

Министерство науки и высшего образования РФ  
Федеральное государственное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Самарский государственный экономический университет»  
Учреждение образования  
«Барановичский государственный университет»  
Республиканское государственное предприятие  
на праве хозяйственного ведения  
«Государственный университет имени Шакарима города Семей»  
Ленкоранский государственный университет

## НАУКА XXI ВЕКА: АКТУАЛЬНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ

*Сборник научных статей  
IX Международной  
научно-практической конференции*

*15 сентября 2020 года*

*Выпуск 2*

*Часть 1*

Самара  
Издательство  
Самарского государственного экономического университета  
2020

Материалы конференции размещены в системе РИНЦ

**Редакционная коллегия:** д.э.н., профессор С.И. Ашмарина; д.э.н., доцент А.В. Павлова (отв. редакторы); д.э.н., профессор В.А. Пискунов; д.э.н., профессор А.П. Жабин; к.с.н., доцент Е.В. Ширнина; д.э.н., профессор М.Е. Коновалова; д.п.н., профессор Э.П. Печерская; к.э.н., доцент Н.В. Никитина; д.ю.н., доцент С.П. Бортников; к.п.н., доцент В.В. Мантуленко; И.А. Плаксина (отдел сопровождения конкурсов и грантов); к.э.н. В.В. Климук; доцент Г.Я. Житкевич; к.э.н., доцент М.К. Толымгожинова; к.э.н., доцент А.С. Койчубаев; Д.В. Алешкова (отв. секретарь-референт)

НЗ4 **Наука XXI века: актуальные направления развития** : сборник научных статей IX Международной научно-практической конференции, 15 сентября 2020 года / редколлегия: С.И. Ашмарина, А.В. Павлова (ответственные редакторы) [и др.] ; Самарский государственный экономический университет. - Самара : Изд-во СГЭУ, 2020. - Вып. 2, ч. 1. - 233 с.

ISBN 978-5-00176-028-3 - ISBN 978-5-00176-029-0 (ч. 1)

Сборник научных статей IX Международной научно-практической конференции «Наука XXI века: актуальные направления развития» посвящен рассмотрению комплекса научно-теоретических и методических вопросов развития общества в современных экономических условиях в следующих областях: региональная экономика; экологические науки; социологические науки и политология; филологические науки и языкознание; исторические науки; экономические науки и менеджмент; математико-статистические науки; информационные технологии в образовании, экономике и менеджменте; философские науки; юридические науки.

В представленных статьях дается анализ теоретических и методических подходов экономического и организационного развития в современных условиях, предлагаются новые научно-методические направления инновационного развития экономики и общества.

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

УДК 001  
ББК Ч 215

# РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

УДК 336  
Код РИНЦ 06.00.00

## РЕГИОНАЛЬНАЯ ПОДДЕРЖКА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

© 2020 Архипова Наталья Анатольевна  
кандидат экономических наук, доцент  
Самарский государственный экономический университет  
E-mail: arhipova2007@list.ru

**Ключевые слова:** субсидии, сельское хозяйство, меры поддержки.

Проанализированы меры по стимулированию развития отрасли сельского хозяйства в регионе, выявлены особенности государственной поддержки организаций АПК.

