5%. "СОГАЗ" занял лидирующую позицию, сместив на второе место "Росгосстрах". Концентрация лидеров по капиталу составляет 43%, по активам - 41,2%, а по выплатам 55,1%.

Первая тройка крупнейших страховых компаний показала рост лучше среднерыночного в первом полугодии 2016г., а в первой десятке страховых компаний, обогнавших рынок было шесть. Суммарно по итогам полугодия ТОП-10 крупнейших страховых компаний продемонстрировали рост сбора премий на 49% (против 14% в среднем по рынку).

Росгосстрах показывает очень высокие темпы роста, в первом полугодии премии у него выросли в 6018 раз. Это объясняется тем, что ранее было две страховые компании Росгосстрах (регистрационный номер 1 и 977) и основная деятельность велась юридическим лицом с номером 977, но теперь деятельность ведет лишь одна страховая компания Росгосстрах с регистрационным номером 1².

Владельцам некоторых крупных страховщиков пришлось вложить дополнительные средства в принадлежние им компании: Тюменская область выделила 4,3 млрд рублей из бюджета на увеличение уставного капитала АО ГСК "Югория", ООО "Группа Ренессанс Страхование" поэтапно улучшает качество активов, ООО "РГС Холдинг" оказал безвозмездную финансовую помощь ПАО "Росгосстрах".

Для того чтобы выделиться в лидеры рынка, компании используют различные методы конкуренции³. Принято различать ценовую и неценовую конкуренцию страховщиков. В основе ценовой конкуренции лежит тарифная ставка, по которой предлагается заключить договор страхования данного вида. Путем снижения тарифной ставки страховщик привлекает внимание потенциального страхователя к своим услугам. Современные страховые рынки разделены в основном между рядом крупных страховых компаний, поэтому использование ценовой конкуренции в борьбе за страхователя является проблематичным. Такая конкуренция применяется главным образом страховщиками-аутсайдерами в их борьбе с гигантами страхового бизнеса, для соперничества с которыми у аутсайдеров нет сил и возможностей в сфере неценовой конкуренции.

Подводя итог, можно сказать, что основная доля реализации услуг приходится на ТОП-5. Эти компании существуют на российском страховом рынке уже долгое время. Они смогли создать себе репутацию надежных страховщиков, что подтверждается высоким рейтингом финансовой устойчивости. Эти страховщики-лидеры внимательно относятся к своим клиентам, предлагая все более выгодные и отвечающие их потребностям услуги. Такие компании широко используют неценовую конкуренцию, что обуславливается их лидерским положением на рынке⁴.

¹ URL: <https://www.cbr.ru>; www.insur-info.ru; <http://www.gks.ru>.

² URL: <http://www.rgs.ru>.

³ Вишневер В.Я., Чирков М.С. Развитие теоретических взглядов на сущность и роль конкуренции в рыночной экономике // Наука XXI века: актуальные направления развития : сб. науч. ст. III Междунар. заоч. науч.-практ. конф., 25 апр. 2016 г. Вып. 1. В 2 ч. Самара : Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2016. Ч. 1. С. 600-604. URL: <http://si.sseu.ru/sites/default/files/2016/04/zaoch.k.ch.1.pdf>.

⁴ Одинокова Т.Д. Влияние олигополизации экономики на развитие рынка страхования жизни. // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2017. № 3 (150). С. 19-27.

CURRENT TRENDS OF THE COMPETITION IN THE INSURANCE MARKET OF RUSSIA

© 2017 Kachamina Elizaveta Alekseevna
Student

© 2017 Vishnever Vadim Yakovlevich
Candidate of Economics, Associate Professor
Samara State University of Economics
E-mail: ab3535@mail.ru

Keywords: insurance company, the insurance market, the competition, concentration of the market, entrance barriers on the insurance market.

In article competition tendencies in the insurance market of Russia reveal. Level of concentration of the insurance market comes to light. Modern methods of the competition in the insurance market of Russia are defined.

УДК 338

ЭФФЕКТИВНОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ ЗАКУПОЧНОЙ ЛОГИСТИКИ В ПЕРИОД КРИЗИСА

© 2017 Кизимиров Дмитрий Андреевич
студент

© 2017 Рахматуллина Альбина Рустамовна
кандидат экономических наук, доцент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: leod9@mail.ru

Ключевые слова: логистика, закупочная логистика, санкции, импортозамещение, издержки.

Рассматриваются вопросы эффективности и значения закупочной деятельности в условиях экономического кризиса и вызванной им проблемы импортозамещения.

Деятельность в области логистики многогранна. Она включает управление транспортом, складским хозяйством, запасами, кадрами, организацию информационных систем, коммерческую деятельность и многое другое¹.

Каждое из указанных направлений деятельности является предметом соответствующей области логистики и одновременно критерием выделения закупочной, производственной, распределительной, торговой, сервисной, транспортной, складской, информационной, финансовой логистики, логистики снабжения, запасов.

Все они, без исключения, служат достижению одной и той же цели - минимизация затрат и повышение уровня обслуживания, что позволяет обеспечить конкурентоспособные позиции организации на рынке.

Таким образом, грамотное использование потенциала логистика, в целом, и отдельных ее областей, в частности, гарантирует для организаций приобретение дополнительных конкурентных преимуществ.

Гораздо большую актуальность эффективное применение инструментов логистики приобретает сегодня для нашей страны, которая вот уже более двух лет пребывает в нестабильных экономических условиях, вызванных применением со стороны США и стран Еврозоны широкомасштабных экономических санкций, спровоцировавших наступление затяжного экономического кризиса, к которому, как оказалось, не было готово ни государство, ни российские организации, которым пришлось "затянуть пояса" и научиться функционировать в условиях дефицита собственного капитала, удорожания заемных средств, иностранных технологий, запасных частей, оборудования на фоне обвального курса национальной валюты.

Отчасти, виной этому, на наш взгляд, является игнорирование важности и значимости инструментов логистики и пренебрежение разработкой логистического процесса российскими организациями, многие из которых знают об указанных инструментах лишь понаслышке, другие вообще никогда не применяли в своей деятельности инструменты логистики, не имеют соответствующих специалистов и привыкли работать по-старинке.

Несмотря на то, что многие организации не выдержали испытания кризисом и были вынуждены покинуть рынок, более грамотные предприятия, несмотря на необходимость минимизации издержек в период кризиса, напротив, увеличивали штат сотрудников в области логистики, что, на наш взгляд, видится правильным.

Если организация не прибегала к инструментам логистики ранее, то сейчас для этого самое нужное время.

Непосредственное рассмотрение проблемы эффективного применения инструментов логистики на фоне текущей нестабильности экономического развития ставит на повестку дня ещё одну актуальную проблему - эффективность закупочной логистики, как одного из важнейших участков всего логистического процесса.

В самом общем виде закупочная логистика представляет собой управление материальными потоками в процессе обеспечения организации сырьем и материалами.

На этом участке происходит выбор потенциальных поставщиков, заключение хозяйственных договоров и контроль за их исполнением.

Главные цели закупочной деятельности включают:

- поддержание оптимального уровня качества входящих материалов;
- приобретение входящей продукции по минимально возможной полной цене (под полной ценой подразумеваются все затраты в цепи поставок);
- поиск и использование надежных, конкурентоспособных поставщиков;
- снижение объема запасов товаров и обеспечение "гладкого" продвижения товаров по цепочке поставок;
- кооперирование и интегрирование закупочной деятельности с другими функциями².

Организации в лице службы снабжения или закупочного отдела предстоит решить, у кого, что, в каком количестве и по какой стоимости приобретать или же произвести самостоятельно.

От грамотности указанных решений, во многом, зависит успешность не только одной отдельно взятой закупки, но и эффективность деятельности организации как минимум в краткосрочном периоде.

В условиях жесткой конкуренции основной ресурс прорывного роста бизнеса должны составить комплексные отраслевые логистические решения, разработка которых сегодня усиливает потенциал роста не только малых и средних логистических компаний, но и монополистов³.

Общеизвестно, что наиболее сильно от применения западных экономических санкций пострадали организации, использующие в своей производственной или торговой деятельности зарубежные запчасти, материалы и комплектующие, стоимость которых в иностранной валюте осталась прежней, а в пересчете на валюту национальную платить за них в рублевом эквиваленте приходится более чем в полтора раза дороже.

Анализ различных отраслей отечественной экономики показал, что практически все ее отрасли в большей или меньшей степени являются импортозависимыми.

Так, доля импорта в потреблении продукции с учётом полных затрат в легкой промышленности составляет 82 %, в производстве машин и оборудования - 27 %, в нефтехимической промышленности - 21 %, в пищевой промышленности - 20 %, в производстве строительных материалов - 18 %, в сельском хозяйстве - 12 %⁴.

Осуществляя грамотную закупочную политику, предусматривающую риск падения курса рубля, такие организации в качестве альтернативного решения негативного воздействия указанного фактора могли бы предусмотреть и применить в жизни возможность заключения с зарубежными поставщиками фьючерских контрактов на поставку этих самых запчастей и материалов на перспективу, в будущем, по текущим ценам либо начать работу по перепрофилированию производства, направленного на решение проблемы импортозамещения.

Такие меры в рамках закупочной логистики позволили бы свести будущие издержки в краткосрочном периоде к нулю и удержаться на плаву.

Поэтому грамотное использование потенциала закупочной логистики выступает для отечественных хозяйствующих субъектов в качестве неотъемлемого конкурентного преимущества, позволяющего адаптировать деятельность предприятия в условиях кризиса и преодолеть его с наименьшими потерями.

¹ Негреева В.В., Василёнок В.Л., Алексашкина Е.И. Логистика : учеб. пособие. СПб. : Университет ИТМО, 2015. 85 с.

² Недоспасова О.П. Современная практика управления закупочной логистикой // Известия Томского политехнического университета. 2007. № 6. С. 92- 95.

³ Мамаев Э.А, Михайлюк М.В. Развитие логистического аутсоринга в России: антикризисные императивы качественной трансформации // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). 2015. № 4. С. 28-33.

⁴ Тарлавский В. Импортозамещение: хотеть недостаточно // Экономика и жизнь. 22.10. 2014. URL: <http://www.eg-online.ru>.

Юдакова О.В., Токарев А.А. Управление закупочной логистикой: проблемы и управленческие решения // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2014. № 3 (113). С. 104.

THE EFFECTIVITY AND ROLE OF PROCUREMENT LOGISTICS IN CRISIS

© 2017 Kizimirov Dmitriy Andreevich
Student

© 2017 Rakhmatullina Albina Rustamovna
Candidate of Economics, Associate Professor
Samara State University of Economics
E-mail: leod9@mail.ru

Keywords: logistics, procurement logistics, sanctions, import substitution, expenses.

This article describes questions of effectivity and role of procurement logistics in the conditions of the economic crisis and the problems of import substitution.

УДК 338.4

СОВРЕМЕННЫЕ СПОСОБЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ КЛИЕНТОВ НА СПОРТИВНЫЕ ОБЪЕКТЫ

© 2017 Ким Анастасия Игоревна
магистрант

© 2017 Ралык Динара Владимировна
кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: vasilissa9@yandex.ru, dinarar@inbox.ru

Ключевые слова: спортивные объекты, привлечение новых клиентов, продажи спортивных услуг, геймификация, сторителлинг.

Статья посвящена проблемам привлечения новых потребителей спортивных услуг на объекты физической культуры и спорта. Рассмотрены особенности инновационных средств стимулирования сбыта спортивных услуг и возможности их применения на региональном рынке.

На сегодняшний день, забота о собственном здоровье становится модной тенденцией. Правильное питание и физические нагрузки набирают популярность среди молодежи. Создаются блоги, посвященные различным рецептам при правильном питании, способы расчета белков, жиров и углеводов, а также суточной нормы потребления калорий. С питанием потребителю возможно самостоятельно разобраться, хотя теперь, даже в этой сфере существуют специалисты - диетологи, которые помогают составить индивидуальное меню.

С физическими нагрузками все гораздо сложнее. Существует огромное количество разнообразных видов тренировок, которые различаются, прежде всего, тем, какой результат требуется от занятий. Например, есть необходимость похудеть, или наоборот, набрать мышечную массу, поддерживать свое тело в форме, подготовиться к пляжному сезону или просто для общефизического развития. Конечно, домашние тренировки также возможны, но, как правило, лень, тяжело найти время, так как есть домашние дела, или еще тысяча других причин. Поэтому очень важно найти собственное место для тренировок, ведь заниматься вместе с единомышленниками веселее и эффективнее. К тому же, домашние упражнения, при неправильном исполнении будут совершенно бесполезны, так как нужен тренер, который будет следить за этим.

Таким образом, можно сформулировать одну из основных проблем привлечения клиентов в спортивные залы - это отсутствие осознания того, что есть необходимость посещать спортивные объекты.

В политике продвижения физкультурно-спортивных услуг активно применяются ценовые и неценовые факторы. Ценовая конкуренция формируется в форме демпинга - реализации пакета физкультурно-оздоровительных услуг по заниженным ценам. Второй тенденцией развития услуг физической культуры и спорта является популяризация физической культуры и спорта через сеть фитнес-клубов, а также залы с полосами препятствий, которые предоставляют фитнес услуг. На территории Самарской области расположено 46 спортивных сооружений, 95 бассейнов, и 1451 спортивный зал¹.

Проведем анализ инфраструктурного обеспечения физической культуры и спорта самарской области, в период с 2013г. по 2016 г. результаты исследования представлены в следующей таблице:

Инфраструктурное обеспечение физической культуры и спорта*

Субъект РФ	Единовременная пропускная способность объектов спорта, %				Количество спортивных сооружений на 100 тыс. человек населения			
	2013	2014	2015	2016	2013	2014	2015	2016
РФ	24,50	25,12	28,60	29,00	177,70	182,84	206,84	206,24
Самарская область	18,14	18,61	21,50	21,70	129,99	148,92	149,53	152,52

* Материалы Министерства культуры и спорта Российской Федерации (см: <https://www.minsport.gov.ru>).

Единовременная пропускная способность объектов спорта Самарской области с каждым годом увеличивается, самый большой прирост был в 2015 году и составил 21,50%. В 2016 г. она составила 21,70%, что больше чем в 2013г. на $21,70 - 18,14 = 3,56$ %, для сравнения в РФ единовременная пропускная способность объектов спорта в 2016 году в отличие от 2013 года увеличилась на $29,00 - 24,50 = 4,5$ %.

Количество спортивных сооружений на 100 тыс. человек населения значительно увеличилось в 2016 году по сравнению с 2013 годом на $152,52 - 129,99 = 22,53$. В РФ количество спортивных сооружений на 100 тыс. человек населения увеличилось в 2016 по сравнению с 2013 годом на $206,24 - 177,70 = 28,54$.

В 2016 году Самарская область занимала 74 место в России по количеству спортивных сооружений на 100 тыс. человек населения. В Самарской области - 914703 человека, которые занимаются физической культурой и спортом по данным на 2016 год. По России этот показатель Самарской области занимает 13 место.

Самарская область вошла в Топ-25 регионов России по уровню развития физкультуры и спорта. По итогам Всероссийского конкурса, регион занял 23 место, тем самым поднявшись за 3 года на 25 позиций.

В 2016 году построено 10 спортивных объектов, завершена реконструкция стадиона "Центральный" в городе Сызрани, установлены 2 универсальные спортивные площадки, открыт футбольный комплекс в Новокуйбышевске. Организованы различные спартакиады, соревнования и фестивали.

На сегодняшний момент в Самарской области идет активная подготовка к Чемпионату мира по футболу 2018г, а именно строительство стадиона. Общая готовность стадиона "Самара Арена" на конец марта 2017 года составляет почти 60%. Стадион к чемпионату мира по футболу 2018 года в Самаре будет располагаться на южном склоне холма-останца Жареный (Султанов) Бугор в северной части города Самара.

Ежегодно на территории Самарской области продолжают строиться новые спортивные сооружения, так как вопрос физического здоровья и благополучия граждан остается очень важным. Помимо этого, еще действуют фитнес центры, тренажерные залы и различные новые направления, например, полоса препятствий в помещении Jungle. Полоса препятствий в помещении помогает подготовиться к таким состязаниям как Гонка героев, Тестостерон. Эти состязания проводятся на территории Самарской области ежегодно и собирают большое количество участников из разных городов. Такие мероприятия играют большую роль в популяризации физической культуры и спорта.

Как же привлечь клиентов на спортивные объекты, при условии постоянного роста количества спортивных объектов и, следовательно, жесткой конкуренции. Существуют два способа, в первую очередь это привлечение новых клиентов, а во-вторых, удержание старых².

Для того чтобы привлечь новых потребителей, тем самым расширяя свою клиентскую базу, рекомендуются следующие способы решения данной задачи. В первую очередь необходимо как-то завлечь клиента на спортивный объект, для этого можно сделать первое занятие бесплатно, пригласить известного спортсмена в зал. К примеру, в Самаре это может быть Тагир Хайбулаев - олимпийский чемпион 2012 года, то есть желательно чтобы это был не только титулованный спортсмен, но и известный. Так же хорошим мотиватором, может послужить стимулирование клиента, при достижении определенного результата, например, сбросили первые 5 кг. Такая акция будет хорошим стимулом начать заниматься новым клиентам.

Распространение информации в потребительской среде, такое как "сарафанное" радио также является отличным способом привлечения новых клиентов. Предоставьте скидку тем, кто будет ходить вдвоем, например, муж и жена или две подружки. С помощью различных вывесок на стенах, или рекламным сообщением, между проигрываемыми дорожками очень тонко следует донести мысль о том, что тренироваться парой эффективнее, чем в одиночку. Предоставьте неделю бесплатных занятий для друзей постоянных клиентов, поможет познакомиться со спортивным объектом, тем, кто давно хотел.

Сотрудничество является одним из ключевых способов привлечения новых клиентов. Можно спонсировать конкурсы красоты - предоставив участникам бесплатную площадку для физической подготовки. Необходимо так же использовать в качестве своих партнеров магазины здорового питания, эко-товаров, спортивного питания, магазины с одеждой, причем не только со спортивной. Эффективная реклама про способы похудения в примерочных, поможет прийти новым клиентам.

Для того чтобы получить бесплатную статью в местных СМИ - необходимы хорошие инфоповоды. Такими событиями могут стать день открытых дверей, с розыгрышами, различные бесплатные лекции про здоровый образ жизни, здоровое питание и правильные тренировки, дегустации спортивного питания с розыгрышами от партнеров, тренировки для мам с малышами в слинге.

Средства массовой информации имеют огромную аудиторию и по-прежнему остаются одними из самых массовых и эффективных способов продвижения товаров и услуг, однако их аудитория совершенно разнонаправлена. Рекламу по радио могут слышать одновременно и директор крупного завода, и слесарь, и домохозяйка. А значит, такой вид рекламы подходит только для товаров массового потребления. Контекстная реклама направлена только на целевую аудиторию и позволяет получать рекламодателю горячих клиентов, которым нужен конкретный товар или услуга³.

Выше были перечислены довольно известные методы, однако в условиях жесткой конкуренции их может оказаться недостаточно. Рассмотрим несколько эффективных способов, которые еще не стали очень популярными.

Первым таким способом для привлечения клиентов является геймификация. Геймификация представляет собой стимулирование потребительского поведения посредством социальных сетей, мобильных приложений. Данный способ хорош тем, что позволяет "заманивать" новых клиентов, тем самым вызывая у них позитивные эмоции. По мнению основателя сервиса для геймификации А. Головина, существующие методы привлечения клиентов можно назвать "лобовыми". Различные программы лояльности не вовлекают клиентов, а апеллируют только к монетизационной составляющей. Геймификация же включает эмоциональную составляющую. Различные игры повышают азарт.

Вторым способом является шоу. Очень часто на маркетинг выделяется довольно скромный бюджет, в связи с чем предпринимателям приходится фантазировать и использовать весьма креативные способы, для того чтобы привлечь новых клиентов. Тем не менее, именно благодаря нестандартным подходам компания становится значительно заметнее конкурентов. Устраивая фитнес шоу или показательную тренировку, есть шанс убедить публику в необходимости заниматься и поддерживать себя в хорошей физической форме.

Третий способ это сторителлинг. При подготовке к какому-либо публичному выступлению, в рекламных целях, слайдовую презентацию не в виде аналитического документа, а с элементами сторителлинга. Иллюстрация жизни какого-нибудь персонажа, который будет похож на вашего клиента, для того чтобы клиент смог увидеть себя в нем. Персонаж столкнется с определенными проблемами, но в кульминационный момент на помощь придет спортивный объект и разрешит эти проблемы с помощью какой-либо услуги. Тот же подход подходит для использования и в рекламных коммуникациях, и в сетевой презентации.

Выше, были указаны способы привлечения новых клиентов. Однако необходимо помнить и о тех потребителях наших услуг, которые уже есть. Рассмотрим основные стратегии удержания "старых клиентов". В первую очередь следует писать о своих клиентах. Можно размещать посты на сайте или в социальных сетях с довольными клиентами, которые оставили положительный отзыв. Так же в процессе происходит вовлечение пользовательского контента, который в свою очередь, поможет привлечь и новых потенциальных клиентов⁴.

Неожиданные подарки для постоянных потребителей, будут приятным бонусом, ведь подарки любят все. Так же клиенты оценят, если спрашивать их советов по поводу улучшения сервиса, на сайте или публичных страницах в социальных сетях, за которые впоследствии следует их поблагодарить. Обязательно необходимо своевременно оповещать постоянных клиентов о новой услуге и акциях. Необходимо предлагать и поддерживать удобный сервис по обслуживанию клиентов, разные формы оплаты, спорт бар и душ в раздевалках. И наконец, необходимо стремиться быть лучших в данной сфере, ведь предлагая качественную услугу, без труда получить расположение клиентов⁵.

Подводя итог, хочется отметить, что проблема привлечения потребителей с каждым годом становится, все больше актуальна, в связи с ростом спортивных объектов. Способов привлечения достаточное количество, остается использовать тот, который будет самым эффективным.

¹ Попова А.О. Тенденции развития услуг физической культуры и спорта // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2015. № 9 (131). С. 84-89.

² Гренроос К. Маркетинг и менеджмент услуг. М. : Прогресс, 2010. 179 с.

³ Корниенко Н.С. Привлечение клиентов при помощи контекстной рекламы // Экономические науки. 2015. № 34-2. URL: <http://novainfo.ru/article/3695> (дата обращения: 26.04.2017).

⁴ Поташев М., Левандовский М. Век клиента. Бизнес-книга (АСТ), 2016. 320 с.

⁵ Сьюэлл К., Браун П. Клиенты на всю жизнь. 2015. 232 с.

MODERN WAYS OF ATTRACTING CLIENTS TO SPORTS OBJECTS

© 2017 Kim Anastasia Igorevna

Undergraduate

© 2017 Ralyk Dinara Vladimorovna

Ph.D. of Economic Sciences, Associate Professor

Samara State University of Economics

E-mail: vasilissa9@yandex.ru, dinarar@inbox.ru

Keywords: sports facilities, attracting new customers, selling sports services, gaming, storytelling.

The article is devoted to the problems of attracting new consumers of sports services to physical culture and sports facilities. Features of innovative means of stimulating sales of sports services and the possibility of their application in the regional market are considered.

СБЫТОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В УСЛОВИЯХ ПРИОРИТЕТА ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПОК

© 2017 Кистенева Наталья Сергеевна

кандидат экономических наук, доцент

© 2017 Саморуков Дмитрий Юрьевич

магистрант

Самарский государственный экономический университет

E-mail: kisteneva@inbox.ru, kubinec12@mail.ru

Ключевые слова: сбытовая деятельность, государственные закупки.

Развитие сбытовой деятельности промышленного предприятия во многом определяется специфическими особенностями проведения закупочных процедур компаний-потребителей продукции.

Сбыт продукции представляет собой систему отношений и мероприятий, характеризующих деятельность предприятия по реализации продукции и включающих в себя проведение основной части дистрибутивных процессов, а также контроля и регулирования этих процессов путем использования рыночной инфраструктуры с целью удовлетворения требований потребителей и получения прибыли¹.

Эффективная сбытовая деятельность коммерческого предприятия способствует получению большей прибыли, удовлетворению потребительского спроса, завоеванию новых рынков, а также достижению превосходства над конкурентами.

Объектом исследования явилось российское предприятие, занимающееся производством школьной, дошкольной и офисной мебели - компания "Светоч". Работа на рынке с высокой долей государственных закупок диктует свои условия и требует внесения корректировок в сбытовую деятельность предприятия. Учитывая процедуру проведения закупочной процедуры потребителя, компания может сформировать предложения, которое будет наиболее конкурентоспособным на рынке.

Закупочная деятельность образовательных учреждений регулируется в зависимости от статуса и схемы организации процесса. Бюджетные образовательные учреждения при организации закупок руководствуются Федеральным законом №44-ФЗ "О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд" от 05.04.2013 г.. Вместе с тем, часть закупок осуществляется на основании положений Федерального закона №223-ФЗ "О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц" от 18.07.2011 г.. В этом случае бюджетные учреждения могут проводить закупочные процедуры на основании собственного положения о государственных закупках².

Процесс закупки состоит из нескольких этапов, каждый из которых имеет немаловажное значение. Первый этап представляет собой анализ сложившейся обстановки и планирование закупок на финансовый год. На данном этапе важно учесть все необходимые нужды организации, а также возможность осуществления закупки исходя из имеющихся денежных средств. Второй этап - это непосредственная организация проведения

и размещения заказа. Третий этап - исполнение заказа, его принятие, а также контроль по обязательствам сторон³.

В рамках исследования был проведен анализ закупок образовательных бюджетных учреждений, представленных на официальном сайте Единой информационной системы в сфере закупок (www.zakupki.gov.ru). В рамках каждой закупки была изучена информация, касающаяся:

характеристики организации, осуществляющей размещение лота (организационная форма, регион расположения, информация о завершенных закупках);

условий проведения закупки (№44-ФЗ, №223-ФЗ);

уровня конкуренции поставщиков (количество компаний, допущенных к участию в аукционе);

фактических результатов закупки (факт завершения либо отмены, определения победителя или заключения договора с единственным поставщиком);

критериев оценки участников конкурсной процедуры (цена, сроки поставки, обслуживание и т.д.).

Запросу "школьная мебель" за период с января по сентябрь 2017 года представлено 45 лотов. В соответствии с закупочными процедурами, определенными законом №44-ФЗ осуществляется 35 аукционов (более 70%).

Процедура закупки может быть выражена несколькими способами, на выбор заказчика:

1. Конкурс и все его виды.

2. Аукцион (в том числе электронный аукцион).

3. Запрос котировок и запрос предложений.

4. Закупка у единственного поставщика (неконкурентный способ)⁴.

Среди заявок, представленных в системе на момент проведения исследования, 31% составляет запрос котировок, 27% - закупка у единственного поставщика, 42% - электронный аукцион.

Уровень конкуренции составил 2 заявки на один лот. Основной причиной признания торгов несостоявшимися является полное отсутствие заявок от поставщиков или участие единственной организации. Чаще всего решающим фактором выбора поставщика является более низкий уровень цены, по сравнению с другими участниками торгов. В среднем снижение цены по отношению к первоначальной заявленной стоимости колеблется в пределах от 17 до 34%. Зачастую перевес одной из сторон определяется десятыми долями процента. Сроки размещения заявок распределены неравномерно в течение года: большая часть (73%) приходится на июнь-август.

Величина заявленной суммы закупки по процедуре электронного аукциона колеблется в диапазоне от 13,7 до 6030,9 тыс. руб. и в среднем составляет 480,7 тыс. руб. Сумма закупки у единственного поставщика находится в диапазоне от 41,8 тыс. руб. до 375 тыс. руб. и в среднем равна 190,3 тыс. руб.

Данные полученные в процессе исследования могут быть использованы при формировании планов сбытовой деятельности предприятия, организации работы менеджеров по продажам, в части участия компании в аукционах на поставку школьной мебели, формировании информационной базы потребителей и конкурентов. При формировании планов сбыта продукции компании "Светоч" рекомендуется использовать планы-графики закупок⁵ на будущий год, которые публикуются на портале Единой информационной системы в сфере закупок.

¹ Войткевич Н.И. Содержание бизнес-процессов в каналах распределения товаров // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2007. № 5. С. 44-48.

² Федеральный закон "О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц" от 18.07.2011 N 223-ФЗ.

³ Бычкова В.С. Проведение государственных закупок в государственных и муниципальных образовательных учреждениях // Современные тенденции науки и образования. 2016. № 6-6. С. 74-76.

⁴ Федеральный закон "О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд" от 05.04.2013 N 44-ФЗ. П. 2, ст. 24.

⁵ Ендовицкая Е.В., Коробейникова Л.С. План закупок как элемент системы бюджетирования образовательного учреждения // Публичные финансы и право : ежегодник / под ред. М.В. Карасевой (Сенцовой). Воронеж. 2014. С. 35-43.

SALES ACTIVITIES UNDER THE CONDITIONS OF THE PRIORITY OF STATE PROCUREMENT

© 2017 Kisteneva Natalia Sergeevna
Ph.D. of Economic Sciences, Associate Professor
© 2017 Samorukov Dmitry Yurievich
Undergraduate
Samara State University of Economics
E-mail: kisteneva@inbox.ru, kubinec12@mail.ru

Keywords: marketing activities, government purchases.

The development of the marketing activity of an industrial enterprise is largely determined by the specific features of the procurement procedures of consumer companies.

УДК 330.36

СМЕНА ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ПАРАДИГМ В ЭКОНОМИКЕ: ЗАКОНОМЕРНОСТИ И ОСОБЕННОСТИ

© 2017 Климович Мария Александровна
аспирант
Национальный исследовательский Томский политехнический университет
E-mail: cheremnovama@gmail.com

Ключевые слова: технологическая парадигма, структурный сдвиг, научно-технический прогресс, технологический уклад, базисные технологии, ключевые отрасли, технологическая трансформация, нанотехнологии, конвергентные технологии, технологическая конвергенция.

Рассмотрена смена технологических парадигм как результат структурного сдвига в экономике, обусловленного научно-техническим прогрессом. Автор анализирует методологические подходы ведущих ученых в анализе технологической структуры экономики и предлагает свое видение основных закономерностей смены технологических укладов.

Научно-технический прогресс является одним из основных факторов, воздействующих на структуру экономики и позитивные структурные сдвиги. Рассматривая экономику с точки зрения ее технологической структуры, структурные сдвиги можно определить как изменение взаимосвязей между технологическими укладами в результате радикального обновления технологической базы.

Структурные сдвиги сопровождаются сменами технико-экономических парадигм, отражающих систему производства с отраслями, сферами производства, секторами, процессами и комплексами в совокупности с системой экономических, организационных и правовых отношений. Понятие парадигмы как научной категории было обозначено Т. Куном как "признанные всеми научные достижения, которые в течение определенного времени дают научному сообществу модель постановки проблем и способы их решения"¹.

Ведущими исследователями технологической структуры экономики, изучающими технологические уклады и технико-экономические парадигмы, являются С. Глазьев и К. Перес. Согласно К. Перес, "технико-экономическая парадигма - это новое множество руководящих принципов, которые становятся общепринятыми для очередной фазы развития"². С. Глазьев детерминирует технологический уклад как "целостное и устойчивое образование, в рамках которого осуществляется замкнутый цикл, включающий добычу и получение первичных ресурсов, все стадии их переработки и выпуск набора конечных продуктов, удовлетворяющих соответствующему типу общественного потребления"³. Оба ученых придерживаются мнения об изменении структуры экономики посредством научного и технологического прогресса, когда накопительный эффект от развития новых технологий приводит к новому уровню развития производства.

К. Перес и С. Глазьев в качестве признаков, позволяющих определить смену технико-экономических парадигм и технологических укладов соответственно, выделяют преобладающую технологию, инфраструктуру, ключевые отрасли и энергоносители. Однако существуют и некоторые различия в методологических подходах авторов в анализе связанных с этими процессами проблем.

Согласно К. Перес, длительность технико-экономических парадигм имеет неравномерный характер и может иметь продолжительность от 48 до 68 лет. Структурные сдвиги, обусловленные достижением максимально возможных темпов роста, приводят к технологической революции и становлению новой парадигмы с новыми техническими, экономическими, институциональными и социальными механизмами функционирования. Основопологающим фактором для становления новой технико-экономической парадигмы является изменение структуры затрат. Структура затрат, в свою очередь, определяется изменениями базисных технологий и производственных процессов. К. Перес отмечает комплексный характер трансформаций в структуре экономики: появление новых организационных форм, изменение системы организации производства, совершенствование трудовых ресурсов, модификация рыночных взаимоотношений,

перестройка в структуре инвестиций. Изменения, вызванные становлением новой технико-экономической парадигмы, затрагивают все аспекты жизни общества.

Исходя из роли отраслей в смене технологической структуры экономики, К. Перес делит их на три вида: несущие, движущие и воспринимающие отрасли. Несущие отрасли наиболее приспособлены и восприимчивы к новым технологиям, они являются флагманами технологического развития. Движущие отрасли являются поддерживающими по отношению к несущим и обеспечивают необходимые условия для распространения новых технологий. Воспринимающие отрасли получают развитие после определённых социальных, экономических и институциональных трансформаций и способствуют массовому распространению технологических нововведений⁴.

С. Глазьев использует в качестве основной категории технологической структуры экономики понятие "технологического уклада". Структурными элементами технологического уклада являются ведущие отрасли, составляющие ядро технологического уклада и технологические нововведения. Эти составляющие ученый определяет как ключевые факторы. Каждый следующий технологический уклад возникает в рамках предыдущего с характерными для предшествующего уклада материальными условиями, инфраструктурными объектами и источниками энергии. Постепенное утверждение базисных технологий в ключевых отраслях экономики приводит к формированию нового уровня развития производительных сил и производственных отношений, науки, появлению новых видов энергии, инфраструктуры и вытеснению одного технологического уклада следующим.

Нельзя не отметить, что концепция С. Глазьева имеет тесную взаимосвязь с теорией длинных волн Н. Кондратьева и инновационных волн Й. Шумпетера. Смена одного технологического уклада другим соответствует инновационным волнам Й. Шумпетера. Длительность технологических укладов пропорциональна продолжительности длинных волн Н. Кондратьева. В настоящее время концепция технологических укладов считается общепризнанной среди ведущих мировых ученых, ее трактовки отличаются периодизацией укладов.

По оценкам С. Глазьева пятый технологический уклад исчерпал резервы своего роста в 2010 году⁵. Структурный кризис экономики подтверждает переход к новому экономическому укладу и завершение очередного кондратьевского цикла. К. Перес кризис приходится на середину цикла и не обусловлен переходом к новой технико-экономической парадигме, поэтому начало новой парадигмы относит к 2020 г.

Ведущие исследователи в качестве основы шестого экономического уклада выделяют нанотехнологии, биотехнологии и информационно-коммуникационные технологии. Использование категориального аппарата С. Глазьева позволяет определить синтез этих технологий как ядро нового технологического уклада⁶. Развитие получают геновая инженерия, компьютерные технологии, альтернативная энергетика, "зеленые" технологии, клеточные и молекулярные технологии, наноэнергетика, аэрокосмические технологии, искусственный интеллект, композитные материалы.

С авторской точки зрения, большое значение приобретает распространение конвергентных технологий, основанных на воссоздании принципов живой природы в технологических процессах. Актуальной становится концепция технологической конвергенции,

которая предполагает возникновение новых технологий на основе междисциплинарного синтеза научных разработок.

Несмотря на довольно существенные различия в методологических подходах исследователей технологической структуры экономики, можно выявить общую концептуальную основу технологической периодизации. Базисные технологии, возникшие на завершающем этапе предыдущей технологической парадигмы, приводят к зарождению следующей технологической парадигмы. Постепенно новые технологии становятся источником расширения производства и привлечения инвестиций. Начинается период экономического роста, структура экономики трансформируется: появляются новые сектора экономики, а также изменяются пропорции, взаимосвязи и соотношения между прежними отраслями и сферами экономики. В результате формируется новая технологическая парадигма, которая трансформирует не только структуру экономики, но и остальные сферы общественной жизни. Каждая технологическая парадигма является следствием длительного накопления количественных и качественных изменений, которые выражаются в структурном сдвиге.

Автор полагает, что по аналогии с предыдущими технологическими парадигмами, формирование новой начнется с нескольких отраслей: нанотехнологии, цифровые технологии, а также конвергентные технологии. Отличительной чертой новой парадигмы является технологическая конвергенция, которая путем слияния и соединения научных отраслей и технологической сферы образует единую область знания. Развитие ключевых отраслей на начальном этапе приведет к их широкому распространению через временной лаг в 20-30 лет за счёт синергетического эффекта от внедрения базисных технологий. Характерной особенностью всех вышеперечисленных технологий, являющихся базисными для новой технологической парадигмы, является надотраслевой принцип их функционирования.

Авторское видение отличительных особенностей смены технологических парадигм заключается в следующем: во-первых, базисные технологии следующей технологической парадигмы формируются в рамках существующей. Кроме того, какое-то время в рамках нового технологического уклада может преобладать доля отраслей и секторов предыдущего уклада, то есть одновременно сосуществуют ключевые отрасли различных укладов. Во-вторых, все технологические парадигмы имеют индивидуальные особенности развития. Они заключаются в темпах смены технологических укладов, интенсивности подъемов и спадов, а также в возможном одновременном существовании двух парадигм либо в наличии определенного временного лага между их сменой. В-третьих, по мере смены парадигм меняется восприятие новых технологий предыдущей технологической парадигмой. На начальном этапе становления следующей парадигмы новые технологии являются скорее необходимым дополнением для реализации новых общественных потребностей, чем заменителем предыдущих технологий. Определённый период представляет собой синтез из старой и новой технологической базы, новые технологии проникают только в некоторые отрасли экономики. Однако по мере развития новой технологической парадигмы взаимоотношения между укладами меняются, происходит уже не дополнение, а замещение и вытеснение старой технологической базы, доля отраслей предыдущего технологического уклада снижается. В-четвертых, завершение становления новой технологической парадигмы можно считать состоявшимся только когда технологическая модернизация вызвала трансформацию во всех сферах жизни общества.

¹ Кун Т. Структура научных революций. М. : Экономика, 1977.

² Длинные волны: научно-технический прогресс и социально-экономическое развитие / С.Ю. Глазьев, Г.И. Микерин, П.Н. Тесля [и др.]. Новосибирск : Наука, Сиб. отд., 1991.

³ Глазьев С.Ю. Теория долгосрочного технико-экономического развития. М. : ВладДар, 1993.

⁴ Перес К. Технологические революции и финансовый капитал. М. : Дело, 2011.

⁵ На пороге шестого технологического. М., 2009. URL: <https://www.glazev.ru/articles/165-intervju/54430-na-poroge-shestogo-tehnologicheskogo> (дата обращения: 01.10.2017).

⁶ Глазьев С.Ю. Перспективы становления в мире нового VI технологического уклада // Мир (Модернизация. Инновации. Развитие. 2010. № 1. С. 4-10.

THE CHANGE OF TECHNOLOGICAL PARADIGM IN THE ECONOMY: REGULARITIES AND FEATURES

© 2017 Klimovich Maria Aleksandrovna

Post graduate student

National Research Tomsk Polytechnic University

E-mail: cheremnovama@gmail.com

Keywords: technological paradigm, structural shift, scientific and technological progress, technological structure, basic technologies, key industries, technological transformation, nanotechnologies, convergent technologies, technological convergence.

The article considers the change of technological paradigms as a result of a structural shift in the economy, conditioned by scientific and technological progress. The author analyzes the methodological approaches of leading scientists in the analysis of the technological structure of the economy and offers his vision of the main regularities in the replacement of technological structures.

УДК 338

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

© 2017 Кондраткова Алена Сергеевна

студент

© 2017 Чудаева Александра Александровна

кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: chudaeva@inbox.ru

Ключевые слова: предприятие, инвестор, инвестиционная привлекательность предприятия, анализ, финансовая устойчивость, капитал, оценка, доходность.

Рассматриваются различные подходы к определению термина "инвестиционная привлекательность предприятия" и анализируются методы, применяемые для оценки инвестиционной привлекательности предприятий.

Современные тенденции развития экономики и ускорение изменений, происходящих в ней, определяют необходимость обеспечения устойчивого развития экономических систем, и, прежде всего, предприятий как первичного звена национальной экономики. Можно сказать, что каждое предприятие потенциально представляет собой инвестиционный проект, который должен быть тщательно проанализирован и проработан. Для представления предприятия как объекта инвестирования потенциальным инвесторам следует определить его инвестиционную привлекательность.

Все существующие подходы к определению инвестиционной привлекательности предприятия можно систематизировать и объединить в четыре группы (табл. 1).

Таблица 1

Подходы к определению инвестиционной привлекательности предприятия

№ п/п	Группа	Определение инвестиционной привлекательности предприятия
1	Инвестиционная привлекательность как условие развития предприятия	состояние хозяйственного развития предприятия, при котором в приемлемые для инвестора сроки инвестиции могут дать достаточный уровень прибыльности или иной положительный эффект
2	Инвестиционная привлекательность как условие инвестирования	совокупность различных объективных признаков, свойств, средств, возможностей, обуславливающих потенциальный платежеспособный спрос на инвестиции в основной капитал
3	Инвестиционная привлекательность как совокупность показателей	совокупность экономических и финансовых показателей предприятия, определяющих возможность получения максимальной прибыли в результате вложения капитала при минимальном риске вложения средств
4	Инвестиционная привлекательность как показатель эффективности инвестиций	Эффективность инвестиций определяет инвестиционную привлекательность, а инвестиционная привлекательность - инвестиционную деятельность. Чем выше эффективность инвестиций, тем выше уровень инвестиционной привлекательности и масштабнее - инвестиционная деятельность

Таким образом, инвестиционная привлекательность предприятия - это своеобразный индикатор совокупной ценности предприятия, включающих в себя ряд объективных и субъективных характеристик, которые необходимы для принятия интересов и удовлетворения потребностей всех участников инвестиционного процесса и которые позволяют оценить его перспективность и учесть совместное влияние факторов, оказывающих влияние на предприятие.

Методы оценки инвестиционной привлекательности можно увидеть в табл. 2.