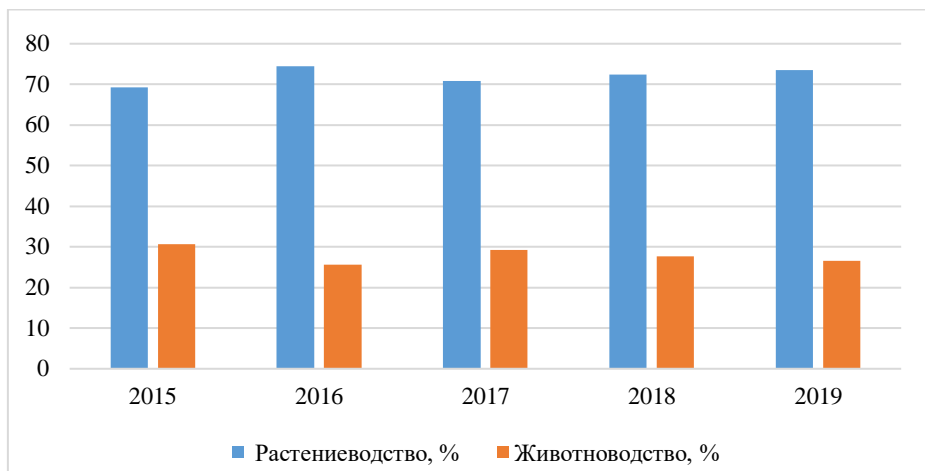
В современных условиях агропромышленный комплекс Самарской области получил новое развитие. Наблюдается подъем, как растениеводческого, так и животноводческого направления. В 2018-2019 гг. в Самарской области произошла переориентация сельскохозяйственного производства с животноводческого направления на растениеводческое, в котором сосредоточено более 60% от общего объема произведенной продукции сельского хозяйства области (табл. 1). Это объясняется тем, что в рыночных условиях сельхозпроизводители стремятся производить продукцию, пользующуюся повышенным спросом (подсолнечник и зерно).

*Таблица 1*

**Удельный вес продукции растениеводства и животноводства Самарской области в общем объеме продукции АПК всех категорий хозяйств**

Направление	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.
Растениеводство, %	56,9	63,3	62,9	63,2	65,0
Животноводство, %	43,1	36,7	37,1	36,8	35,0

Тенденция преобладания растениеводства наблюдается у всех категорий хозяйств исследуемого региона. Среди сельхозпроизводителей-организаций Самарской области на протяжении 2015 - 2019 гг. также наибольший удельный вес прослеживается по выращиванию сельхозкультур (см. рисунок).



**Рис. Производство сельскохозяйственной продукции сельскохозяйственными организациями Самарской области**

Важную роль в подъеме агропромышленной отрасли сыграла государственная региональная поддержка сельхозпроизводителей.

Мероприятия по развитию и стимулированию отрасли сельского хозяйства в настоящее время приобретают особое значение<sup>1</sup>.

1. Осуществляется корректирование бюджетной политики, она осуществляется за счет предоставления дополнительных средств на подъем данной отрасли в России. Сначала выбираются приоритетные и перспективные направления деятельности сельскохозяйственных компаний, прежде всего нуждающиеся в поддержке. После этого утверждаются субсидии ставок процентов по кредитным и заемным средствам, получаемым на расширение и пополнение, дооборудование внеоборотных и оборотных активов субъектов данной отрасли. Предоставление льготных кредитов кредитными организациями со сниженными процентными ставками и длительным сроком действия договоров.

2. Предоставляются бюджетные дотации сельхозпроизводителям на компенсацию убытков при ущербе при получении плохого урожая. Дотации получают также те компании, которые не увеличили стоимость своей продукции, в связи с её высокой социальной значимостью, в связи с чем получили убыток от недополучения дохода.

3. Разрабатываются специфические формы страхования, в целях защиты сельхозпроизводителей от неблагоприятных обстоятельств в процессе осуществления деятельности, в целях сохранения бизнеса и уменьшения убытков.

4. Осуществление мероприятий по планированию инвестиций в отрасли сельского хозяйства. Разрабатываются проекты поддержки и составляются прогнозы развития на перспективу.

С 2019 года Самарская область принимает участие национальном проекте «Международная кооперация и экспорт»<sup>2</sup>. В его составе федеральный проект «Экс-

порт продукции АПК», в соответствии с ним к началу 2025 экспорт сельхозпродукции достигнет величины в 45 млрд долларов. Основными факторами при этом выступают: производство новой товарной массы, формирование экспортно-ориентированной товаропроводящей инфраструктуры, устранение преград (тарифных и нетарифных) для поступления сельхозтоваров на целевые рынки, осуществление мероприятий по продвижению и позиционированию сельскохозяйственной продукции. В 2019 году результатом участия Самарской области в региональном проекте стал экспорт сельхозпродукции в размере 0,22 млрд. долларов.