Методы оценки инвестиционной привлекательности предприятий

№ п/п	Метод	Сущность метода
1	Нормативно-правовой метод	Для осуществления расчетов показателей, на основе которых анализируется хозяйственная деятельность предприятия, используется методическое обеспечение - соответствующие нормативно-правовые документы
2	Метод дисконтированных денежных потоков	Данный метод предполагает определение денежных потоков, разнесенных во времени в соответствии с моментом их возникновения. Определяется разница между притоками денежных средств на предприятие и их оттоком для каждого интервала планирования. Далее эта разница, представляющая собой чистый доход, дисконтируется с использованием нормы дохода, отражающей требования инвестора к уровню доходности его вложений. Метод дисконтированных потоков позволяет рассчитать выгодность вложения средств инвестора и выбрать предприятия для инвестирования из всех возможных вариантов, потому что он может помочь определить потенциал развития
3	Двухуровневая модель инвестиционной привлекательности*	Данная модель позволяет провести оценку инвестиционной привлекательности с точки зрения трех позиций: - анализ финансового состояния предприятия (внутренних факторов); - оценка рыночного положения предприятия (внешних факторов воздействия на деятельность предприятия); - абсолютные результаты деятельности (в конкретном числовом выражении)
4	Рейтинговая оценка	Оценка базируется на комплексной выборке показателей эффективности и общего состояния доходов. Если оценку проводит рейтинговое агентство, то оно на основании полученных результатов проводит сортировку предприятий по убыванию их инвестиционной привлекательности
5	Интегральная оценка инвестиционной привлекательности на основе внутренних показателей	Определение таких относительных внутренних показателей предприятия как: показатель эффективности использования основных и оборотных средств, финансовое состояние предприятия, использование трудовых ресурсов, инвестиционная деятельность, эффективность хозяйственной деятельности, на основе результатов расчета которых определяется их вес. Затем рассматриваются возможности предприятия в работе и на базе этих данных проводится комплексная оценка для каждого рассмотренного показателя. Далее рассчитывается конечный интегральный показатель, служащий оценкой инвестиционной привлекательности предприятия

* Научно-практический электронный журнал "Аллея Науки". 2017. № 9.

Таким образом, способов определить инвестиционную привлекательность предприятия много. Очевидно, что инвестиционную привлекательность предприятия характеризует не только устойчивость его финансового состояния и уровень финансовых результатов, но и оценка таких элементов как: конкурентоспособность выпускаемой продукции, возможность проведения инновационной деятельности, степень рискованных

вложений, менеджмент и имидж предприятия. При оценке инвестиционной привлекательности предприятия данные элементы следует учитывать наряду с внутренними показателями, поэтому для оценки влияния внешних и внутренних факторов можно использовать совокупность показателей, объединенных в группы:

1. Оценка области деятельности организации и рынка выпускаемой продукции;
2. Анализ экономического потенциала предприятия;
3. Анализ источников финансирования хозяйственной деятельности организации;
4. Анализ и оценка финансовых результатов деятельности организации;
5. Анализ организационно-управленческой базы;
6. Оценка репутации организации и ее менеджмента;
7. Анализ объема, структуры и стабильности денежных потоков организации.

На основании заключения о том, что только анализа финансовой устойчивости недостаточно для определения инвестиционной привлекательности предприятия и нужно учитывать остальные факторы, разрабатываются и другие, отличные от приведенных в таблице 2 методы и модели и/или дополняющие их. Среди них анализ надежности ценных бумаг, выпущенных предприятием, и в том числе оценку их доходности, можно назвать одним из самых популярных методов оценки инвестиционной привлекательности. Но он ограничен в применении - далеко не все предприятия выпускают ценные бумаги.

Модели, предполагающие многофакторный анализ с различными весовыми коэффициентами, не являющиеся узконаправленными и позволяют дать более точную оценку инвестиционной привлекательности предприятия за счет включения в расчеты большого числа факторов, важность которых определяется экспертным путем.. Обобщающий показатель инвестиционной привлекательности по данной модели определяется с учетом весовых коэффициентов свойств первого и второго уровней (см. двухуровневая модель инвестиционной привлекательности в таблице 2).

Оценка инвестиционной привлекательности предприятия необходима как самому предприятию, так и тем, кого интересует возможность вложения средств в предприятие с целью получить доход на вложенные средства. В роли инвесторов могут выступать как физические, так и юридические лица, а также государство, регион, муниципалитет. Результаты оценки будут тем точнее, чем больше факторов учитывает модель, используемая для определения инвестиционной привлекательности предприятия.

1. Еникеева О.А. Методы оценки инвестиционной привлекательности предприятия // Аллея Науки. 2017. № 9.

2. Пихтарева А.В. Теоретико-методологические аспекты исследования финансовой устойчивости предприятия // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 1. С. 99.

3. Беспалов М.В. Методика проведения анализа ликвидности и платежеспособности организации // Финансы: планирование, управление, контроль. 2011. № 3. С. 2-7.

4. Тарелкин А.А. Формирование и оценка инвестиционной привлекательности промышленных предприятий // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2009. № 10. С. 89-92.

5. Лаврухина Н.В., Перерва О.Л. Стоимостная концепция и оценочные технологии управления инновационными предприятиями : учеб. пособие. М., 2013. С. 243.

METHODS OF ESTIMATION OF INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF ENTERPRISES

© 2017 Kondartkova Alyona Sergeevna
Student
© 2017 Chudaeva Alexandra Alexandrovna
Candidate of Economics, Associate Professor
Samara State University of Economics
E-mail: chudaeva@inbox.ru

Keywords: enterprise, investor, investment attractiveness of the enterprise, analysis, financial stability, capital, valuation, rate of return.

The article considers various approaches to the definition of the term "investment attractiveness of the enterprise" and analyzes the methods used to assess the investment attractiveness of enterprises.

УДК 657.37

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА СТРАТЕГИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

© 2017 Копцева Ирина Петровна
магистрант
© 2017 Татаровская Татьяна Евгеньевна
кандидат экономических наук, доцент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: koptsev.2016@mail.ru, tatarovskaya.tatyana@gmail.com

Ключевые слова: стратегия, стратегический управленческий учет, стратегическое развитие, предприятия общественного питания, внешняя среда, внутренняя среда.

Раскрывается понятие стратегии, сущность стратегического управленческого учета с точки зрения обеспечения эффективного стратегического развития. Определены факторы, влияющие на стратегическое развитие предприятий общественного питания.

Под стратегией понимается план долгосрочного характера, в котором указаны определенные компанией цели, задачи и направления развития финансово-хозяйственной деятельности. Процесс выработки стратегии представляет собой совокупность процедур, необходимых для установления цели (ряда целей), а также составление в соответствии с выбранными целями долгосрочного плана, в котором предусмотрены действия по их достижению¹.

Среди множества существующих подходов к определению термина "стратегия" как в отечественной, так и в зарубежной научной литературе, наиболее близким к исследо-

ванию, результаты которого представлены в данной работе, является подход А.А. Томпсона². По мнению данного автора, стратегия представляет собой план, с помощью которого возможно осуществлять управление экономическим субъектом. Такой план разрабатывается с целью укрепления позиций коммерческой организации на рынке, удовлетворения потребностей стейкхолдеров, а также для достижения поставленных перед организацией целей³.

Стратегический управленческий учет призван обеспечить эффективное стратегическое развитие экономического субъекта⁴. Для этого необходимо учитывать изменения различного характера внутри коммерческой организации и за ее пределами в рамках реализации принципов, миссии и целей для обеспечения устойчивости финансово-хозяйственной деятельности на всех этапах жизненного цикла.

Построение стратегического управленческого учета на предприятиях общественного питания целесообразно осуществлять с учетом факторов, влияющих на стратегическое развитие данных экономических субъектов⁵.

Услуги общественного питания являются одним из видов предпринимательской деятельности, связанной с удовлетворением необходимых потребностей потребителей в сфере питания и проведении досуга. В настоящее время в сфере общественного питания функционирует большое количество экономических субъектов различных организационно-правовых форм.

Проведение классификации экономических субъектов сферы общественного питания целесообразно по следующим классификационным признакам:

1) организационно-правовая форма (государственные и муниципальные унитарные предприятия, публичные и непубличные акционерные общества, общества с ограниченной ответственностью, индивидуальные предприниматели и др.);

2) виды услуг (услуги по предоставлению готовых к употреблению продуктов питания и напитков, услуги по предоставлению продуктов питания и напитков потребителям "на вынос", услуги по приготовлению и доставке продуктов питания и напитков в указанное место и др.);

3) типы предприятий (предприятия, оказывающие услуги питания / услуги по изготовлению кулинарной продукции / услуги по организации досуга / информационно-консультационные услуги и др.);

4) масштаб деятельности (предприятия общественного питания без зала обслуживания клиентов / с залом обслуживания клиентов не более 30 кв.м / с залом обслуживания клиентов от 30 кв.м до 60 кв.м и др.).

На стратегическое развитие, а также на систему стратегического управленческого учета, экономического субъекта сферы общественного питания оказывают влияния различные факторы, которые классифицируются следующим образом:

1. Внешние факторы:

- политическая и экономическая ситуации в стране;
- конъюнктуру рынка;
- уровень жизни населения;
- отношение спроса и предложения на продукцию или услугу;
- наличие или отсутствие конкурентов;
- тарифы на коммунальные услуги и ресурсы (вода, газ, электроэнергия и проч.) и т.д.

2. Внутренние факторы:

- объем, состав и структура материальных и трудовых ресурсов;

- организация производства;
- прогрессивность техники и технологических процессов;
- профессионально-квалификационный состав работников предприятия, их инновационные способности;
- системы оплаты и стимулирования труда;
- информационные технологии;
- качество продукции и т.д.

Факторы внешней среды не зависят от деятельности предприятия, это та объективная реальность, с которой приходится иметь дело предприятиям сферы общественного питания. В отличие от них факторы внутренней среды носят индивидуальные характер и зависят от характера и особенной вида экономической деятельности предприятия.

Таким образом, при построении системы стратегического управленческого учета необходимо учитывать различные факторы, которые влияют на стратегическое развитие экономического субъекта. Кроме того, немаловажным при организации данной системы является специфика сферы общественного питания. С учетом перечисленного выше возможно создать эффективно функционирующую системы стратегического управленческого учета, позволяющую реализовать стратегию экономического субъекта и достигать поставленные цели.

¹ Селиванов И.А. Стратегический управленческий учет и устойчивое развитие предприятия // Управленческий учет и финансы. 2012. № 4. С. 272-282.

² Стратегический менеджмент. Концепции и ситуации для анализа : пер. с англ. / А.А. Томпсон-мл., А.Дж. Стрикленд III. 12-е изд. М., 2006. 928 с.

³ Маняева В.А. Стратегический управленческий учет расходов организации: вопросы теории и практики : монография. Самара : Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2009. 52 с.

⁴ Маняева В.А., Пискунов В.А., Фомин В.П., Носков В.А. Учетная политика для целей обеспечения экономической безопасности коммерческой организации // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2017. № 8 (154). С. 76-84.

⁵ Татаровская Т.Е. Стратегический подход в учете и анализе деятельности экономических субъектов // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2017. № 5 (151). С. 47-51.

FACTORS INFLUENCE ON PUBLIC CATERING STRATEGIC DEVELOPMENT

© 2017 Koptseva Irina Petrovna

Undergraduate

© 2017 Tatarovskaya Tatyana Evgenievna

PhD in Economics, associate professor

Samara State University of Economics

E-mail: koptsev.2016@mail.ru, tatarovskaya.tatyana@gmail.com

Keywords: strategy, strategic management accounting, strategic development, public catering, external environment, internal environment.

The concept of strategy, the essence of strategic management accounting in the context of ensuring effective strategic development are revealed in the article. The factors affecting the strategic development of public catering enterprises are condensed.

УДК 338

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ МЕЖДУНАРОДНОГО УЧЕТА В РФ

© 2017 Копытина Яна Вадимовна

магистрант

Самарский государственный экономический университет

E-mail: jana.kopytina@yandex.ru

Ключевые слова: международные стандарты финансовой отчетности, российские стандарты бухгалтерского учета, US GAAP, бухгалтерская отчетность.

Статья посвящена сравнительному анализу международных подходов к ведению учета и составлению отчетности с российскими и национальными стандартами. Автор рассматривает наиболее значимые различия, подкрепляя их примерами из практики.

В 1973 году общественными бухгалтерскими и аудиторскими организациями ряда стран был создан Комитет по Международным стандартам финансовой отчетности (КМСФО) (International Accounting Standards Committee, IASC), целью которого выступали совершенствование и сближение использования финансовой отчетности на международном уровне. С 1981 года Комитет был самостоятелен в принятии решений по внедрению международных стандартов финансовой отчетности и в вопросах обсуждения документов, касающихся международного учета. С 1973 по 2001 год данный Комитет подготавливал стандарты, которые выпускались под названием International Accounting Standards (IAS). В рамках реорганизации в 2001 году Совет по Международным стандартам финансовой отчетности (СМСФО) заменил КМСФО. И уже с 2001 года СМСФО выпускает вновь создаваемые стандарты под названием International Financial Reporting Standards (IFRS).

Федеральные стандарты бухгалтерского учета России (РСБУ), которые регламентируют порядок бухгалтерского учета, в отличие от международных стандартов принимаются Министерством финансов Российской Федерации. С 1998 года в России исполняется программа реформирования бухгалтерского учета - сближения российских и международных стандартов. Международные стандарты в полной мере пришли только в 2012 году с принятием Приказа Минфина России от 25.11.2011 № 160н "О введении в действие Международных стандартов финансовой отчетности и Разъяснений Международных стандартов финансовой отчетности на территории Российской Федерации".

Первостепенным отличием российских стандартов (РСБУ) от международных заключается в том, что МСФО - это рекомендательные предписания с рядом требований к структуре финансовой отчетности.

Федеральный закон № 208-ФЗ "Об акционерных обществах" дает перечень организаций, на которых распространяется применение международных стандартов, например кредитные организации, страховые организации, негосударственные пенсионные фонды, клиринговые организации и другие.

При составлении отчетности наблюдается различие в подходах МСФО и РСБУ, а именно согласно ПБУ 4/99 "Бухгалтерская отчетность организации" отчетный год всегда совпадает с календарным, оканчивающимся 31 декабря (исключение предусмотрено для вновь созданных организаций), тогда как в МСФО отчетность может составляться за год, оканчивающийся на любую дату (например, отчетный год компании Siemens начинается 1 октября и заканчивается 30 сентября), менять дату окончания отчетного периода и представлять отчетность за период больше или меньше одного года.

Немаловажным отличием является отсутствие в МСФО утвержденных форм финансовой отчетности. МСФО (IAS) 1 содержит общие рекомендации о структуре финансовой отчетности и минимальные требования к ее содержанию. Различаются только названия некоторых форм. Так, российскому балансу в МСФО соответствует отчет о финансовом положении, а отчету о прибылях и убытках - отчет о совокупном доходе. Отчет об изменениях в капитале и отчет о движении денежных средств в МСФО называются так же, как и в российском учете, но, следует отметить, что соблюдать названия форм отчетности в МСФО также необязательно. Отчет о финансовом положении в МСФО допускается составлять двумя способами: с разделением на краткосрочные и долгосрочные активы и обязательства, что схоже с российскими стандартами; без такого разделения, но в порядке уменьшения или увеличения ликвидности.

В соответствии с ПБУ 6/01 Основные средства - это актив, не предназначенный для продажи. На практике организации нередко используют основное средство, например, в производстве, а затем продают его. Как отражать в отчетности такие активы? Рассмотрим наглядно, сравнив российскую и международную практики.

Таблица 1

Сравнение российской и международной практик

РСБУ	МСФО
<p>В ПБУ не говорится. Как правило, бухгалтеры учитывают их в качестве ОС вплоть до момента продажи</p>	<p>Для подобной ситуации международной практикой предусмотрен стандарт МСФО (IFRS) 5 "Долгосрочные активы, предназначенные для продажи, и прекращенная деятельность", согласно которому внеоборотные активы (в частности, основные средства), которые компания использовала в своей деятельности, а затем решила продать, признаются как отдельный вид оборотных активов - долгосрочные активы, предназначенные для продажи, при соблюдении условий: он готов для немедленной продажи в его текущем состоянии на обычных условиях; его продажа в высшей степени вероятна. Активы, предназначенные для продажи, не амортизируются. В отчете о финансовом положении они признаются по наименьшей из двух величин: балансовой стоимости и справедливой стоимости за вычетом расходов на продажу</p>

При сравнении стандартов учета нельзя не сказать про общепринятые принципы бухгалтерского учёта (англ. Generally Accepted Accounting Principles, GAAP) - национальные стандарты бухгалтерского учёта, применяемые в каждой стране, в соответствии с национальным законодательством. Как правило, используются национальные стандарты США (US GAAP).

Самое очевидное отличие в отчетности, составленной по международным стандартам и GAAP касается представления информации в балансе. А именно в балансе, подготовленном, опираясь на международные правила, активы и обязательства отражаются либо по убывающей ликвидности, либо по убывающей срочности. Иначе говоря, актив баланса всегда начинается с внеоборотных активов (основных средств и нематериальных активов), а заканчивается денежными средствами на счетах и в кассе предприятия. В пассиве сначала указываются статьи капитала, после - долгосрочные и краткосрочные обязательства. Баланс, составленный по GAAP, наоборот начинается с самых ликвидных активов -денежных средств - и заканчивается основными средствами, далее следуют краткосрочные обязательства, долгосрочные обязательства, капитал.

Представление сравнительной информации тоже считается отличительным аспектом МСФО и GAAP. Согласно международным стандартам представление сравнительной информации за предшествующий период носит обязательный характер в отличие от требований GAAP.

Что касается отражения финансовых последствий и денежных потоков от чрезвычайных событий, повторения которых не ожидается в будущем в МСФО и GAAP также наблюдается различие, по которому в МСФО отдельное представление таких запрещено, так как информация раскрывается непосредственно в Отчете о финансовом положении и Отчете о совокупном доходе, в GAAP - отдельной строкой в Отчете о доходах и Отчете о движении денежных средств.

По правилам GAAP и МСФО все проценты по заемным средствам, уплаченные в течение отчетного периода, отражаются в Отчете о движении денежных средств, но GAAP отражает их как часть операционной деятельности предприятия, тогда как в МСФО и РСБУ проценты по займам распределяются между операционной, инвестиционной и финансовой деятельностью в соответствии с непосредственным назначением заемных средств.

При изменении учетной политики международными стандартами предусмотрено внесение корректировок в отчетность предыдущего периода, чтобы добиться сопоставимости данных, когда как в GAAP - все произошедшие изменения отражаются в отчетности непосредственно того периода, в котором произошли изменения.

Аналогичны подходы и при изменении метода начисления амортизации основных средств. В соответствии с подходами GAAP результаты отражаются в Отчете о доходах в периоде, когда произошли изменения в методе начисления амортизации.

Например, в декабре 2016 года Компанией А было принято решение об изменении метода начисления амортизации основных средств на линейный с метода уменьшаемого остатка (норма амортизации 20%). На балансе А числилось основное средство, приобретенное и введенное в эксплуатацию в начале 2014 года, первоначальная стоимость

которого 2500 долл. (ликвидационная стоимость равна нулю), а срок использования 5 лет.

Таблица 2

Представление данных на примере МСФО и US GAAP

Показатели	МСФО	US GAAP
1. Балансовая стоимость	2500 - 2500×20% - 2000×20% = 1600 долл.	
2. Амортизационные отчисления за 2016 год	1600/3 = 533 долл.	2500×20% = 500 долл.
3. Остаточная стоимость на 31.12.2016	1600 - 533 = 1067 долл.	2500×20%×2 = 1000
4. Пересмотренная остаточная стоимость	-	1600 - 500 = 1100 долл. 1100 - 1000 = 100 долл.

Выполненные проводки могут выглядеть следующим образом:

Таблица 3

Выполненные проводки на примере МСФО и US GAAP

МСФО	US GAAP
Д-т "Расходы текущего периода" 533 долл. К-т "Накопленная амортизация" 533 долл.	Д-т "Расходы текущего периода" 500 долл. К-т "Накопленная амортизация" 500 долл. Д-т "Накопленная амортизация" 100 долл. К-т "Нераспределенная прибыль" 100 долл.

Нераспределенная прибыль определяется как излишне начисленная амортизация.

Относительно затрат по заемным средствам согласно МСФО у предприятия есть два варианта, а именно организация может их капитализировать или отнести на расходы текущих периодов. GAAP США к затратам по заемным средствам относит только проценты по кредитам, которые должны капитализироваться в соответствии с установленным порядком.

Помимо вышеперечисленных различий в учете по МСФО и GAAP следует отметить отличие в требованиях к формированию Отчета о движении денежных средств, сводной финансовой отчетности, промежуточной отчетности, ведению учета и отражению в отчетности налогов, доходов, заемных средств, инвестиций в недвижимость и т. д.

Сравнивая подходы по ведению бухгалтерского учета можно сделать вывод, что требования GAAP более четкие и однозначные, чем стандарты международного уровня, которые являются более гибкими. При выборе стандартов финансовой отчетности необходимо определиться с целями составления отчетности.

Если компания планирует размещать свои акции на Нью-Йоркской фондовой бирже, то очевидным будет использование GAAP US. В иных случаях российским компаниям целесообразнее использовать МСФО.

Касаемо международных и российских стандартов бухгалтерского учета и отчетности можно сказать, что сближение двух систем очевидно. Результатом данного процесса

станет более легкой и доступной для понимания и составления отчетности по международным стандартам российскими компаниями, что позволит им в полной мере использовать широкие возможности, предлагаемые международными рынками капитала.

1. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 18 "Выручка" : приложение N 10 к Приказу Министерства финансов РФ от 28.12.2015 N 217н. URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=202428#0>.

2. Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS) 15 "Выручка по договорам с покупателями" : приложение N 5 к Приказу Министерства финансов РФ от 27.06.2016 N 98н. URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=201985#0>.

3. Новый стандарт по выручке МСФО (IFRS) 15 / Ин-т проблем предпринимательства. URL: www.ipnou.ru/article.php?idarticle=013417 (дата обращения: 07.09.2017).

4. МСФО и GAAP: принципиальные различия. URL: <https://fd.ru/articles/12994-msfo-i-gaap-ssha-printsipialnye-otlichiya>.

5. Наумова О.А., Степина О.Е. Проблемы применения показателей финансовых результатов, сформированных по МСФО в экономическом анализе // Тенденции развития современного общества: экономико-правовой аспект : сб. науч. тр. междунар. науч.-практ. конф. 2016.

6. Москалева М.Б. Влияние применения МСФО на прозрачность российских компаний // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2014. № 1 (111).

7. Кривцов А.И. Внедрение и развитие внутреннего контроля в условиях конвергенции российских и международных стандартов финансовой отчетности // Вестник Самарского государственного университета путей сообщения. 2012. № 2 (16). С. 131-137.

8. Кривцов А.И., Шнайдер В.В., Елшанская Д.А. Инвестиционный анализ в развитии деятельности коммерческих организаций : монография. Самара : СамГУПС, 2011. 159 с.

9. Кривцов А.И. Справедливая стоимость инвестиционного капитала // Вектор Науки. Тольятти, 2010. № 3. С. 38-41.

10. Кривцов А.И. Основные методы анализа рисков финансово -хозяйственной деятельности организации // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2014. № 7 (117). С. 91-98.

CURRENT STATUS OF INTERNATIONAL ACCOUNTING IN RUSSIA

© 2017 Kopytina Yana Vadimovna

Undergraduate

Samara State University of Economics

E-mail: jana.kopytina@yandex.ru

Keywords: International Financial Reporting Standards, Russian Accounting Standards, US GAAP, Accounting Statements.

The article is devoted to a comparative analysis of international approaches to accounting and reporting with Russian and national standards. The author considers the most significant differences, reinforcing them with examples from practice.

ГЛОБАЛИЗАЦИЯ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ: СУЩНОСТЬ, ФАКТОРЫ, НАПРАВЛЕНИЯ

© 2017 Корнишина Анастасия Михайловна
студент

© 2017 Трубецкая Ольга Вениаминовна
кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: kornishina.nastjuha@rambler.ru, tolgatrub@gmail.com

Ключевые слова: глобализация, мировая экономика, Китай, международные отношения, экспорт, национальная экономика РФ, макроэкономические показатели, импорт, ВВП, ВВП, госбюджет, конкурентоспособность, экономическое развитие, постиндустриальное общество.

Рассматриваются теория и практика такого экономического явления, как глобализация экономики. Изменение формата внешнеторгового сотрудничества России и Китая в контексте быстро растущего азиатского вектора мировой экономики, вовлечение в глобализационный процесс России и формирование национальной инновационной экономики являются актуальными и своевременными, способствующими решению важнейшей народнохозяйственной задачи, а также повышению значимости нашей страны в мировом сообществе.

Глобализация является качественно новой стадией развития мирового экономического хозяйства, высшей стадией интеграции, объективным процессом для создания единого мирового рынка товаров, услуг и обмена информации. Она влияет на сближение взаимодифференцированных экономических пространств на основе регионализации, взаимодействие экономических институтов таких, как транснациональные корпорации, транснациональные банки и многонациональные компании, которые являются крупными международными структурами¹.

Влияние глобализации на экономику России стало особенно значительным после ее вступления во Всемирную Торговую Организацию в 2012 году, которая в свою очередь имеет противоречивые тенденции.

Российская экономика достаточно глубоко интегрирована в мировое экономическое пространство. Наиболее представительным показателем вовлеченности страны в мировое хозяйство является уровень открытости, измеряемый как соотношение внешнеторгового оборота к ВВП. Для нашей экономики в 2013 г. это 33,52% (по паритету покупательской способности) против приблизительно 36% в 2011-м². Это позитивная тенденция, поскольку до недавнего времени данный показатель был на уровне выше 40%. Указанный тренд - свидетельство снижения зависимости национального хозяйства в условиях нарастающей кризисности мировой экономики от внешних условий хозяйствования.

Глобальная неустойчивость развития мирового хозяйства оказывает существенное воздействие на функционирование национальной экономики России в связи с преобла-

данием в ее структуре сырьевой ориентации. Эффективное национальное хозяйство должно обладать свойствами, которые амортизируют негативное воздействие факторов глобального хозяйства, обеспечивая поступательность его функционирования для решения внутренних социально-экономических задач и реализации комплекса национальных ценностей и приоритетов. Особенно ощутима для национального хозяйства высокая степень зависимости от внешнеторгового фактора в формировании уровня доходов бюджета России в современных условиях, поскольку переход к многополярности обостряет противоречия на нефтяном и газовом мировых рынках, усиливая противостояние реальных и потенциальных контрагентов. В этом случае существенно возрастает значение развития внутреннего рынка и наличия внутренних ресурсов инвестирования для стимулирования внутреннего потребления, в том числе минеральных ресурсов.

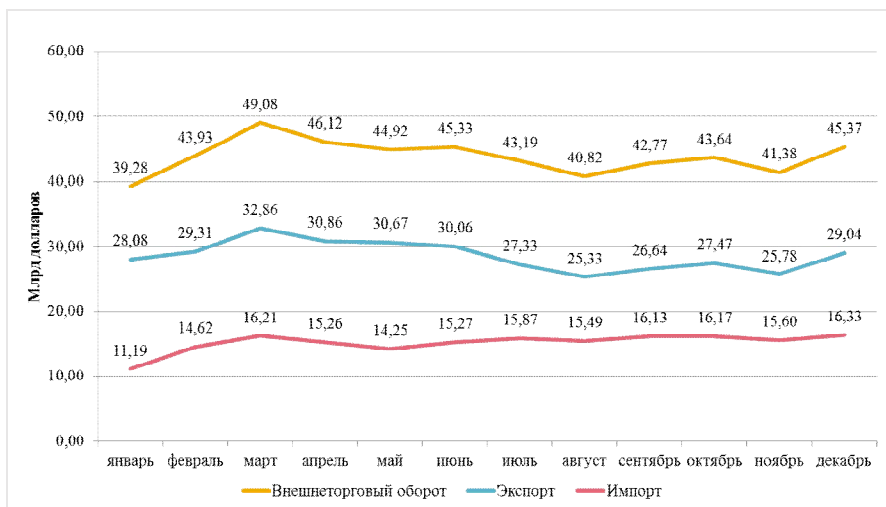


Рис. 1. Динамика внешней торговли России в декабре-январе 2015 г.

Наибольшее снижение показателей внешней торговли было зафиксировано в январе 2015 г. - именно тогда наблюдался резкий спад цен на нефть и снижение курса рубля. В отличие от динамики прошлых лет, когда заметный прирост торговли наблюдался летом и осенью, в 2015 году этого не произошло. Ухудшение конъюнктуры на нефтяном рынке и еще большая девальвация свели на нет торговую активность и поставки сезонных товаров.

После низких показателей ВТО в январе 2015 года в марте его значения увеличились почти на 10% и составили 49,08%. Такое же увеличение значения можно проследить в экспорте товаров, а в импорте товаров показатели с марта по декабрь 2015 года практически не изменялись и варьировались от 15,21% до 16,33%. При сравнении импорта и экспорта товаров можно заметить, что в течении 2015 года показатели экспорта тоже оставались на низких позициях, а показатели импорта были почти неизменными³.

К середине 2017 года ожидается стабилизация инвестиционной активности. В 2018 году рост инвестиций возобновится. Среднегодовой прирост инвестиций в 2018 - 2019 годах составит 1,3% и будет определяться возможностью наращивания частных инвестиций на фоне сокращения государственных инвестиционных расходов.

ВВП в 2016 году увеличился на 2,6% (99,8%), по сравнению с 2015 годом (97,2%). Расходы на конечное потребление таких секторов, как: домашнее хозяйство, гос. управление в 2016 году увеличились, что сказалось на валовом накоплении, достигнувшее 103,3%. Но экспорт снизился на 1,4%, в то время, как доля импорта возросла на 20,5%.

Для достижения целевых параметров социально-экономического развития требуется проведение значительных структурных преобразований в рамках бюджетной политики, предполагающих наряду с оптимизацией и повышением эффективности, рост производительных расходов, обеспечивающих макроэкономическую эффективность бюджетных расходов.

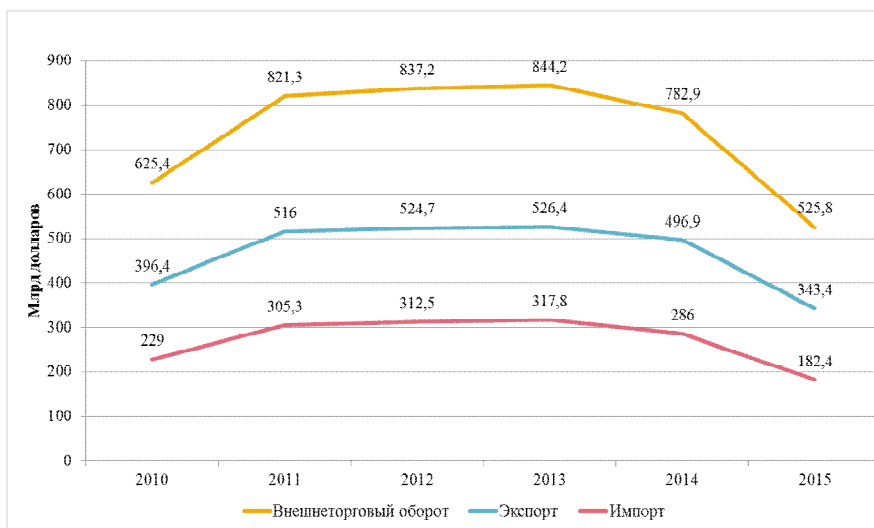


Рис. 2. Динамика внешней торговли России в 2010-2015 гг.

По данным таможенной статистики, в январе - декабре 2015 года внешнеторговый оборот России составил 530,4 млрд. долларов, сократившись по сравнению с 2014 годом на 33,2%.

Показатели в 2015 году стали самыми низкими за последние пять лет. Экспорт России составил 343,4 млрд. долларов, сократившись на 31,1 млрд. долларов, а импорт 182,4 млрд. долларов, снизившись на 36,7 млрд. долларов.

По данным Росстата промышленное производство в России упало более чем на 4%, а по отдельным товарам и на все 25-30%.

Несмотря на то, что в 2015 году был провозглашен курс на активизацию торговли со странами постсоветского пространства, а также дальнейшее развитие ЕАЭС, торговля с государствами СНГ значительно сократилась - на 30% по экспорту и на 27% по импорту.

ту. Из-за сильной экономической зависимости от России экономики стран Содружества также ощутили на себе негативный эффект. Кроме того, в 2015 году наметилось снижение не только цен на нефть, но и многих других ресурсов, в том числе черных и цветных металлов. Все это привело к сокращению производства в большинстве государств и падению показателей. Немаловажную роль сыграло и сокращение спроса на товары стран Центральной Азии со стороны основного покупателя - Китая. Торговля с Китаем рухнула почти на 30% до 63,6 млрд. долларов.

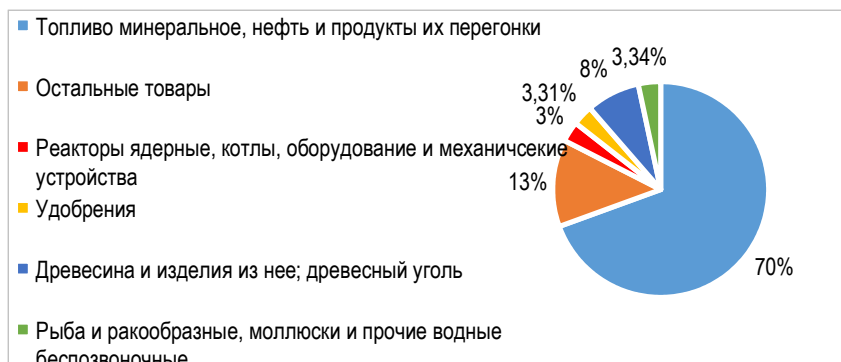


Рис. 3. Товарная структура российского экспорта в Китай в 2015 г.

Можно сделать вывод о том, что Россия, обладая гигантским разнообразием и количеством ресурсов, использует свой потенциал менее чем на 20%, в то время, как более развитые страны - на 70 - 80%. Это означает о необходимости внедрения новых технологий. Также необходимы системные экономические преобразования, принципиально новые модели развития экономики, что позволит повысить уровень развития и влияния нашей страны на мировой арене.

Не стоит забывать, что интеллектуальный капитал тоже играет важную роль в глобализационных процессах, что дает преимущество России. Но необходимо начать следовать законам управления инновациями, используя успешный опыт Китая. России необходимо не только заимствовать высокие технологии, ресурсы у развитых стран, но и активно продвигать за рубеж свои собственные технологические решения, например, в сельском хозяйстве, медицине и других областях.

Доля России во внешнеторговом обороте немного превышает 1%, отечественная конкурентоспособная готовая продукция не занимает лидирующих мест в экспорте, и только лишь по некоторым акциям предприятий и товарам топливно-сырьевой группы пользуется спросом участников мирового рынка. Однако роль России в глобальной экономике может возрасти, благодаря выгодному географическому положению на двух континентах, преобладанием природных ресурсов и значительный научно-интеллектуальный и промышленный потенциал.

Очередные задачи, которые необходимо решить России, таковы: успешно и в ускоренном режиме пройти все основные ступени развития внутренней экономики рыночного типа с разумной долей государственного регулирования; восстановить разрушенные

экономические межрегиональные связи; наладить взаимодействие с промышленно развитыми и развивающимися странами, международными экономическими блоками и группировками; добиться установления стабильного политического режима; создать благоприятный климат для иностранных инвестиций; проводить активную внешнеторговую политику; развивать производства, ориентированные на экспорт; способствовать развитию производства без использования импортных материалов и составляющих; обеспечить развитие научно-технической мысли.

Таким образом, в качестве основных проблем развития экономики России можно сделать акцент на следующих факторах: чрезмерная зависимость страны от импорта товаров, включая инвестиционные товары для развития реального сектора; низкая доля долгосрочных инвестиций в ВВП и неблагоприятные условия ведения бизнеса.

Для России возможны два направления активной интеграции в мировую экономику: традиционное - сырьевое и наукоемкое, связанное с использованием высоких технологий. Они взаимодополняют друг друга, из чего следует, во-первых, что Россия богата природными ресурсами, во-вторых, она должна развивать на долгосрочную перспективу наукоемкое производство, обеспечивать рациональные структурные сдвиги в экономике, соответствующие постиндустриальному обществу.

¹ Новокшонова Л.В., Горбунова М.Л. Международные экономические отношения. М., 2017. С. 23-24.

² Рассчитано по: <http://www.cia.gov/library/publucations/the-word-factbook/geos/rs.html>.

³ Российский статистический ежегодник, 2016. М. : Росстат, 2017.

GLOBALIZATION OF THE WORLD ECONOMY: ESSENCE, FACTORS, DIRECTIONS

© 2017 Kornishina Anastasia Mikhailovna
Student

© 2017 Trubetskaya Olga Veniaminovna
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Samara State University of Economics

E-mail: kornishina.nastjuha@rambler.ru, tolgatrub@gmail.com

Keywords: globalization, the world economy, China, international relations, exports, the national economy of the Russian Federation, macroeconomic indicators, imports, GNP, GDP, state budget, competitiveness, economic development, post-industrial society.

This article examines the theory and practice of such an economic phenomenon as the globalization of the economy. Changing the format of foreign trade cooperation between Russia and China in the context of the fast-growing Asian vector of the world economy, involving Russia in the globalization process and the formation of a national innovative economy is timely and timely, contributing to the solution of the most important national economic task of increasing the importance of our country in the world community.

ВЛИЯНИЕ ТЕХНИКО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ НА СЕБЕСТОИМОСТЬ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

© 2017 Котова Ольга Сергеевна

магистрант

© 2017 Абрамичева Кристина Дмитриевна

магистрант

© 2017 Заступов Андрей Владимирович

кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: kotova.olechka2013@yandex.ru, kristi_574784@mail.ru, oiler79@mail.ru

Ключевые слова: себестоимость, производство, продукция, факторы, затраты.

Представлены основные направления снижения себестоимости продукции на предприятии. Дана характеристика внутренних и внешних факторов, оказывающих влияние на изменение себестоимости продукции предприятия.

Себестоимость является важнейшим обобщающим показателем, характеризующим экономическую сторону деятельности предприятия. Основными факторами, определяющими величину себестоимости и производительности труда, являются объем продукции, техническое оснащение, степень его использования и уровень качественных показателей работы.

Снижение себестоимости продукции - важнейший показатель роста прибыли и повышения эффективности производства. Основные направления снижения себестоимости¹ следующие:

- снижение расходов на заработную плату;
- уменьшение энергетических и материальных затрат;
- сокращение накладных расходов по управлению производством² и обслуживанию.

Снижение расходов на заработную плату в себестоимости продукции обеспечивается постоянно растущим ростом производительности труда за счет наращивания производства по сравнению с ростом средней заработной платы сотрудников.

Сокращению накладных расходов содействует рост объемов производимой продукции посредством технического перевооружения и реконструкции производства, рационального использования основных фондов, а также снижения численности административно-управленческого персонала и дополнительных рабочих мест посредством усовершенствования управления и обслуживания производства.

На уменьшение себестоимости продукции влияет ряд важнейших внутренних и внешних технико-экономических факторов. Изучение их влияния при планировании уменьшения себестоимости помогает установить связь между изменениями в техническом уровне и организации производства и себестоимостью продукции³.

Наибольшее влияние на изменения и уровень себестоимости продукции оказывают факторы повышения технического уровня производства: использование новых видов

сырья, совершенствование действующих, а также внедрение новых передовых технологий и оборудования, механизации и автоматизации производственных процессов и т. п.

Внедрение нового оборудования и технологий повышает уровень автоматизации производства и механизации труда, что существенно влияет на рост производительности труда и, таким образом, на снижение затрат на заработную плату в себестоимости продукции. Большие резервы для снижения себестоимости с помощью этих факторов имеются на погрузо-разгрузочных, складских и других вспомогательных работах, являющихся наиболее трудоемкими на нефтехимических предприятиях⁴.

Сильное влияние на снижение себестоимости оказывают факторы модернизации условий производства и труда: модернизация управления производством, повышение норм обслуживания и увеличение зон обслуживания, уменьшение потерь рабочего времени, повышение качества организации материально-технического снабжения, снижение потерь от брака и т. п.

С предыдущими группами внутренних факторов тесно связаны факторы увеличения объема изготавливаемой продукции и смены структуры производственной программы. Увеличение объема изготавливаемой продукции приводит к снижению накладных (условно-постоянных) расходов в себестоимости единицы продукции и является важным резервом⁵ для ее уменьшения. Экономия накладных расходов достигается непосредственно по месту их возникновения, т. е. в цеховом или заводском масштабе. Изменение в структуре производимой продукции (ассортимент, номенклатура) приводит к изменению себестоимости всей продукции, но не влияет на себестоимость единицы продукции.

Вместе с внутренними факторами на изменение себестоимости продукции влияют также и внешние факторы (изменение норм амортизации, цен и тарифов на потребляемые топливо и энергию, ставок зарплат и т.д.). Все названные технико-экономические факторы используются при планировании уменьшения себестоимости.

В последнее время просматривается тенденция к увеличению затрат на изготовление и реализацию продукции⁶. К росту себестоимости приводят повышение стоимости материалов, сырья, оборудования, машин, топлива, электроэнергии, увеличение процентных ставок по кредитам, рост тарифов на транспортные услуги, повышение затрат на рекламу, представительские расходы. Повышается объем амортизационных отчислений, в том числе из-за переоценки основных фондов и введения индексации. Большую роль играет увеличение удельного веса зарплаты в системе затрат в условиях либерализации цен и высокой социальной напряженности. В то же время повышаются отчисления в пенсионный фонд, на социальное и медицинское страхование, на различные компенсационные выплаты. Все это впоследствии обуславливает очередной виток инфляции.

¹ Долгих Т. Бухгалтерский учет и анализ затрат и себестоимости готовой продукции. М. : LAP Lambert Academic Publishing, 2013. 240 с.

² Заступов А.В. Механизмы экономического стимулирования в обеспечении процесса нефте-ресурсосбережения // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2008. № 4 (42). С. 39-44.

³ Бабаев Ю.А. Учет затрат на производство и калькулирование себестоимости продукции (работ, услуг) : учеб.-практ. пособие. 3-е изд., испр. и доп. М. : Вуз. учеб. : Инфра-М, 2014. 188 с.

⁴ Заступов А.В. Тенденции состояния и перспективы развития российского нефтегазового сервиса в современных рыночных условиях // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 2 (100). С. 41-47.

⁵ Медведев В.К., Заступов А.В. Эколого-экономические аспекты эффективности ресурсоотдачи механизма природопользования в нефтяном хозяйстве // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2006. № 2 (20). С.136-142.

⁶ Исаева Н.И. Механизм управления затратами на промышленных предприятиях // Экономика и современный менеджмент: теория и практика. 2015. № 5 (49). С. 112-116.

INFLUENCE OF TECHNICAL AND ECONOMIC FACTORS ON COST OF PRODUCTS OF THE ENTERPRISE

© 2017 Kotova Olga Sergeevna

Undergraduate

© 2017 Abramicheva Kristina Dmitrievna

Undergraduate

© 2017 Zastupov Andrey Vladimirovich

Candidate of Economics, Associate Professor

Samara State University of Economics

E-mail: kotova.olechka2013@yandex.ru, kristi_574784@mail.ru, oiler79@mail.ru

Keywords: prime cost, production, production, factors, expenses.