В рамках реализации проекта проводится государственная поддержка, в частности:

- предоставление субсидий для покрытия расходов в связи с производством сельскохозяйственной продукции в части затрат на проведение гидромелиоративных и культуртехнических мероприятий на землях сельскохозяйственного назначения. В 2019 году вовлечено в оборот выбывших сельскохозяйственных угодий для выращивания экспортно-ориентированной сельскохозяйственной продукции в объеме 1,440 тыс. га;

- субсидирование презентационных мероприятий на выставках в целях представления региона на международном уровне.

Таблица 2

#### Направления использования субсидий

Тип субсидии	Направления использования
Компенсирующая	<ul style="list-style-type: none"> <li>- на осуществление комплекса агротехнологических работ в растениеводстве по ставке на 1 гектар посевной площади;</li> <li>- на поддержку собственного производства молока - по ставке на 1 килограмм молока;</li> <li>- на поддержку племенного животноводства по ставке на 1 голову сельскохозяйственного животного;</li> <li>- на поддержку элитного семеноводства - по ставке на 1 гектар посевной площади;</li> <li>- на развитие традиционных подотраслей растениеводства и животноводства по ставке на 1 гектар посевных площадей и (или) на 1 голову сельскохозяйственного животного;</li> <li>- на развитие мясного животноводства - по ставке на 1 тонну реализованной и (или) отгруженной на собственную переработку продукции животноводства и (или) по ставке на 1 голову сельскохозяйственного животного;</li> <li>- на уплату страховых премий, начисленных по договорам страхования.</li> </ul>
Стимулирующая	<ul style="list-style-type: none"> <li>для развития приоритетных подотраслей сельскохозяйственной отрасли:</li> <li>- выращивание зерновых и зернобобовых культур; масличных культур; овощей открытого грунта; виноградных насаждений; плодово-ягодных насаждений; льна-долгунца;</li> <li>- развитие специализированного мясного скотоводства; овцеводства;</li> <li>- развитие малых форм хозяйствования.</li> </ul>

В 2020 году в регионах предусмотрено деление субсидий на поддержку по отдельным подотраслям сельского хозяйства и сельскохозяйственного страхования - «компенсирующая» и на стимулирование развития приоритетных подотраслей - «стимулирующая» (табл. 2).

Используя государственную поддержку как источник финансирования, сельскохозяйственная отрасль Самарской области выходит на высокий уровень развития, регион не только обеспечивает потребности российского рынка, но и выходит на международный уровень.

Для всех сельхозпроизводителей, рассчитывающих на получение субсидий, существуют обязательные для выполнения условия: отсутствие задолженности, пеней, штрафов по налогам, сборам и страховым взносам, отсутствие просроченной задолженности перед государственными органами; компания не должна находиться на стадии реорганизации, ликвидации, в отношении организации не введена процедура банкротства; не является иностранными юридическими лицами (или доля участия иностранного лица в уставном капитале не больше пятидесяти процентов). С дальнейшим внедрением нацпроектов развитие сельскохозяйственной отрасли Самарской области будет развиваться и совершенствоваться.

---

<sup>1</sup> Александрин Ю.Н. Совершенствование механизма финансовой поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации // Экономика: теория и практика. - 2018. - №3 (51). - С. 65-74.

<sup>2</sup> Юрченко А.В. Развитие системы государственной поддержки и регулирования малого предпринимательства в России // Молодой ученый. - 2018. - №6. - С. 146-149

## **REGIONAL SUPPORT TO AGRICULTURAL ORGANIZATIONS**

© 2020 Arkhipova Natalya Anatolyevna  
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor  
Samara State University of Economics  
E-mail: arhipova2007@list.ru

**Keywords:** subsidies, agriculture, support measures.

The article is devoted to the analysis of measures to stimulate the development of the agricultural sector in the region, especially state support for agricultural organizations.

## ОЦЕНКА ТЕХНИЧЕСКОГО СОСТОЯНИЯ МНОГОКВАРТИРНЫХ ЖИЛЫХ ЗДАНИЙ

© 2020 Янкина Наталья Александровна\*  
магистрант  
Самарский государственный экономический университет  
E-mail: mibsgasu@mail.ru

**Ключевые слова:** город, многоквартирные жилые дома, техническое состояние жилых зданий, аварийность.

Статья посвящена анализу технического состояния многоквартирных жилых зданий на территории города Самары. Приводятся сведения о нормативных документах, определяющих методы обследования строительных конструкций жилых зданий и признания их аварийными. Анализируются критерии оценки технического состояния многоквартирных домов, показатели износа жилых зданий города Самары. Дается оценка требуемых инвестиций на реализацию муниципальной программы «Переселение граждан из аварийного жилищного фонда на территории городского округа Самара».

В настоящее время в Российской Федерации эксплуатируется огромное количество жилых домов, построенных более 50 лет назад<sup>1</sup>. Основные несущие конструкции таких зданий за период эксплуатации подвергались различным нагрузкам, в том числе многочисленным динамическим воздействиям и воздействиям негативных факторов окружающей среды, поэтому их несущая способность могла существенно снизиться<sup>2</sup>. В связи с этим весьма актуальным является своевременное обследование технического состояния многоквартирных домов, имеющих длительный срок эксплуатации, и их основных несущих конструкций, а также разработка мер по ликвидации аварийного жилья.

Основными нормативными документами, определяющими порядок и состав проведения обследований зданий, являются: СП 13-102-2003 Свод правил по проектированию и строительству. Правила обследования несущих строительных конструкций зданий и сооружений, дата введения 2003-08-21 и ГОСТ 31937-2011 Межгосударственный стандарт. Здания и сооружения. Правила обследования и мониторинга технического состояния, дата введения 2014-01-01. Этими документами определено, что здания и сооружения можно эксплуатировать, если они по результатам выполненной оценки состояния конструкций находятся в нормативном техническом или в работоспособном состоянии. Но, если физический износ конструкций дома превышает 40 % и они характеризуются повреждениями и деформациями, подтверждающими истощение своей несущей способности, то жилое здание следует отнести к аварийному.

---

\* Научный руководитель - **Бальзаников Михаил Иванович**, доктор технических наук, профессор.

По России в целом, средний процент износа многоквартирных домов, сведения о которых размещены в ГИС<sup>3</sup> составляет 32 %. При этом наибольший износ (около 55 %) имеют дома, построенные в период 1920-1940 гг.

В Самарской области средняя величина износа многоквартирных домов составляет 28,3 %. По городам области средняя величина износа колеблется в незначительном диапазоне (табл. 1). Исключение составляют данные только по городу Похвистнево. В этом малом городе анализируемая величина составляет 13,5 %.

Таблица 1

Сведения о величинах износа многоквартирных домов по территориям городов Самарской области<sup>3</sup>

Наименование города	Кол-во многоквартирных домов, по которым имеются сведения об износе	Средний процент износа, %
Жигулевск	293	28,7
Кинель	176	27,3
Новокуйбышевск	667	34,3
Октябрьск	71	21,2
Отрадный	328	39,0
Похвистнево	219	13,5
Самара	6186	28,3
Сызрань	1225	30,3
Тольятти	2195	27,8
Чапаевск	353	29,4

Многokвартирные дома, находящиеся в аварийном состоянии, согласно данным открытых источников<sup>3</sup>, в целом по Российской Федерации составляют около 3 %. При этом, для зданий более ранней постройки присуще большее относительное число (большой процент) домов, находящихся в аварийном состоянии (см. рисунок).