The main directions of decrease in product cost at the enterprise are presented. The characteristic of the internal and external factors exerting impact on change of cost of products of the enterprise is given.

УДК 338

РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ ФОРМИРОВАНИЯ ТОРГОВЫХ СЕТЕВЫХ СТРУКТУР

© 2017 Крючкова Наталья Александровна

кандидат экономических наук, доцент

© 2017 Варенцов Александр Дмитриевич

магистрант

Самарский государственный экономический университет

E-mail: kryuchkova_n.a@bk.ru, varentcovaleksandr@gmail.com

Ключевые слова: торговые сети, ритейл, розничная торговля, розничная сетевая торговля.

Представлен анализ объема розничной торговли, рассмотрена динамика выручки FMCG по Самарской области, определены лидеры данного сегмента в регионе.

По данным департамента потребительского рынка администрации Самары, совокупный оборот розничного ритейла в городе за 2014 г. увеличился на 12,5% и к началу 2016 г. достиг

уровня в 134,8 млрд руб. При этом местные эксперты оценивают годовой оборот только продовольственного ритейла приблизительно в 53 млрд руб. Доля оборота розничных торговых сетей в общем объеме оборота розничной торговли по Самарской области представлена на рис. 1.

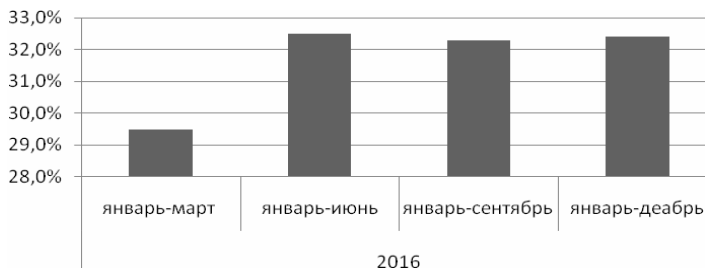


Рис. 1. Доля оборота розничных торговых сетей в общем объеме оборота розничной торговли по Самарской области

Из рисунка видно, что торговые сети самарской области занимают порядка 30% от общего оборота розничной торговли в России¹.

Аналитический обзор рынка розничной сетевой торговли Самарской области свидетельствует, что ретейлеры представлены 4 видами сетей по критерию территориальной принадлежности:

- 1) Международные сети; (ООО "Ашан", ООО "Метро Кэш энд керри)
- 2) Федеральные сети; (X5RetailGroupNV, АО "Тандер")
- 3) Региональные сети; (Пеликан)
- 4) Локальные сети; (ООО "Дикси")

Доля основных ретейлеров Самарского региона в общем объеме оборота розничной торговли представлена на рис. 2.

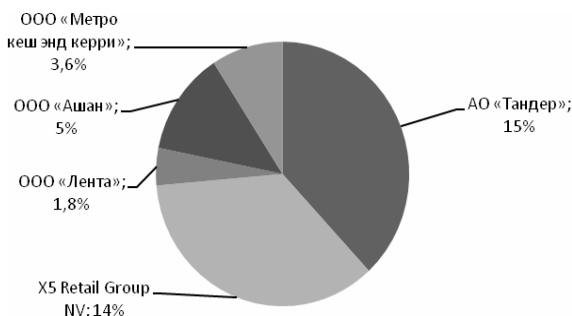


Рис. 2. Доля товарооборота основных ретейлеров Самарской области

Из рисунка видно, что самую большую долю занимает АО "Тандер" (15%), второе место занимает X5 RetailGroupNV (14%), ООО "Ашан" (5%), ООО "Метро кеш энд керри" (3,6%), ООО "Лента" (1,8%).

Далее рассмотрим динамику выручки FMCG по Самарской области.

Динамика выручки FMCG по Самарской области

Название сети	Выручка, млрд руб.		Темп роста
	2015	2016	
АО "Тандер"	195	245	25%
X5 Retail Group NV	184	225	22%
ООО "Лента"	65,5	77	17%
ООО "Ашан"	62	74	19%
ООО "Метро кеш энд керри"	34	39	14%

Из таблицы видно, что по сравнению с 2015 годом имеется прирост в выручке у АО "Тандер" (25%), X5 RetailGroupNV (22%), ООО "Лента" (17%), ООО "Ашан" и ООО "Метро кеш энд керри" (19%) и (14%) соответственно.

Что касается доли рынка, основные позиции занимают "Магнит" (52,83%) и "Х5" (43,62%). Доля остальных конкурентов, незначительна. Это связано в первую очередь с местом происхождения компаний. ООО "Метро кеш энд керри" и ООО "Ашан" - это зарубежные компании и их основное место расположение торговые центры или же крупные гипермаркеты, данный формат не сильно конкурентоспособен с форматом "У дома" основная часть которого реализована в АО "Тандер" и X5 RetailGroup NV². Что касается ассортимента, в целом оно похоже. Исходя из всего выше сказанного можно сделать вывод, что лидером среди сетей розничной сетевой торговли является "Магнит", что подтверждает основная стратегия предприятия - максимальное увеличение присутствия на рынке продовольственных товаров.

¹ Чернова Д.В., Крючкова Н.А., Туренко А.А. Тенденции развития логистической инфраструктуры автомобильного и железнодорожного транспорта // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2014. № 12 (122). С. 108-113.

² Крючкова Н.А., Варенцов А.Д. Тенденции развития ретейлинга в России // Сборник научных и научно-методических статей. Самара, 2016. С. 184-189.

REGIONAL ASPECT OF FORMATION OF TRADING NETWORK STRUCTURES

© 2017 Kryuchkova Natalia Aleksandrovna

Candidate of Economics, associate professor

© 2017 Varentsov Alexander Dmitrievich

Undergraduate

Samara State University of Economics

E-mail: kryuchkova_n.a@bk.ru, varentcovaleksandr@gmail.com

Keywords: retail chains, retail, retail, retail network trade.

The analysis of the retail trade volume is presented, the dynamics of the FMCG revenue in the Samara region is considered, the leaders of this segment in the region.

ОСОБЕННОСТИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В РОССИЙСКИХ КОМПАНИЯХ

© 2017 Кудрина Наталья Геннадьевна

студент

© 2017 Мантуленко Валентина Вячеславовна

кандидат педагогических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: mantoulenko@mail.ru

Ключевые слова: стратегическое управление, стратегическое планирование, анализ сильных и слабых сторон, риски.

Статья посвящена анализу особенностей стратегического планирования российских компаний в современных условиях, в процессе которого были также изучены некоторые трудности реализации стратегического управления в российских реалиях и обоснована важность такого этапа стратегического планирования, как анализ сильных и слабых сторон организации.

Актуальность изучения проблем стратегического планирования в первую очередь определяется нестабильностью условий работы многих организаций. Успешно функционирующие на рынке компании быстро адаптируются к "турбулентной" рыночной среде. Другие не достаточно хорошо организованы и информированы в тех или иных сферах своей деятельности, в связи с чем они чаще всего проводят политику, не соответствующую их собственным возможностям и существующих во вне ограничений¹.

Неподготовленность руководителей таких компаний к принятию экономически обоснованных решений, разработке грамотной предпринимательской стратегии ведет к разрушению налаженных хозяйственных связей, невыполнению обязательств, снижению инвестиционной и инновационной активности компании.

В целом, существующие проблемы в сфере стратегического планирования деятельности можно разделить на три группы: концептуальные, системные и маркетинговые.

Первая группа проблем связана с определением методологической основы, на которой будет базироваться концепция стратегического планирования. К ним можно отнести трудности выбора аналитической базы для проведения оценки деятельности организации и определения присущего ей типа предпринимательской культуры.

Проблемы второй группы включают трудности системного описания объекта стратегического планирования, его внешней среды, способов оценки и выбора наиболее приемлемых вариантов развития. Среди них можно выделить такие проблемы, как невозможность оценки возможных стратегических альтернатив, проблема всестороннего анализа текущего положения организации, определения актуальных вызовов.

Маркетинговые проблемы обусловлены необходимостью решения задачи, связанной с оценкой реального положения дел на рынке (среди них: психологическая неготов-

ность к сбору информации о рынке, конкурентном положении организации, проблема сочетания качественных и количественных показателей в процессе целеполагания).

Многие из существующих проблем, которые возникают в процессе стратегического планирования можно разрешить заблаговременно, если руководство организации перед выбором того или иного варианта стратегического развития, прежде всего, ответит на вопрос, есть ли необходимость в таком типе планирования в условиях данной конкретной компании. По мнению некоторых исследователей, стратегическое планирование целесообразно только в случае, если организация функционирует в условиях достаточно сложной и изменчивой внешней среды. Если же внешняя среда относительно стабильна, то компании может быть достаточно разрабатывать только оперативные планы, среди них и долгосрочные плановые документы².

Как правило, выбор стратегического или оперативного (долгосрочного) вида планирования определяется, прежде всего, типом культуры, присущей конкретной организации. Стратегический тип культуры подразумевает, что стратегический анализ будет проводиться в специальном подразделении компании, там же будут разрабатываться обоснованные управленческие решения в виде тех или иных вариантов стратегического плана. Именно из этих альтернативных решений руководство организации выберет наиболее приемлемый с его точки зрения.

Оперативный же тип культуры предполагает выработку плана специальным отделом экономического планирования, при этом плановый документ детализируется по годам и сопровождается списком мероприятий для достижения плановых показателей и другими подразделениями компании.

Таким образом, посредством определения господствующего в компании типа культуры организация решает проблему выбора методологии планирования: в одном случае базой разработки планов становятся требования внешней среды, в другом случае - имеющиеся в компании отчеты и разрабатываемые прогнозы.

При выборе методологии стратегического планирования важно учитывать некоторые особенности и трудности процесса стратегического управления организацией в российских условиях, к числу которых можно отнести следующие:

- проблема выбора того или иного направления развития (несмотря на ограниченное число целей, которое, как правило, ставит перед собой компания, при определении способов и средств их достижения есть варианты, которые чаще всего выбираются организациями на основе готовых и всем известных решений в этой области, которые, однако, не связаны с реальными условиями функционирования компании, особенностями её деятельности на тех или иных направлениях);

- подход к разработке и реализации стратегии (общеизвестно, что относительно стабильная экономика и высокая прозрачность деятельности многих западных компаний дают им возможность оценивать качества реализации разработанной стратегии по ряду параметров, и поэтому основной упор делается на реализацию корпоративной стратегии; аналогичный подход, используемый отечественными компаниями, не учитывает специфику связности двух стратегий (корпоративной и бизнес-стратегии) для отечественных организаций, которая, прежде всего, проявляется в том, что недооцененный или неучтенный потенциал компании может коренным образом изменить мнения о принятой и, казалось бы, успешной корпоративной стратегии);

- понимание различий между долгосрочным и стратегическим планированием (между тем, главное различие между данными видами планирования состоит в трактовке будущего: так в системе долгосрочного планирования предполагается, что можно предсказать те или иные тенденции будущего путем экстраполяции сложившихся тенденций роста, изменений динамики финансовых показателей компании; показатели, которых необходимо достигнуть при долгосрочном планировании, - это цель, в системе стратегического управления - это ориентир; кроме того, концепция стратегического управления вовсе не обязательно предполагает, что будущее должно быть лучше прошлого, здесь скорее идет о том, что достижение поставленных целей возможно в процессе выбора на каждом отрезке времени тех или иных альтернатив, которые позволяют добиться желаемых результатов с максимальным эффектом);

- (не)согласованность стратегии по вертикали (традиционно процесс разработки стратегии предусматривает прохождения нескольких этапов, при этом последовательность разработки стратегического плана, как правило, представляют следующим образом: разработка миссии и целей, анализ внешней среды, оценка сильных и слабых сторон, анализ стратегических альтернатив, выбор, реализация и оценка стратегии; однако, довольно часто продуманная и принятая руководством стратегия развития оказывается неудачной, как только компания подходит к её реализации, поскольку чаще всего непосредственные исполнители стратегии, люди, получившие некоторую целевую установку (понятную на высоком уровне) и привыкшие иметь дело с вполне конкретными техническими, технологическими параметрами, не понимают, каким образом необходимо приступить к реализации намеченного плана);

- (не)устойчивость принятых стратегических планов (нередко хорошо проработанный план стратегического развития не работает при первых изменениях транспортных тарифов, тарифов на энергетику, изменениях в структуре поставщиков и условий их работы, а также на фоне вновь открывающихся возможностей);

- организационная сторона стратегического управления (данный аспект может рассматриваться как с точки зрения организационной структуры компании вообще, так и с точки зрения подразделения стратегического управления: с одной стороны, анализ актуальных тенденций развития систем управления организацией показывает, что сегодня появляется все больше и больше методик, учитывающих как финансовые, так и нефинансовые показатели, поскольку на современном этапе экономического развития очевидно, что управление компанией только на основе финансово-экономических показателей не является эффективным, поскольку остаются незадействованными такие ключевые компоненты деятельности, как использование новых технологий, интеллектуального и инновационного потенциала; с другой стороны, стратегические планы часто разрабатываются группой от 3 до 5 человек и принимаются руководством, собственниками компании, не чаще раза в год; однако, однажды разработав план, группа, как правило, остается незадействованной в дальнейшем);

- (не)совместимость стратегического и оперативного планирования (как правило, методики планирования, за исключением подходов на основе стратегического планирования, требуют обработки дополнительной информации и отдельного учета, если это возможно)³.

В данных условиях процесс стратегического планирования в российской реальности также обусловлен некоторым набором трудностей, к числу которых П.В. Магданов относит в частности следующие:

- неготовность руководства организации к реализации процесса стратегического планирования;
- малая или формальная заинтересованность руководства в наличии стратегического плана как документа;
- неправильная организация процесса стратегического планирования;
- низкая эффективность оперативного планирования и контроля;
- административная зависимость отдела стратегического планирования;
- неверная организация взаимодействия с внешними консультантами;
- отсутствие стратегического контроля⁴.

Перечисленные проблемы реализации стратегического планирования в российских компаниях подчеркивают важность обращения к такому инструменту стратегического планирования, как анализу сильных и слабых сторон организации. Чтобы успешно функционировать в условиях рынка, необходимо проводить анализ слабых и сильных сторон по многим критериям оценки, которые должны быть сгруппированы по сферам ответственности компании.

Данный анализ позволит в первую очередь выявить и реалистично оценить угрозы, риски, имеющиеся проблемы, чтобы обеспечить безопасность деятельности и дальнейшее устойчивое развитие организации. Важнейшая предпосылка снижения вероятных угроз и решения имеющихся проблем - это, прежде всего, своевременное выявление слабых сторон, представляющих опасность для компании.

Результаты такого анализа образуют базу для совершенствования деятельности организации. Они показывают, следует ли менять существующую политику, и каким образом нужно организовать планирование, совершенствовать контроль и регулирование, развивать организационную структуру и модернизировать информационную систему менеджмента, чтобы своевременно информировать руководство об отклонениях от установленных целей.

Исследования показали, что многие компании подвергаются опасностям и рискам, которых могли избежать, если бы своевременно устраняли свои слабые стороны. Другие организации попадают в трудное положение из-за того, что их руководство не предусматривало возникновение возможных рисков при принятии тех или иных управленческих решений и не оценило степень их влияния на экономическую безопасность бизнеса. В некоторых случаях руководство придерживается принятой предпринимательской политики и уже достигнутых результатов, несмотря на то, что давно назрела необходимость коренной трансформации данных аспектов.

¹ Зотова А.С., Мантуленко В.В. Новые ценности как основа устойчивой экономики // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2017. № 2 (148). С. 56-60.

² Воробьев А.Д., Политов Д.Б. Планирование на предприятиях региона: стратегическое и долгосрочное // Экономический анализ: теория и практика. 2009. № 7.

³ Скоромник В. Проблемы организации стратегического управления в России. URL: <http://www.neweconomic.ru/pbl/mf2.html> (дата обращения: 17.09.2017).

⁴ Магданов П.В. Проблемы теории и практики стратегического планирования / Перм. гос. нац. иссл. ун-т. Пермь, 2013. 244 с.

SPECIFIC FEATURES OF STRATEGIC PLANNING IN RUSSIAN COMPANIES

© 2017 Kudrina Natalya Gennadievna
Student

© 2017 Mantulenko Valentina Vyacheslavovna
PhD in Pedagogics, Associate Professor
Samara State University of Economics
E-mail: mantoulenko@mail.ru

Keywords: strategic management, strategic planning, analysis of strengths and weaknesses, risks.

The article is devoted to the analysis of some specific features of strategic planning in Russian companies in the modern conditions, some difficulties in implementing strategic management in Russian realities were also studied and the importance of such a stage of strategic planning as analysis of organization strengths and weaknesses was substantiated there.

УДК 338.4

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПОДХОДОВ К ОЦЕНКЕ СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

© 2017 Кулиева Виктория Константиновна
магистрант

© 2017 Иванова Наталья Вячеславовна
кандидат биологических наук, доцент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: ivanovanv1971@ya.ru

Ключевые слова: услуги, сервис, коммерческая организация, методы оценки уровня обслуживания.

Рассмотрены наиболее популярные в практике коммерческих организаций подходы к оценке их сервисной деятельности. Представлено авторское схематическое изображение процесса анкетирования по методу SERVQUAL и системы сервиса с точки зрения влияния ее элементов на удовлетворенность потребителя.

Система сервиса коммерческой организации, функциональная связь элементов которой обеспечивает полное и своевременное предоставление услуг потребителям, должна учитывать их индивидуальные запросы, обладать соответствующими заданным стандартам качественными и количественными параметрами. Уровень организации сер-

виса, безусловно, является одним из ключевых источников конкурентоспособности коммерческой организации.

Разделение потребителей услуг на внутреннюю группу и внешнюю, дает основание для соответствующего выделения двух основных направлений исследований системы сервиса. Подобное разграничение уровней сервиса предприятия позволяет не только проанализировать множество различных показателей, отражающих качество системы обслуживания потребителей, но и значительно сократить время диагностики многих возникающих в исследуемой системе проблем.

Как отмечает Т.М. Розина, оценка уровня сервиса в организации зависит от субъектов, проводящих исследования, в роли которых могут выступать специалисты предприятия, независимые эксперты, органы контроля и надзоры, ученые, конкуренты и непосредственно, те, кто потребляет услуги - клиенты. В этой связи применяемые методы оценки должны учитывать интересы всех субъектов исследования¹.

Поскольку факторы макросреды крайне динамичны, а требования субъектов внешней и внутренней микросреды обновляются и усложняются, необходимо соответствие исследования системы сервиса принципам системности и непрерывности, наряду с научностью, достоверностью, объективностью и эффективностью.

Рассмотрение и упорядочение множества подходов к оценке качества услуг коммерческой организации требует также определения системы показателей, определяющих уровень сервиса.

Опираясь на содержание ГОСТ ISO 9000-2011, А. Кузьмин утверждает, что качество обслуживания в общем виде можно определить как степень соответствия ее характеристик требованиям стандартов и/или требованиям потребителей (рис. 1)².



Рис. 1. Подходы к оценке качества сервиса исходя из источника требований

Одним из наиболее ценным с точки зрения цели данного исследования источником информации является ГОСТ Р 52113-2014 Услуги населению. Номенклатура показателей качества услуг. Стандарт может служить основой формирования перечня показателей и методологии оценки систем сервиса коммерческих организаций. Так, в соответствии с данным документом показатели услуг можно разделить на две группы с учетом их качественных и количественных характеристик.

Изучение научных публикаций, посвященной проблемам выбора наиболее оптимального метода оценки эффективности системы сервиса, показало, что большинство их авторов отдает предпочтение оценке соответствия ожиданий и впечатлений от полученной услуги.

Модель расхождения качества сервиса (GAP) разработана в 1985 году американскими учеными В. Зейтамль, А. Парасураманом и Л. Берри³.

Уникальность данного метода обусловлена непосредственным общением с потребителями услуг, исключительно в ходе которого возможно узнать как их ожидания от обслуживания, так и реального мнения о фактическом качестве сервиса. Грамотный подход к организации и проведению исследования создает возможности однозначной трактовки результатов и выбора адекватных существующей проблеме решения.

В представленной модели заложено пять вариантов расхождений ожиданий, требований и реального результата различными субъектами:

- 1) различие потребительских ожиданий от качества сервиса и восприятия этих ожиданий менеджментом компании;
- 2) расхождение восприятия ожиданий потребителей руководством коммерческой организации и стандартами, устанавливающими требования к качеству обслуживания;
- 3) степень соответствия реального обслуживания потребителей разработанным стандартам;
- 4) разница между реальным исполнением услуги и заявленным в исходящих коммуникационных посылках;
- 5) расхождение ожиданий клиентов и реального качества сервиса.

Достоинством модели GAP считается ее простота и наглядность, ее способность продемонстрировать поэтапно насколько реализованы ожидания потребителей относительно уровня их обслуживания, а также отразить причины потенциальной неудовлетворенности клиентуры.

Логичным продолжением разработанной модели GAP стала в 1988 году методика оценки качества услуги или так называемый инструмент SERVQUAL (сокр. от Service Quality). В основу методики легли результаты широкомасштабных эмпирических исследований, которые дали возможность уточнить выдвинутые в ходе разработки модели GAP критерии качества услуг.

В отечественном научном поле Э.В. Новаторов первый предпринял попытку показать эффективность применения данного инструмента⁴.