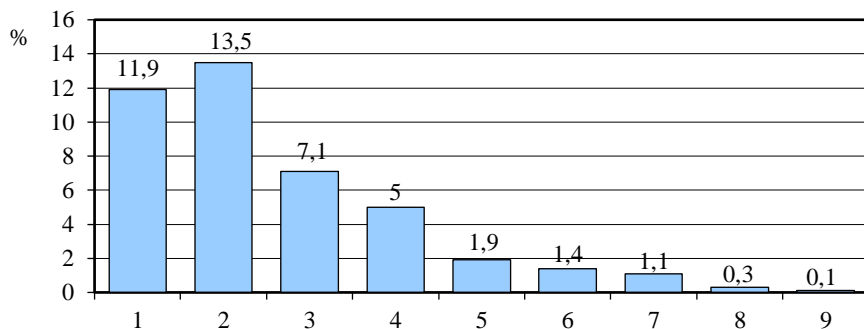


Рис. Сведения об аварийных многоквартирных домах по годам ввода их в эксплуатацию (цифрами обозначены годы ввода зданий в эксплуатацию:

1- 1920-1930; 2 - 1931-1941; 3 - 1942-1952; 4 - 1953-1963; 5 - 1964-1974; 6 - 1975-1985; 7 - 1986-1996; 8 - 1997-2007; 9 - 2008-2019)



Вместе с тем, в Самарской области относительное число аварийных многоквартирных домов составляет 8.1 %, а в столице региона - городе Самара, - анализируемая величина равна 10.1 % (табл. 2). Эти значения существенно выше, чем средняя величина по России.

Таблица 2

**Сведения о количестве аварийных многоквартирных домов, находящихся на территории городов Самарской области<sup>3</sup>**

<b>Наименование города</b>	<b>Кол-во многоквартирных домов, по которым имеются сведения об их исправности</b>	<b>Процент жилых домов, находящихся в аварийном состоянии, %</b>
Жигулевск	544	10.9
Кинель	309	12.9
Новокуйбышевск	700	6,1
Октябрьск	227	11,0
Отрадный	459	8.5
Похвистнево	253	8.7
Самара	8863	10.1
Сызрань	1565	19.9
Тольятти	2315	0.1
Чапаевск	514	15.0

Среди городов области явно выделяется Тольятти, в котором процент аварийных домов составляет всего 0.1 %. Такие данные можно объяснить неполнотой имеющихся сведений, а также тем, что город относительно молодой и активное строительство жилых многоквартирных домов в нем начало развиваться только в 70-е годы прошлого века в связи с возведением Куйбышевской гидроэлектростанции, предприятий химической отрасли и автомобильного завода ВАЗ.

Из приведенных данных следует, что весьма актуальным для Самарской области и города Самары является разработка мер, направленных на ликвидацию аварийного жилья и переселение жителей в благоустроенные квартиры с более комфортными условиями. С этой целью разработана и реализуется муниципальная программа «Переселение граждан из аварийного жилищного фонда на территории городского округа Самара» на 2019-2025 годы, утвержденная постановлением администрации городского округа Самара от 19 апреля 2019 года N 252. Ответственным исполнителем муниципальной программы является департамент градостроительства г.о. Самара<sup>4</sup>. Согласно этому документу, в областном центре уже в 2019-2020 годах подлежат сносу постройки по 23 адресам. Все дома признали аварийными еще в 2012-2013 годах, при этом ввели их в эксплуатацию в период с 60-х годов XIX века до середины XX века. В указанных домах проживают более 700 человек<sup>5</sup>. Общая площадь запланированного к сносу жилья в 2019-2020 годах - более 9000 квадратных метров. В приложении к муниципальной программе приведены адреса 480 домов, подлежащих сносу или реконструкции.

Ожидаемые результаты реализации мероприятий Программы<sup>4</sup>:

- приобретение в муниципальную собственность городского округа Самара более 3600 жилых помещений;

- обеспечение благоустроенным жильем 11 380 человек.

Финансовое обеспечение программы запланировано за счет средств:

- федерального бюджета (средства Фонда содействия реформированию жилищно-коммунального хозяйства) в размере 6157 млн. рублей;

- областного бюджета в размере 817 млн. рублей;

- бюджета городского округа Самара в размере 367 млн. рублей.