Анкета, заполняемая потребителями, структурирована и состоит из трех разделов, каждый из которых включает 17 вопросов (рис. 2).



Рис. 2. Содержание анкеты, используемой в методике SERVQUAL

SERVQUAL как еще один маркетинговый способ измерить качество обслуживания потребителей посредством их анкетирования и выявления соответствия их ожиданий и восприятия реальной услуги по множеству показателей. Наиболее часто оцениваются показатели надежности, отзывчивости, материальности, убежденности и сочувствия.

Анкета состоит из закрытых вопросов, ответы на которые фиксируются по шкале Лайкерта, когда по 5-балльной системе отмечается степень согласия с содержащимся в вопросе тезисом, от "полностью согласен" до "полностью не согласен".

По окончании опроса проводят расчет коэффициента качества обслуживания и иллюстрируют графически связь этого коэффициента с показателями значимости критериев качества.

Результат анкетирования признается удовлетворительным, когда отрицательное значение коэффициента качества стремится к нулю. В случае же значительного отклонения в отрицательную сторону, качество сервиса коммерческой организации следует считать неудовлетворительным.

При положительном значении показателя можно утверждать, что компания превоспитала ожидания потребителей, удовлетворив их требования сверх ожидаемого качества.

По мнению Н.В. Фадеевой, такая ситуация создается довольно не часто, поскольку редкая организация предоставляет услуги "суперкачества"⁵. Соглашаться с данным утверждением в настоящее время становится все сложнее, поскольку в условиях крайне жесткой конкуренции, организации принимают все возможные усилия, чтобы предложить потребителю больше, чем он ожидает. Однако, следует заметить, что не все усилия руководства по совершенствованию системы сервиса коммерческой организации имеют высокую эффективность. Ряд мероприятий и элементов обслуживания не производят на

потребителя должного впечатления, оставляя его равнодушным. И, наоборот, упускаются из вида некоторые ключевые составляющие сервиса, тогда как отсутствие даже одного из них способно вызвать бурную негативную реакцию клиентов.

Данные размышления автора исследования не претендуют на причастность к научной новизне, однако можно признать правильность их направлений, в соответствии с теорией "нейтральных зон", разработанной Ч. Бернардом, и адаптированной к рынку гостиничных услуг профессорами Е.Р. Кедоттом, Н. Тердженом. Созданная названными учеными типология элементов обслуживания не только создает основу для классификации составляющих систем сервиса и их анализа, но позволяет принимать решения, направленные на усиление или ослабление управленческой активности, связанной с совершенствованием сервисной деятельности коммерческой организации. Изучение положений теории "нейтральных зон" позволило отразить ее сущность схематически (рис. 3).

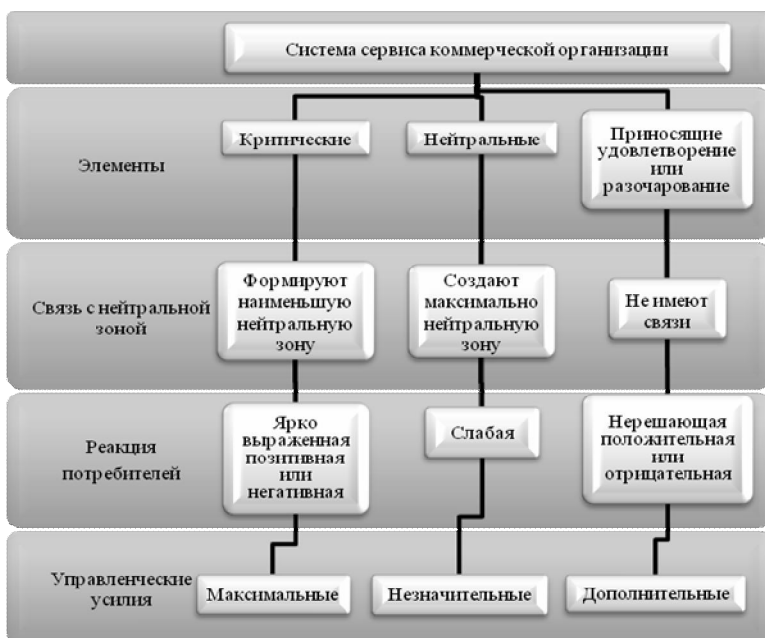


Рис. 3. Элементы системы сервиса с точки зрения их влияния на удовлетворенность потребителя

Обслуживание потребителей, соответствующее их минимальным или обязательным требованиям, и, соответственно, находящееся в "нейтральной зоне", в меньшей степени повлияет на формирование чувства удовлетворенности, в силу восприятия этих элементов сервиса, как нечто должного, разумющегося, реализуемого по умолчанию.

Связь реакции потребителей на их обслуживание и попаданием элементов сервиса в некую "нейтральную зону" можно представить следующим образом (рис.4).

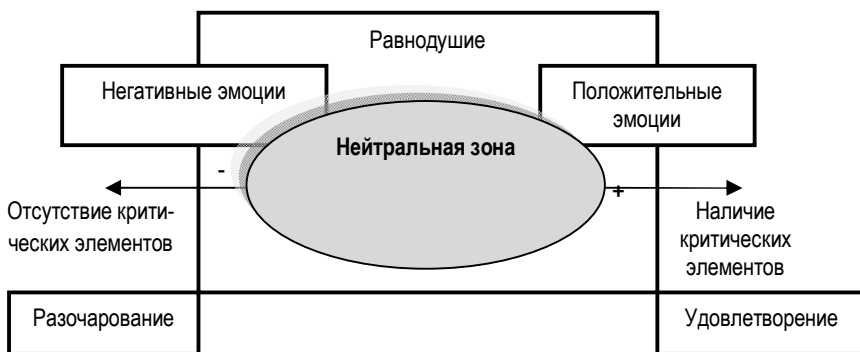


Рис.4. "Нейтральная зона" восприятия потребителей их обслуживания

Компания, стремящаяся создать конкурентное преимущество, должна не только в обязательном порядке уделять особое внимание критическим элементам, устраняя вызывающие крайне отрицательную реакцию, и усиливая те, что обеспечивает высокую степень удовлетворенности. Дополнительно необходимо систематически контролировать элементы, приносящие удовлетворение или разочарование. Несмотря на то, что их наличие не связано с минимальными требованиями потребителей услуг, сам факт их присутствия способен обеспечить необходимую степень лояльности клиентов.

Размеры "нейтральной зоны" определяют также в ходе опроса по методике SERVQUAL, когда выявляется расхождение между потребительскими оценка сервиса и их минимальными требованиями к качеству обслуживания.

Не менее популярным среди маркетинговых подходов к оценке качества сервиса является метод "Таинственный покупатель", исключительным достоинством которого является включенность исследователя в непосредственный процесс реального обслуживания. Сущность метода заключается в оценивающем участии наблюдателя за правильной реализацией этапов обслуживания с последующим заполнении структурированной анкеты. Результаты исследования позволяют не только измерить степень соответствия реального качества обслуживания требованиям, установленным корпоративными стандартами, но и определить перспективные направления развития сервисной деятельности коммерческой организации. В силу непредсказуемости проведения исследования, метод "Таинственный покупатель" может служить дополнительным стимулом для обслуживающего персонала, мотивированным систематически поддерживать высокие показатели своей работы. В отличие от предыдущих подходов, метод реализуем на базе конкурентных сервисных организаций.

Нами изучены подходы различных ученых к экспертной оценке качества обслуживания потребителей, и практически все они базируются на расчете интегрального показателя уровня сервиса (И) по формуле средней арифметической взвешенной:

$$И = \sum_{i=1}^n (B_i \cdot W_i) \quad (1)$$

В целом уровень торгового сервиса (И) описывается определенным числом (n) i-х критериев. Значения каждого из них ранжируются по степени соответствия установленным нормативам и/или ожиданиям потребителей услуг и каждому присваивается определенный балл (B_i), от 1 до 10 (по 10-балльной шкале). При этом с учетом степени важности значения каждому критерию присваивается экспертным путем или на основе социологических исследований свой вес (W_i), который должен отражать долю влияния критерия на уровень сервиса в целом. Сумма весов приравнивается к 1. Полное несоответствие какого-либо критерия нормативному значению оценивается нулевой отметкой. Балл критерия умножается на соответствующий вес, а сумма результатов определяет величину уровня сервиса⁶.

Сравнительный анализ достоинств и недостатков рассмотренных выше методом оценки качества сервиса позволил их обобщить и представить следующим образом (см. таблицу).

Достоинства и недостатки ряда методов оценки качества услуг

Метод (модель)	Достоинства	Недостатки
GAP	Непосредственное общение с потребителями услуг	Обобщенное представление уровня сервиса
SERVQUAL	Не требует дополнительной подготовки и привлечения узких специалистов Легкость использования Наглядность графического отображения результатов и однозначность их трактовки	Отсутствие детального изучения параметров качества конкретных услуг, сложность поиска образцовой сервисной организации
Карта качества обслуживания на основе теории "нейтральных зон"	Привлечение в качестве опрашиваемых как потребителей, так и персонала, внешних экспертов Возможность прогнозировать успешность перспективных направлений сервисной деятельности	Типология элементов системы сервиса не учитывает их взаимовлияние, ослабляющее или усиливающие друг друга
Таинственный покупатель	Вовлеченность исследователя в реальный процесс обслуживания	Значительные затраты времени, финансовых ресурсов, подготовка наблюдателя
Экспертная оценка	Компетентная оценка	Возможное расхождение с мнением потребителей

Таким образом, оценка качества сервиса коммерческой организации в рамках маркетингового подхода учитывает мнение покупателей, но отличается высокой степенью субъективности оценок. Эксперт менее субъективен, поскольку обладает необходимыми знаниями и квалификацией, что может значительно его отдалить от общего уровня восприятия услуг в потребительской среде.

¹ Розина Т.М. Оценка качества сервиса на основе учета ожиданий клиентов // Социальные явления - журнал международных исследований. 2016. № 5. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-kachestva-servisa-na-osnove-ucheta-ozhidaniy-klientov> (дата обращения: 13.08.2017).

² Кузьмин А. Подходы к оценке качества услуг. URL: http://evaluationconsulting.blogspot.ru/2014/02/blog-post_23.html.

³ A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research / A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, Leonard L. Berry // Journal of Marketing. 1985. Vol. 49 (4). P. 41-50.

⁴ Новаторов Э.В. Концептуальные и методологические основы маркетинговых исследований качества в сфере услуг // Маркетинг и маркетинговые исследования в России. 2000. № 5 (29). С. 4-13.

⁵ Фадеева Н.В. Методология оценки качества услуг // Вестник ТГТУ. 2012. № 2. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/metodologiya-otsenki-kachestva-uslug> (дата обращения: 13.08.2017).

⁶ Ралык Д.В. Розничная сеть: содержание категории и региональные особенности развития // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2015. № 8 (130). С. 42-47.

COMPARATIVE ANALYSIS OF APPROACHES TO EVALUATING THE SERVICE ACTIVITY OF A COMMERCIAL ORGANIZATION

© 2017 Kulieva Victoria Constantinovna
Undergraduate

© 2017 Ivanova Natalya Vyacheslavovna
PhD in Biological sciences, Associate Professor
Samara State University of Economics
E-mail: ivanovanv1971@ya.ru

Keywords: services, commercial organization, methods of assessing the level of service.

The most popular approaches to the evaluation of their service activities are considered in the practice of commercial organizations. The author's schematic representation of the process of questioning by the SERVQUAL method and the service system from the point of view of the influence of its elements on customer satisfaction is presented.

УДК 338

ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ УПРАВЛЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫМИ РИСКАМИ

© 2017 Курносова Мария Викторовна
студент

© 2017 Измайлов Айрат Маратович
кандидат экономических наук, старший преподаватель
Самарский государственный экономический университет
E-mail: mariya.kurnosova2014@yandex.ru

Ключевые слова: риск, доходность, инвестиции, инвестирование, управление.

Рассматриваются теоретический аспект инвестиционных рисков, возможные пути управления рисками.

Инвестиции представляют собой "вложение капитала в объекты предпринимательской и других видов деятельности с целью получения дохода (прибыли)"¹.

Вложение инвестиций и проведение практических действий с целью получения дохода в будущем, а также достижения иного полезного эффекта выражает процесс инвестирования - преобразование имеющихся инвестиционных ресурсов во вложения.

Процесс инвестирования играет важнейшую роль в развитии экономики и ее функционировании. Изменение такого параметра как объем инвестирования, оказывает влияние на структурные сдвиги в экономике, развитие отраслей и сфер хозяйства и на занятость.

Одним из основных критериев при выборе направления инвестирования выступает оценка инвестиционного риска.

Риск - экономическая категория, выражающая событие, которое может как произойти, так и не произойти. В случае его наступления возможны три вида исхода: негативный - убыток, нулевой и положительный - доход.

Объектом управления в системе управления риском выступают: риск, рискованные вложения капитала и экономические отношения, возникающие между хозяйствующими подразделениями в процессе реализации риска².

Ситуации риска соответствуют такие условия, как неопределенность, альтернативность и вероятностный исход.

Применительно к инвестиционным вложениям, риск определяется как вероятность наступления неблагоприятного события, то есть, рискованность вложения можно оценить по возможному отклонению от ожидаемого значения дохода. Поэтому существует закономерность: чем выше величина отклонения от прогнозируемого дохода, тем больше риск.

Понятие риска, прежде всего, связано оценкой максимальных потерь, которые может понести как физическое, так и юридическое лицо, занимающееся инвестиционной деятельностью. Выделение максимально возможных потерь от каждого риска необходимо для того, чтобы осуществлять инвестиционную деятельность без существенных убытков, так как здесь возникает вопрос финансовой устойчивости и платежеспособности инвестора.

Управление рисками позволяет оценить вероятность наступления риска, разработать меры нейтрализации отдельных рисков и минимизировать ущерб при наступлении каких-либо идентифицированных рисков.

Неопределенность и риск являются неотделимыми свойствами инвестиционной деятельности, так как результатом инвестирования может быть прибыль или убыток, то важно наиболее полно выявлять текущие и возможно будущие области неопределенности, а также риска инвестиционного проекта.

Для того, чтобы управлять инвестиционными рисками необходимо устанавливать величину потерь от каждого риска в стоимостном выражении.

При рассмотрении природы и сущности риска необходимо отметить, что это понятие состоит не только из рискованной ситуации и ее осознания, но также и принятия решения на основе проведения качественного и количественного его анализа.

Управление рисками состоит из ряда мероприятий, с помощью которых можно либо избежать риска, либо минимизировать его влияние.

С целью оптимизации управления инвестиционными рисками рационально применять систему менеджмента риска, которая основывается на таких правилах:

- надо думать о возможных последствиях риска;
- маленькая прибыль не стоит большого риска;
- не надо рисковать суммой, которая превышает собственный капитал.

Стратегии управления рисками инвестиционных проектов позволяют свести к минимуму возможные убытки. Так, необходимо регулярно сопоставлять максимальные убытки по всем рискам с объемом инвестиций, которые необходимы, а также определять возможность несостоятельности (банкротства)³.

Стратегии могут быть таких видов:

- принятие риска;
- передача риска другому лицу;
- нормирование риска;
- контроль риска и снижение его степени;
- избегание риска.

Система управления рисками состоит из взаимосвязанных и взаимозависимых элементов, целью которых выступает минимизация негативного воздействия рисков на проект⁴.

Существует алгоритм управления рисками: на первом шаге рассматриваются все риски, которые могут возникнуть при реализации проекта, чем больше их будет, тем лучше.

Второй шаг составляет анализ влияния каждого риска на проект, здесь также оценивается величина возможных убытков.

Третий шаг предусматривает разработку мероприятий по минимизации и устранению рисков.

На четвертом, заключительном, шаге алгоритма управления находится необходимость регулярного совершенствования системы управления рисками.

При формировании системы управления рисками инвестиционного проекта решаются следующие задачи:

- разработка программы рискованных вложений;
- сбор и обработка информации о состоянии внутренней и внешней среды;
- идентификация всех возможных рисков;
- определение вероятности наступления рисков, а также их стоимостная оценка;
- разработка мероприятий по минимизации рисков;
- организация страхового обеспечения инвестирования;
- "ведение бухгалтерской и статистической отчетности по операциям, которые связаны с риском"⁵. Существуют различные методы идентификации рисков, выбор которых обуславливается целым рядом причин (факторов): достоверность и достаточность информационной базы, вид инвестиционного риска и др.

Снижение риска, а также возможности его проявления может быть осуществлено множеством методов, наиболее популярные из них:

- диверсификация;
- страхование;
- лимитирование;
- хеджирование;
- нормирование;
- избегание.

Таким образом, существует множество методов минимизации рисков, каждый метод имеет свои особенности, следовательно, для того, чтобы минимизировать риск, необходимо определить его природу и особенности проявления.

¹ Лекции по теме "Финансовые ресурсы предприятия". URL: http://www.aup.ru/books/m217/10_1.htm (дата обращения: 07.09.2017).

² Основные принципы управления риском. URL: http://studopedia.ru/3_165890_osnovnie-printsipi-upravleniya-riskom.html (дата обращения: 07.09.2017).

³ Пострелова А.В., Латыпова А.Э. Принципы и основные этапы разработки инвестиционной стратегии // Молодой ученый. 2014. № 18. С. 434-437.

⁴ Архипова Ю.А. Риски в инвестиционной деятельности и способы их снижения // Молодой ученый. 2015. № 5. С. 232-234.

⁵ Трифонов Ю.В., Вышинская Е.Н., Вышинский И.М. Сравнение методов анализа риска инвестиционных проектов // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2012. № 3-1. С. 221-225.

THE THEORETICAL ASPECT OF INVESTMENT RISK MANAGEMENT

© 2017 Kurnosova Maria Viktorovna

Student

© 2017 Izmailov Ayrat Maratovich

Candidate of Economic Sciences, Senior Lecturer

Samara State University of Economics

E-mail: mariya.kurnosova2014@yandex.ru

Keywords: risk, return, investment, investing, management.

The article deals with the theoretical aspect of investment risks and possible ways of risk management.

УДК 316

ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ: ПРОБЛЕМЫ РОССИИ - 2017

© 2017 Ларкина Елизавета Андреевна

студент

© 2017 Максимова Ирина Владимировна

студент

© 2017 Шашкина Татьяна Валерьевна

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: liza.larkina@yandex.ru, irina.max2012@yandex.ru, shashkina.tanya@list.ru

Ключевые слова: человеческий капитал, компетентность, инновационное развитие, образование.

Умножение человеческого капитала как главного богатства России - важнейшая задача. Компетентность как часть человеческого капитала предполагает определенное образование и самообразование. Для успешного развития человеческого капитала у самого человека должна быть определенная мотивация и воспитание в духе трудолюбия.

За последние годы Россия прошла непростой путь, так как столкнулась с серьезными экономическими вызовами, с неблагоприятной конъюнктурой на мировых рынках, санкциями, сложной внешнеполитической обстановкой. Однако главные причины торможения экономики кроются, прежде всего, в наших внутренних проблемах - признал В.В. Путин в Послании президента РФ Федеральному собранию¹. Мы находимся в стадии выхода из кризисной ситуации и готовимся к экономическому росту, но кто будет обеспечивать этот рост? В условиях, когда одновременно не хватает специалистов, при этом люди не могут найти работу, тема человеческого капитала приобретает особую актуальность.

Человеческий капитал - комплекс, "сплав" разнообразных интеллектуальных и физических, психических и социальных способностей и достижений отдельных индивидов, а также групп и в целом общества². Человеческий капитал появляется и развивается под влиянием разных объективных и субъективных факторов. Например, компетентность как часть человеческого капитала предполагает определённое образование и самообразование, определённую социализацию личности в той или иной социальной и профессиональной среде. В процессе социализации индивид достигает определенного уровня знаний и навыков, компетентности - выраженной способности применять свои знания и навыки в соответствующей социально-профессиональной сфере деятельности³. При этом социальное неравенство и бедность являются препятствиями и ограничителями для развития человеческого капитала⁴. Социально-экономическое неравенство среди населения является негативным фактором в развитии России - об этом говорится и в документах ООН⁵.

Понятие человеческого капитала - ключевое для понимания основных тенденций в развитии современного общества, государства и экономики. Особенное значение оно имеет в современной России. Несмотря на трудности и препятствия, развитие человеческого капитала остается жизненно важным национальным приоритетом. Как подчеркнул В.В. Путин, смысл всей нашей политики - это сбережение людей, умножение человеческого капитала как главного богатства России⁶. Современные теории экономического роста уделяют человеческому капиталу ключевую роль, так как он может обеспечить экономический рост через генерирование и реализацию новых идей и инноваций, а также облегчает их восприятие и распространение. Для России последнее имеет важное значение в связи с намеченным курсом на модернизацию и инновационное развитие. Уже в 2017 году намечено на базе ведущих вузов, в том числе региональных, создание центров компетенции, которые призваны будут обеспечивать интеллектуальную, кадровую поддержку проектам, связанным с формированием новых отраслей и рынков⁷.

Среди проблем, которые предстоит решить, - повышение спроса на человеческий капитал у работодателей, в особенности, спроса на индивидуальность мышления, спроса на идею. В реальности продуктивная работа с человеческим капиталом в России осуществляется преимущественно в отрасли инновационного развития, в сфере информационных технологий, но этого недостаточно. Более того, человеческий капитал по своей сути не может сводиться только к экономическому аспекту (как бы он ни был важен сам по себе)⁸. Поэтому важно заботиться не только об "узко" профессиональной подготовке, но и о развитии личности в более широком плане. И в этом отношении немало претензий к системе образования. В чём, например, эти претензии? На начальном уровне система

образования не вырабатывает у детей индивидуальность мышления, не ориентирует его исходя из данных ребенку возможностей и способностей. На высшем - не улавливает тренды, которые образуются в экономике сегодня и завтра, соответственно, не всегда готовит те кадры, которые будут востребованы. Также и сам работодатель должен занять более активную позицию в системе федеральных органов в сфере труда и образования, диктующей складывающиеся тенденции на рынке труда и направляющей будущих выпускников на востребованные специальности.

Разумеется, что человеческий капитал для своего развития требует усилий от индивида⁹. Соответственно, для успешного развития человеческого капитала у самого человека должна быть определённая мотивация и воспитание в духе трудолюбия.

Таким образом, проблема человеческого капитала многогранна и остро требует своего изучения, решения сложившихся конкретных вопросов с учётом объективных условий и тенденций развития общества.

¹ Послание Президента России Владимира Путина Федеральному собранию РФ (1 декабря 2016 года). URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/53379>.

² Лебедева Л.Г. Человеческий капитал и бедность в дискурсе преемственности поколений // Вестник Самарского муниципального института управления. 2016. № 3. С. 76.

³ Дудин Г.А. Компетентность как аспект социализации личности работника в условиях перехода к инновационной экономике // Проблемы развития предприятий: теория и практика : материалы 15-й Междунар. науч.-практ. конф. Самара, 2016. С. 181.

⁴ Лебедева Л.Г. Человеческий капитал, социальное неравенство и преемственность поколений // Наука XXI века: актуальные направления развития. 2016. № 2-1. С. 28.

⁵ Программа развития ООН: Индекс человеческого развития в странах мира в 2015 году. URL: <http://gtmarket.ru/news/2015/12/16/7285>.

⁶ Послание Президента России Владимира Путина Федеральному собранию РФ (1 декабря 2016 года). URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/53379>.

⁷ Там же.

⁸ Лебедева Л.Г. Человеческий капитал и бедность ... С. 77.

⁹ Колесникова Ю.С. Классификация нематериального капитала индивида // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2016. № 2 (136). С. 6.

HUMAN CAPITAL AS A FACTOR OF ECONOMIC DEVELOPMENT: PROBLEMS OF RUSSIA - 2017

© 2017 Larkina Elizaveta Andreevna

Student

© 2017 Maksimova Irina Vladimirovna

Student

© 2017 Shashkina Tatyana Valeryevna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: liza.larkina@yandex.ru, irina.max2012@yandex.ru, shashkina.tanya@list.ru

Keywords: human capital, competence, innovative development, education.

The multiplication of human capital as the main wealth of Russia is very important. Competence as a part of human capital requires a certain education and self-education. For the successful development of human capital the person should have certain motivation and education in the spirit of diligence.

УДК 330.661.12

ПЕРВИЧНОЕ ПУБЛИЧНОЕ РАЗМЕЩЕНИЕ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

© 2017 Липилина Алеся Андреевна

студент

Волгоградский институт управления - филиал РАНХиГС

E-mail: lipilina-97@mail.ru

Ключевые слова: фармацевтический рынок, первичное публичное размещение, листинг, фондовые биржи, IPO.

Выявлены тенденции развития процессов первичного публичного размещения на рынке Российской Федерации. Дана краткая характеристика самого понятия IPO, рассмотрены случаи проведения IPO российскими фармацевтическими компаниями.

IPO (initialpublicoffering)-это первичное публичное размещение, продажа акций неограниченному кругу лиц, которое позволяет увеличить капитал и стоимость организации. Что в свою очередь дает возможность легче получать кредиты и займы, и привлекать другие финансовые ресурсы. После проведения IPO компания принимает открытый и прозрачный характер, невозможность теневой экономики делает ее более привлекательной для банков и инвесторов. IPO проводится по выпуску основных и дополнительных акций. Так IPO - это классическое первичное размещение акций компании, а SPO - это вторичное размещение уже существующим акционерам. То есть IPO дает возможность узнать сколько стоит та или иная организация путем выпуска акций. В зависимости от того, насколько они будут ликвидны, у организации появится статус и конкурентоспособность на рынке¹. В данной статье рассмотрим использование IPO фармацевтическими компаниями. На российском рынке их не так много: "Фармстандарт", "Протек", "Фармсинтез", "ДИОД", "Институт стволовых клеток человека", "ВЕРОФАРМ", "36,6"². Но эти компании капитализировали свои активы и посредством IPO³.

На рис. 1. можно увидеть, что фармацевтические компании в России выпускают акции в довольно больших объемах, в особенности "Протек", но каждая из компаний получает высокую выручку посредством данного вида развития. С каждым годом IPO для компаний становится популярней, это является эффективным механизмом для быстрой и достаточно безопасной капитализации их активов.

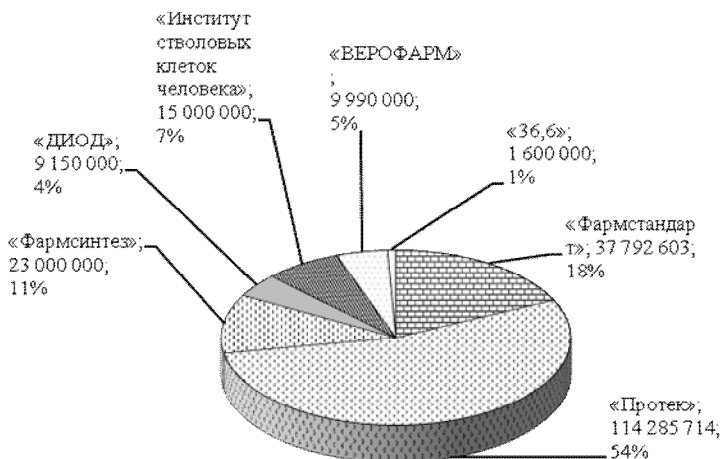


Рис. 1. Объем выпуска акций посредством IPO на фармацевтическом рынке РФ

IPO на российском рынке достаточно молодой инструмент⁴, поэтому нецелесообразно рассматривать все аптечные сети, занимающиеся первичным размещением, поэтому в качестве объекта рассмотрим компанию "36,6", которая несмотря на сравнительно небольшой выпуск акций является одной из самых прибыльных. Она была лидером начиная с 2000-х годов, показывала наилучшие результаты и по сей день не сдает своих позиций. Сравним компанию "Протек" и "Аптечная сеть 36,6" по показателям привлеченных средств и капитализации при IPO. На Рис. 2. видна огромная разница в показателях, но несмотря на это компания "Аптечная сеть 36,6" имеет оглушительный успех. Ее степень капитализации возрастает с каждым годом. Начиная с 2002-2003 годов (года, когда компания "Аптечная сеть 36,6" начала первичное публичное размещение акций) компания "Аптечная сеть 36,6" скупает другие аптеки, выходит на региональные рынки сбыта⁵.

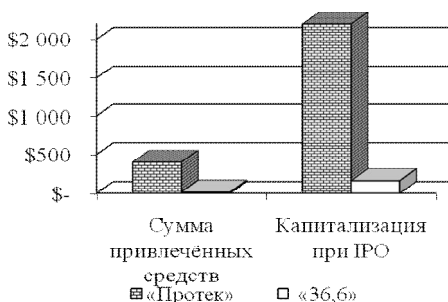


Рис. 2. Сумма привлеченных средств и капитализация при IPO

Полученные от IPO средства также позволяют проводить модернизацию, финансировать исследования и испытания различных препаратов и приборов, создавать синергетический эффект⁶. Конечно, процедура IPO влияет на прибыль и на выручку. Рассмотрим динамику выручку по годам компании "Аптечная сеть 36,6".

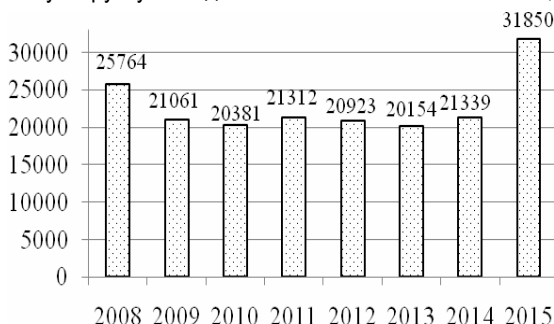


Рис. 3. Динамика выручки компании "Аптечная сеть 36,6" в 2008-2015 годах

Рассматривая рис. 3 можно сказать, что несмотря на небольшую динамику, даже стагнацию с 2009 до 2014 года, виден резкий прирост выручки с 2008 по 2009 года и с 2014 по 2015 год. Большинство средств было получено за счет выпуска и размещения акций, так как они позволили привлечь средства для расширения аптечной сети, после чего новые аптеки с каждым годом приносили все большую прибыль.

Таким образом, можно сказать, что IPO дает возможность выйти на региональный, а впоследствии и на международный уровень. Стать лидером в своей сфере, увеличить стоимость компании, заслужить доверие банков и инвесторов, тем самым улучшить условия заимствования и увеличить доступность кредитов.

¹ Тюренков И.Н., Евстратов А.В. Товаропроводящая система волгоградского фармацевтического рынка // Новая Аптека. 2003. № 5. С. 18-22.

² Фридман Ю.А., Речко Г.Н., Оськина Н.А. IPO-дромы для российских фармацевтических компаний // Вестник Кузбасского государственного технического университета. 2008. № 2. С. 109-115.

³ Клецкая А.А., Евстратов А.В. Опыт российских фармацевтических компаний в первичном публичном размещении акций // Актуальные проблемы и тенденции развития современной экономики : материалы междунар. науч.-практ. конф. / Самар. ГТУ. Самара, 2016. С. 382-386.

⁴ Измайлов А.М. Модель управления конкурентоспособностью фармацевтического предприятия // Российский академический журнал. 2014. Т. 27. № 1. С. 36-39.

⁵ Евстратов А.В., Измайлов А.М. Слияния и поглощения компаний на фармацевтическом рынке: мировой опыт и российская специфика : монография / ВолгГТУ. Волгоград, 2016. 156 с.

⁶ Евстратов А.В. Фармацевтический рынок Российской Федерации: основные структурные параметры развития в 2001-2013 годах // Современные технологии управления. 2015. № 2 (50). С. 27-36.

INITIAL PUBLIC OFFERING OF PHARMACEUTICAL COMPANIES IN THE RUSSIAN FEDERATION

© 2017 Lipilina Alesya Andreevna

Student

Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration
in Volgograd

E-mail: lipilina-97@mail.ru

Keywords: pharmaceutical market, initial public offering, listing, stock exchanges, IPO.

In this article, a conclusion is made about the trends in the development of the processes of initial public offering on the market of the Russian Federation. A short description of the very concept of IPO is given, as well as cases of IPO conducted by Russian pharmaceutical companies.

УДК 338

СЕГМЕНТАЦИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ БАНКОВСКИХ УСЛУГ ПАО СБЕРБАНК

© 2017 Лихачев Антон Сергеевич

магистрант

© 2017 Кириллова Лариса Константиновна

кандидат экономических наук, профессор

Самарский государственный экономический университет

E-mail: kirillova.sseu@mail.ru

Ключевые слова: сегментация, целевой рынок, банковские услуги, критерий, потенциальный клиент, потребность, демографический признак.

Процесс сегментации рынка банковских продуктов и услуг представляет собой комплексную процедуру, включающую деление смешанного крупного рынка на более мелкие одинаковые сегменты, которые в итоге определяют новый сегмент, разработку стратегии охвата сегмента, определение профиля клиента, формирование банковского предложения, выявление новых и современных сфер деятельности на рынке и направление средств в наиболее доходные операции.

Одно из основных стратегических решений банка заключается в концентрации на определенном рынке потребителей, и укреплении своих позиций на нем. В сущности, это определение основного рынка (целевых сегментов), который состоит из клиентов саналогичными интересами, а также поведенческими или мотивационными параметрами, создающие для организации подходящие маркетинговые возможности. Сегментация по-

требителей позволяет банку реализовать принципы целевого маркетинга, то есть сформировать своё рыночное предложение в соответствии с потребностями целевой аудитории. Такой подход обуславливает понимание рыночных процессов, поведения потребителей, конкурентной ситуации в выбранных сегментах, основных тенденций развития банковского рынка¹.

Главная цель банковского маркетинга заключается в анализе, оценке и выборе сегментов рынка, в которых:

- банк сможет овладеть большей частью целевого рынка, с помощью увеличения его объемов или более результативного продвижения, чем это делает конкурирующий банк;

- банку, при создании нового продукта или услуги, необходимо выяснить отзыв потенциальных потребителей, а в случае негативной реакции, получить инструменты моделирования их потребительского поведения;

- банк старается переманить потенциальных покупателей, пользующимися услугами банков-конкурентов².

Как отмечает Г.Н. Белоглазова, "сегментирование - это деление потребителей на группы в соответствии с рядом постоянных признаков, называемых маркетинговыми "признаками сегментирования"³.

Ф. Котлер приводит следующее определение: "сегментирование рынка - разбивка рынка на четкие группы покупателей, для каждой из которых могут потребоваться отдельные товары и/или компоненты маркетинга"⁴.

Процесс сегментации рынка банковских продуктов и услуг можно представить в виде логической последовательности действий- выделение отдельных групп потребителей банковских продуктов и услуг, сгруппированных по определённым признакам, выбор одного или нескольких целевых сегментов, формирование программы маркетинга и позиционирование конкретного продукта или услуги для каждого выбранного сегмента.

Этапы сегментного анализа изображены на рисунке.

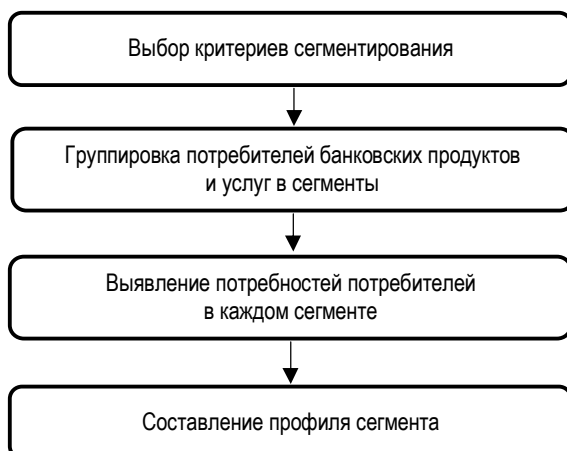


Рис. Последовательность процесса сегментирования

Сегментация рынка банковских услуг - это инструмент маркетинга, посредством которого банк разделяет рынок банковских продуктов и услуг на основе результатов предварительного исследования по определенным признакам на сегменты клиентов. Целью является выбор целевых сегментов, которые требуют разных подходов к разработке стратегии маркетинга.

Учреждения банковской сферы в течение многих десятилетий использовали социально-демографические критерии сегментации в целях разработки продукта, его дальнейшего позиционирования, формирования коммуникационной политики. Критериями демографической сегментации, как правило, являются пол, возраст, доход, стадии жизненного цикла семьи, род занятий, образование и т.д. Сегментация по демографическим признакам является простой и доступной формой в виду доступности баз данных клиентов. Вместе с тем, применение демографических критериев в процессе сегментации в банковском секторе, имеет свои недостатки, так в случае выявления предпочтений бренду, моделирования покупательского поведения, восприятия инноваций необходимо применять другие характеристики.

Рассмотрим пример сегментации клиентов ПАО Сбербанк по возрастным группам. Весь массив клиентов может быть сгруппирован по возрастному признаку, как показано в табл. 1.

Таблица 1

Сегментация клиентов ПАО Сбербанк по возрасту

Группа, сегмент	Характерные черты
Молодежь (18-25 лет)	Студенты, лица впервые нанимающиеся на работу; более взрослые люди, готовящиеся вступить в брак
Лица, создающие семью (24-30)	Впервые покупают дом и потребительские товары длительного пользования
Семьи "со стажем" (26 - 40 лет)	Лица со сложившейся стабильной карьерой, находящиеся на пике заработка, но ограниченной свободой экономических действий. Обычно они занимают больше, чем инвестируют, их главная цель заключается в эффективном управлении долговой нагрузки
Население "зрелого возраста" (40-55 лет)	У этой группы лиц наблюдается рост дохода по мере снижения финансовых обязательств. Эти клиенты беспокоятся о пенсионных накоплениях и инвестировании
Пенсионеры и лица, готовящиеся к получению пенсии (54-60 и более лет)	Лица имеют накопленный капитал и стремятся обеспечить его сохранность, а также имеют настоящий устойчивый доход. Они обычно управляют несколькими источниками дохода и начинают делать имущественное планирование

Данные табл. 1 позволяют составить иную таблицу, в которой будут указаны виды банковских продуктов, которые могут приобретать лица каждой возрастной категории (табл. 2).

**Банковские продукты для различных возрастных категорий клиентов
банка ПАО Сбербанк**

Наименование группы	Формы банковского обслуживания
Молодежь (16-25 лет)	Этой категории необходимы услуги по переводу денежных средств, краткосрочные ссуды, простые формы сбережений, банковские услуги, связанные с их туристической деятельностью
Лица, образовавшие семью (25-30 лет)	Лица этой категории нуждаются в открытии совместного для мужа и жены банковского счета, совместных банковских карт для покупки товаров, возобновляемых кредитов. Эти лица прибегают к различным формам сбережений (например, для покупки дома) и нуждаются в таких формах услуг как страхование и т.д. для финансовой защиты семьи
Семьи "со стажем" (25-45 лет)	Эта категория лиц успешно пользуются потребительским кредитом для покупки товаров в рассрочку и улучшения жилищных условий. Они практикуют использование различных сберегательных схем как для родителей, так и детей. Они также нуждаются в консультировании по вопросам финансирования образования, налогообложения, инвестирования сбережений, завещательных распоряжений
Лица "зрелого возраста" (45-55 лет)	Они хранят свои крупные остатки денег на банковских счетах, а также они требуют качества персонального обслуживания, включая помощь в распоряжении капиталом, финансовое консультирование, завещательные распоряжения и т.д.

Наложение выделенных стадий жизненного цикла клиента на стратегические модели сегментации позволяет банку определить, какие виды продукции можно предлагать тем или иным клиентам (возрастным категориям). Затем разработанные предложения тестируются посредством количественных и качественных исследований, и полученный таким образом оптимальный вариант предлагается массовому потребителю.

Возрастное деление клиентов связано с наличием последовательных стадий, которые они проходят в течение жизни, и каждой как правило присущи определенные потребности.

Сегментация позволяет банку найти новые целевые рынки и увеличить продажи банковских продуктов. Сегментация также необходима по отношению к промышленным предприятиям, хотя она имеет свою специфику, требуется более индивидуальный подход⁵.

У каждой из интересующих нас категорий клиентов имеются свои предпочтения. Для достижения наилучшего результата в продажах и обслуживании мы должны быть сегментированными и мультиканальными.

Наиболее эффективным для банка является развитие бизнеса в сегменте, который ценит неценовые параметры банковского обслуживания: скорость, сервисность, качество. При этом, если банк сможет создать данные условия, комиссионные доходы банка будут выше за счет объемов и цены. Из анализа сегментов потребителей самую высокую эффективность банк может достичь, привлекая на расчетное обслуживание следующие клиентские сегменты - лица, образовавшие семьи и семьи со стажем.

С точки зрения эффективной продажи расчетных услуг частным клиентам для банка интересны категории клиентов, имеющие опыт использования банковских услуг или хороший уровень осведомленности о них. Важно, чтобы потребители банковских услуг были оптимистично настроены и прагматичны в потребительском поведении, высоко оценивали возможность "облегчения жизни" современными технологиями и активно пользовались ими, имели "психологический потенциал" развиваться "в ногу со временем", к данной категории клиентов можно отнести молодежь⁶.

¹ Царев А.В. Принципы и модели сегментации потребителей на рынке банковских продуктов и услуг // Статистика и экономика. 2015. № 1. С. 128-132.

² Алексеев А.А. Маркетинговые исследования рынка услуг. URL: <http://www.marketing.spb.ru/read/m17/4.htm>.

³ Банковское дело. Организация деятельности коммерческого банка : учеб.к для бакалавров / под ред. Г.Н. Белоглазовой, Л.П. Кроливецкой. 3-е изд., перераб. и доп. М. : Юрайт, 2014. 652 с.

⁴ Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг, В. Вонг, J. Saunders. 5-е европ. изд. М. : Вильямс, 2017. 752 с.

⁵ Голубев С.С. Современные технологии банковского бизнеса. Saarbrucken : Lambert Academic Publishing, 2017. 229 с.

⁶ Акинин П.В., Акинина В.П., Золотова Е.А. Стратегия вхождения на региональный финансовый рынок кредитной организации (на примере ставропольского края) // Региональная экономика: теория и практика. 2010. №18. С. 2-11.

SEGMENTATION OF CONSUMERS OF BANKING SERVICES PJSC SBERBANK

© 2017 Likhachev Anton Sergeevich

Undergraduate

© 2017 Kirillova Larisa Konstantinovna

Candidate of Economic Sciences, Professor

Samara State University of Economics

E-mail: kirillova.sseu@mail.ru

Keywords: segmentation, target market, banking services, criteria, potential client, demand, demographic characteristics.

The process of segmentation of the market for banking products and services is a complex procedure, including the division of a mixed large market into smaller identical segments, which ultimately determine a new segment, develop a segment coverage strategy, determine the customer profile, form a banking offer, identify new and current activities in the market and sending funds to the most profitable operations.

СОДЕРЖАНИЕ

Информационные технологии в образовании, экономике и менеджменте

Абакумова В.С., Ефимова Т.Б. Применение глобальных компьютерных систем бронирования в сервисе и туризме.....	3
Васильева И.М. "Умный город" и принципы его создания.....	6
Гордеева Е.А. Применение инновационных технологий в интересах бизнеса.....	9
Жабина Е.В., Зуенков Н.А. Инфраструктура электронного правительства.....	12
Зрелова Ю.Д. TMS-системы как инструмент автоматизации транспортной логистики.....	15
Калашникова Е.А. Применение социальных сетей в маркетинге вовлечения.....	18
Карташев Д.С. Использование прикладной программы Microsoft Excel при анализе ценных бумаг.....	21
Колотилина М.А., Ефимова Т.Б. ИС "АСУ Кадры. Описание личного дела".....	25
Митькиных А.А. Облачные технологии в образовании.....	31
Михайлова П.А. Импортозамещение информационных технологий в России: сравнительный анализ 1С:ERP и SAP ERP.....	34
Мурашов Т.Ю. Современные информационные технологии в государственном управлении.....	36
Полянская В.О. Внедрение CALS-технологий на предприятиях.....	38
Родионова П.В. Использование компьютерных технологий в бухгалтерском учете.....	41
Скреблов Н.И. Информационные технологии поддержки конференций в СГЭУ.....	44
Стаканова Н.С., Ефимова Т.Б. ERP-система для ведения бухгалтерского учета "Галактика".....	47
Суслова П.В., Ефимова Т.Б. Внедрение ERP-решений на базе SAP в ОАО "РЖД".....	51
Хижняк А.И. Особенности информационных систем управления материальными ресурсами (на примере систем класса MRP, MRPII, ERP).....	53

История

Головлёв А.А. Культовые сооружения досоветского Грозного.....	58
Кузнецов С.Д., Лунин С.В. История развития парламентаризма в России.....	64
Сураева Е.С., Калашникова Е.Б. Зарождение политической идеологии либерализма в учениях Дж. Локка.....	67

Математика

Сличенко Д.А., Гащимова А.С., Уфимцева Л.И. Матричный метод анализа влияния коррупции на экономику	70
--	----

Менеджмент

Белокобыльский Н.Р. Стратегия развития Сбербанка на 2017-2018 гг.....	73
Брусничкин А.А., Калимуллин Д.М. Критерии определения успешности развития нового направления компании	76
Брюхова Д.С. Аутсорсинг службы снабжения.....	80
Головкина А.О. Особенности логистического управления персоналом в современной организации	82
Зарубина О.К. Путь к лидерству и эмоциональный интеллект	85
Ивахова А.М. Совершенствование системы управления материальными ресурсами предприятия.....	88
Калашникова Е.А. Развитие систем управления материальными запасами и их значение в повышении эффективности деятельности производственного предприятия	91
Карпов И.А., Крячков А.Ф., Фомин В.И. К вопросу использования триггеров в рекламной деятельности	95
Карпова Н.П., Швецова Е.В., Носков С.В., Тойменцева И.А. Исследование внешней и внутренней среды ОАО "РЖД"	99
Карпова Н.П., Швецова Е.В., Носков С.В., Тойменцева И.А. Моделирование поведения запасов сырья и материалов ОАО "РЖД"	108
Ларина Д.В. Логистический подход к управлению материальным потоком	114
Луганская А.В., Кочеткова Н.В. Отношение молодежи г. Самары к предпринимательству.....	119
Митяев Д.Ю., Коржова Г.А. Автоматизированные системы управления взаимоотношениями с клиентами	123
Митяев Д.Ю., Коржова Г.А. Логистические принципы в управлении продажами	126
Некрасевич А.А., Кочеткова Н.В. Теории лидерства в менеджменте	129
Нуриева С.Д. Особенности деловых переговоров в России и за рубежом	132
Перескокова О.П. Методы выбора поставщиков в логистике.....	136
Плотникова А.В. Процесс стратегического планирования как фактор рационального использования материальных ресурсов	139
Попкова Д.Е. Аутсорсинг в логистической деятельности.....	141
Попов В.В., Рахматуллина А.Р. Основные проблемы транспортной логистики в российских предприятиях.....	144
Потякина И.А. Управление логистическими издержками.....	147
Ралык Д.В. Система интегрированных маркетинговых коммуникаций политической партии	149
Соколова И.А., Терещенков М.С. Культурные индустрии в ракурсе современного подхода к управлению	156
Хашова В.В. Управление логистическими затратами на предприятии	159
Щурова Ю.О. Аутсорсинг в работе производственного предприятия	162
Юдакова О.В. Взаимосвязь трейд-маркетинга и маркетинга торговых каналов.....	165
Юдакова О.В., Юлтыева З.Г. Использование искусственного интеллекта в маркетинге предприятий.....	168

Педагогика и психология

Барченкова Е.Ю., Кочеткова Н.В. Подбор и обучение кадров	171
Бунтова Е.В. Осуществление компетентностного подхода в процессе организации самостоятельной работы студентов	175
Бурова Н.А., Кочеткова Н.В. Феномен лидерства.....	178
Гнедова Е.С., Козлюк А.С. Роль невербальных коммуникаций в деловом общении	181
Громова Т.В. Модели дистанционного обучения и основные требования к уровню освоения содержания курса "Преподаватель дистанционного обучения".....	185
Громова Т.В., Глухов Г.В. Проблемы в деятельности преподавателя дистанционного обучения.....	188
Мальцева А.П. Психологическое давление на молодежь через "группы смерти"	191
Микелевич Е.Б. Адаптационный потенциал субъекта зависти в служебных отношениях	194
Панашик Р.С. Интеллектуальные и личностные предикторы профессиональной эффективности специалистов IT-сферы	197
Трещева Е.Е., Лебедева Л.Г. Речевое манипулирование как элемент дискурс-анализа.....	200
Уфимцева Л.И., Макаров С.И., Севастьянова С.А. Непрерывное математическое образование в СГЭУ	202
Ярушкин Н.Н., Сатонина Н.Н. Современный информационный экстремизм	205

Социология и политология

Атанова Ю.С., Севастьянова А.А., Кочеткова Н.В. Деловой этикет ведения бизнеса в России.....	209
Байганова Ю.В., Коротаева Т.В. Применение социологии в интернет-маркетинге.....	213
Большакова Р.Ю. Снижение брачности как одна из демографических проблем современной России.....	218
Боякова В.Г. Феминизм в современном обществе	221
Вершков В.Г. Социально-политические предпосылки становления нацистского режима в Германии 1930-х гг.....	223
Денисенко А.Г. Самоубийство как область социальной патологии	226
Жирухина Я.В. Проблема нелегальной миграции в России.....	230
Ильясова Ю.С., Коротаева Т.В. Формирование духовной культуры у студенческой молодежи в процессе социализации.....	232
Кварацхелия М.С. NEET-молодежь: причины возникновения	236
Кожевина Д.А., Коротаева Т.В. Суицид как социальное явление	239
Коротаева Т.В., Мальшева А.С. Актуальность высшего образования в современном мире.....	245
Коротаева Т.В., Осипова К.Н. Влияние социальных сетей на формирование личности студентов. Основные факторы воздействия.....	247
Коротаева Т.В., Чеснокова Э.И. Молодежь в общественном воспроизводстве	250
Кувшинникова В.И. Критерии выбора брачного партнера у разных возрастных групп	253
Лебедева Л.Г. Социальные ценности абитуриентов и их родителей в дискурсе социальной субсидиарности поколений.....	255
Лебедева Л.Г. Утверждение социального государства как фактор гармоничной преемственности поколений.....	258

Луганская А.В. Актуальные аспекты исследований института семьи (по материалам журнала "Социологические исследования")	261
Моисеева Е.А. Исследование музыкальных ориентаций современной молодежи с помощью метода онлайн фокус-группы	264
Насирдинова Д.Р., Кортаева Т.В. Безработица среди молодежи	268
Овинова А.И., Толстова А.А., Ургалкин Ю.А. Ценностные приоритеты современной молодежи.....	270
Петрушина Ю.А., Ананьева Ю.А. Коррупция как социокультурный феномен	273
Ревякина Д.А., Каримова К.Р. Проблема экстремизма в современном российском обществе... ..	276
Рудакова А.И., Кортаева Т.В. Ценностные ориентации в семейной жизни	278
Рыбакина А.А., Кортаева Т.В. Патриотизм в представлениях молодежи	281
Саблина А.А. Развитие социально-культурного сервиса в Самарской области.....	286
Темникова Д.А., Кортаева Т.В. Миграционные процессы в современной России.....	290
Толстиков Е.В. Проблема самореализации молодежи в современном российском обществе.....	293
Трещева Е.Е., Луганская А.В., Лебедева Л.Г. Веротерпимость как способ решения религиозных конфликтов.....	296
Тютерева Ю.Д. Социальные причины религиозного терроризма	299
Фадеева А.Е. Эвтаназия как социальное явление: морально-этические аспекты.....	302
Федосеева Е.А. Потребительство как социальная проблема общества	305
Чипирова А.В. Влияние СМИ на поведенческие модели молодежи	308
Шаповалова А.Р. Суицидальный туризм как социальный феномен	311

Филология и языкознание

Ефремова Ю.И., Петрянина О.В. Квантитативный пространственный аспект в лирике И.Р. Бехера	314
---	-----

Философия

Гурьянов Н.Ю., Гурьянова А.В. Экономические права человека: опыт философского осмысления	318
Гурьянова А.В. К вопросу о философских основаниях экологической экономики	321
Гурьянова А.В. Собственность как предмет философского анализа.....	325
Краснов С.В. Современное экономическое мышление как фактор совершенствования организации управления промышленными предприятиями.....	328
Маховиков А.Е. О роли личности в спецификации идеи прогресса	332
Фролов В.А. Нуждается ли патриотизм в обосновании?	336

Физическая культура и здоровый образ жизни

Алексина А.О., Алексин А.Ю., Гасилина О.М. Занятия фитнес-аэробикой студенток как составляющая часть здорового образа жизни	340
Боякова В.Г. Здоровый сон в жизни студента.....	343

Ивахова А.М., Николаева И.В. Влияние оздоровительных видов гимнастики на состояние опорно-двигательного аппарата студенток подготовительной группы	346
Карева Ю.Ю., Шиховцов Ю.В., Николаева И.В., Кудинова Ю.В. Повышение эффективности игры в защите на основе интенсификации теоретического раздела программы подготовки волейболистов	349
Лысакова К.Ю. Физическое воспитание современных студентов	354
Никифорова А.М. К вопросу об особенностях питания спортсменов	358
Николаева И.В., Воротникова М.В. Оздоровительная ходьба и ее влияние на организм	361
Николаева И.В., Гафурова Д.А. Черлидинг: перспективы развития как вида спорта и сложности тренировок	363
Николаева И.В., Хохрина Е.А. К вопросу об особенностях процессов утомления и восстановления при физической и умственной работе	366
Носова Т.А. Эффективность розыгрыша углового удара в футболе	371
Репрынцева Н.Д., Чванова Н.С. Феномен сексизма в спорте	375
Салманов В.С. Развитие пейнтбола в России и Самарской области	378
Смирнова У.В., Пискайкина М.Н. Роль спорта в социализации людей с ограниченными возможностями	381
Цветкова О.А. Применение ЛФК студентами-спортсменами Самарского государственного экономического университета	384
Шиховцова Л.Г., Лешина И.П. Особенности специальной физической подготовки волейболистов	388
Шиховцова Л.Г., Отпущенникова В.С. Значимость занятий физической культурой в социализации личности	391
Шиховцова Л.Г., Федотчева А.С. Травмы волейболистов на игровой площадке	394

Экология

Измайлов А.М., Абдрахимов В.З., Кайракбаев А.К., Абдрахимова Е.С., Пичкуров С.Н. Формирование экологического образования как способ решения экологических проблем ..	398
Коробова А.П., Исаев М.С. К вопросу об экологическом терроризме	404
Крючкина Д.В., Сидоров А.А. Экологическое состояние муниципального района Камышлинский Самарской области и пути его улучшения	407
Левашова Ю.В., Сидоров А.А. Экологическое состояние реки Падовка Самарской области и пути его улучшения	410
Самыкин С.В., Мифтахов И.Ф. Роль приоритетных производственных факторов, влияющих на формирование здоровья рабочих в горячих промышленных цехах	414
Самыкина Е.В., Самыкина Л.Н., Зимина С.В., Мифтахов И.Ф. Влияние дефицита йода на репродуктивное здоровье женщин крупного промышленного мегаполиса	419
Синяева Е.Ю., Сидоров А.А. Состояние и направления экологического развития муниципального района Елховский Самарской области	425
Фирулина И.И. Окружающая среда и риски для здоровья	428
Юрина В.С. Аспекты экологического образования в высшей школе	433

Экономика

Аблякимов Д.Р. Сущность долевого финансирования инвестиционных проектов	436
Абрамичева К.Д., Котова О.С., Гурбанов Д.А., Гаранин С.А., Заступов А.В. Инвестиционное развитие кластерной экономики.....	439
Абрамов В.С., Кочеткова Н.В. Автоматизированные системы управления, применяемые в ПАО Сбербанк	443
Абухоф В.В. Проблемы ценообразования фармацевтических компаний с государственным участием (на примере ГУП "Волгофарм").....	446
Ананikian М.Э. PR и средства PR-деятельности в гостиничном бизнесе	449
Ангелова А.Д. Анализ современных подходов к управлению ресурсами предприятия	452
Андреева С.В., Широкова А.В. Контроль соблюдения принципов формирования учетной информации о материально-производственных запасах.....	456
Асабаева А.Т., Адырхаева Г.Д. Организация производства продукции в пищевой промышленности в современных условиях (на примере ЗАО "СБКК").....	459
Асеев Д.В., Мухортов С.Г. Особенности налогового контроля за соблюдением порядка исчисления и уплаты НДФЛ.....	463
Афонина Е.В., Юдакова О.В. Мобильное взаимодействие и контекстный маркетинг	467
Афонькина О.В., Адырхаева Г.Д. Организация производства молока с использованием ресурсосберегающих технологий.....	469
Ахметшин Р.Г., Шевченко А.В., Антипина Ю.С., Заступов А.В. Риски софинансирования в приобретении объектов недвижимости.....	472
Байгильдина А.У. Основные направления регулирования занятости населения в депрессивных юго- и северо-восточных районах Республики Башкортостан	475
Баканач О.В., Кипайкина М.Г. Анализ показателей производственно-финансовой деятельности предприятия (на примере ООО "Завод приборных подшипников").....	478
Башмаков А.И. Основные способы уклонения от уплаты налогов в мировой экономике	481
Белемаева А.В. Анализ недостатков транспортной логистики в России	485
Бобов И.А., Мясникова В.М., Паулов П.А. Система мотивации государственных гражданских служащих в субъектах РФ	489
Бойко М.А., Минакова Т.В. Логистические аспекты в электронной торговле.....	491
Бочоришвили В.Г., Юдакова О.В. Влияние марочной политики на поведение потребителей рынка кондитерских изделий.....	495
Боярова М.А., Татаровская Т.Е. Использование нефинансовых показателей в рамках внедрения бережливого производства в деятельность ПАО Сбербанк	499
Бреднева В.В., Игошина Н.А. Проблемные вопросы учета и налогообложения в 2017 году.....	502
Бугаевский К.А., Алексин А.Ю., Водолацкая В.С. Конкуренция на рынке страховых услуг	506
Бузыцков Д.И. Управление кредитным риском в розничном кредитовании.....	511
Василенко А.А. Учет, движение и списание материалов на производственном предприятии.....	516
Вишневер В.Я. Конкурентное поведение страховых компаний	520
Власов А.Г., Васильева Д.И. Вопросы эффективности управления земельным фондом муниципального образования (на примере Самарской области)	524
Внукова К.Д., Щуцкая А.В. Состояние и развитие органического сельского хозяйства в России.....	529

Войткевич Н.И. Оценка маркетинговых рисков в банках	532
Волкодавова Е.В., Асташкин А.В. Факторы, оказывающие влияние на мотивацию персонала нефтяной компании	535
Воронцова О.В., Юдакова О.В. Маркетинг в социальных сетях как способ развития бизнеса ...	538
Головачева Ю.С. Раскрытие информации о денежных потоках по сегментам деятельности в соответствии с МСФО	541
Головкина А.О., Мухаметзянова Л.Х. HR-маркетинг как конкурентное преимущество организаций в современном мире	544
Гончарова А.Е. Специфические особенности процессов слияний и поглощений на фармацевтическом рынке Российской Федерации	547
Гранкина С.В. Логистический сервис как фактор развития автомобильного рынка	550
Григорьева А.Е., Сураева М.О. Повышение вовлеченности персонала в условиях нестабильной экономической ситуации в стране	553
Гришина Я.М., Чудаева А.А. Инвестиционная привлекательность городского округа Самара: современное состояние и перспективы	557
Гурбанов Д.А., Гаранин С.А., Заступов А.В. Инвестиционная привлекательность промышленного предприятия	560
Данилова А.П. Основы управления себестоимостью продукции, факторы, ее определяющие ...	563
Демидович Т.А., Юдакова О.В. Современные методики управления командами в проектной деятельности	567
Динукова О.А., Тулычев Д.В. Выбор поставщика материальных ресурсов на основе рейтинговой оценки	571
Динукова О.А., Тулычев Д.В. Управление закупочной деятельностью предприятия	574
Дмитриев И.С. Стратегия интернационализации Китая "Новый Шелковый путь". Механизмы финансирования проекта	577
Ермолаев К.Н., Ермолаева А.К. Криптоинструменты как виртуальный финансовый актив: генезис, сущность и роль в цифровой экономике	581
Завгородний В.С., Альдебенева М.М. Молодежная политика в аспекте развития человеческого капитала	584
Замыцкий Ф.С. Эволюция рынка космических перевозок	587
Зарипова А.М. Аннуитетные и дифференцированные схемы в задачах о погашении кредитов	590
Зинатуллина А.Т. Пути снижения логистических издержек при распределении продукции	593
Злоказова А.В., Топоркова Е.В., Астратова Г.В. Планирование мер реформирования объектов социальной инфраструктуры при разработке маркетинговой стратегии в сфере ЖКХ	596
Ивахова А.М., Мухаметзянова Л.Х. Маркетинговые аспекты инновационной деятельности предприятия	600
Измайлов А.М., Вдовина Ю.С. Управление основными производственными фондами на предприятии (на примере ООО "Газпром трансгаз Самара")	604
Каврына Е.А. Современное положение коммерческих банков в глазах общества	608
Калимуллин Д.М., Аверьянов С.А. Значимость бизнес-плана для начинающего предпринимателя	610
Кальшенко В.Н., Сталькина У.М. Факторы формирования товарного ассортимента	613
Капустина А.А., Щуцкая А.В. Перспективные направления инновационной деятельности в масложировой отрасли пищевой промышленности	616

Каримова Л.М. Анализ технической эффективности ГТМ при разработке нефтяного месторождения	619
Качамина Е.А., Вишневер В.Я. Современные тенденции конкуренции на страховом рынке России	623
Кизимиров Д.А., Рахматуллина А.Р. Эффективность и значение закупочной логистики в период кризиса	627
Ким А.И., Ралык Д.В. Современные способы привлечения клиентов на спортивные объекты...	630
Кистенева Н.С., Саморуков Д.Ю. Сбытовая деятельность в условиях приоритета государственных закупок	635
Климович М.А. Смена технологических парадигм в экономике: закономерности и особенности	637
Кондраткова А.С., Чудаева А.А. Методы оценки инвестиционной привлекательности предприятий	641
Копцева И.П., Татаровская Т.Е. Факторы, влияющие на стратегическое развитие предприятий общественного питания	645
Копытина Я.В. Современное состояние международного учета в РФ	648
Корнишина А.М., Трубецкая О.В. Глобализация мировой экономики: сущность, факторы, направления	653
Котова О.С., Абрамичева К.Д., Заступов А.В. Влияние технико-экономических факторов на себестоимость продукции предприятия	658
Крючкова Н.А., Варенцов А.Д. Региональный аспект формирования торговых сетевых структур	660
Кудрина Н.Г., Мантуленко В.В. Особенности стратегического планирования в российских компаниях	663
Кулиева В.К., Иванова Н.В. Сравнительный анализ подходов к оценке сервисной деятельности коммерческой организации	667
Курносова М.В., Измайлов А.М. Теоретический аспект управления инвестиционными рисками	674
Ларкина Е.А., Максимова И.В., Шашкина Т.В. Человеческий капитал как фактор экономического развития: проблемы России - 2017	677
Липилина А.А. Первичное публичное размещение фармацевтических компаний в Российской Федерации	680
Лихачев А.С., Кириллова Л.К. Сегментация потребителей банковских услуг ПАО Сбербанк	683

Научное издание

**РОССИЙСКАЯ НАУКА:
АКТУАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ
И РАЗРАБОТКИ**

**Сборник научных статей
VI Всероссийской заочной
научно-практической конференции**

6 октября 2017 года

Часть 1

Информационные технологии в образовании, экономике и менеджменте.
История. Математика. Менеджмент. Педагогика и психология.
Социология и политология. Филология и языкознание.
Философия. Физическая культура и здоровый образ жизни.
Экология. Экономика (А-Л)

*Материалы представлены
в авторской редакции*

Усл. печ. л. 40,45 (43,5). Уч.-изд. л. 63,56.
Самарский государственный экономический университет.
443090, Самара, ул. Советской Армии, 141.