Из приведенных данных следует, что город Самара получит более 350 тысяч кв. метров нового жилья для жителей, проживающих в многоквартирных домах, относящихся к категории «аварийные».

---

<sup>1</sup> Бедов А., Знаменский В., Габитов А. Оценка технического состояния, восстановление и усиление оснований и строительных конструкций эксплуатируемых зданий и сооружений. В 2-х частях. Часть 1. Обследование и оценка технического состояния оснований и строительных конструкций эксплуатируемых зданий и сооружений. - Издательство АСВ, 2016, 702 с.

<sup>2</sup> Alpatov V., Balzannikov M. The research of a building covering spatial truss resistance to the progressive destruction in modern CAE-systems / IOP Conference Series: Materials Science and Engineering, 456 (2018), Pp. 012011 (1-6). DOI:10.1088/1757-899X/456/1/012011.

<sup>3</sup> Сайт государственной информационной системы жилищно-коммунального хозяйства: <https://dom.gosuslugi.ru>. Дата обращения: 03.07.2020.

<sup>4</sup> Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации: <http://docs.cntd.ru/document/553253497>. Дата обращения: 05.07.2020.

<sup>5</sup> Сайт Новости Самары: <https://63.ru/text/realty/66245221>. Дата обращения: 07.07.2020.

## ASSESSMENT OF THE TECHNICAL CONDITION OF MULTI-APARTMENT RESIDENTIAL BUILDINGS

© 2020 Yankina Natal'ya Aleksandrovna  
Undergraduate  
Samara State University of Economics  
E-mail: mibsgasu@mail.ru

**Keywords:** city, apartment buildings, technical condition of residential buildings, accident rate.

The article is devoted to the analysis of the technical condition of multi-apartment residential buildings in the city of Samara. Provides information on regulatory documents that determine the methods of inspection of building structures of residential buildings and recognition of their emergency. Criteria of an estimation of a technical condition of apartment buildings, indicators of deterioration of residential buildings of the city of Samara are analyzed. An assessment is made of the required investments for the implementation of the municipal program «Resettlement of Citizens from the Emergency Housing Fund on the Territory of the Samara City District».

# ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 691.666.681.8  
Код РИНЦ 87.00.00

## ЗАВИСИМОСТЬ ЭКОЛОГИИ И ЭКОНОМИКИ ОТ ПАНДЕМИИ

© 2020 Абдрахимов Владимир Закирович  
доктор технических наук, профессор  
Самарский государственный экономический университет  
E-mail: 3375892@mail.ru

**Ключевые слова:** экология, экономика, пандемия, окружающая среда, экологические проблемы, коронавирус, COVID-19.

Глобальная пандемия, которая уносит жизни многих людей, не может рассматриваться фактором, который влечет позитивные и положительные изменения окружающей природной среды, но вызванный из-за пандемии коронавируса карантин безусловно оказал пользу природе. Практически все бактерии и вирусы, в отличие от человечества, многообразнее и значительно быстрее и активнее размножаются. С бактериями и вирусами, как и в любом экологическом споре, лучше и необходимо «договариваться», т.е. компромисс сосуществования должен быть взаимовыгодным, а взаимный ущерб и угрозы жизни должны быть минимизированы. Исторические наблюдения и ряд научных исследований показывают, что потерявшие работу и к тому же голодающие люди заботятся о природе не более, чем даже управляющие вредными предприятиями (например, прецеденты убийства животных ради пищи безработными голодающими могут вызвать пандемию).

**Зависимость экологии от пандемии.** Безусловно, глобальная пандемия, которая уносит жизни многих людей не может рассматриваться способом, который может вызвать позитивные и положительные изменения окружающей природной среды, но вызванный из-за пандемии коронавируса карантин оказал пользу природе<sup>1-3</sup>. Но, к сожалению, экстренная изоляция не окажет долгосрочный на экосистемы положительный эффект. Но в некоторых случаях есть надежда на долгосрочный эффект, например в Китае введен запрет на торговлю дикими животными, который начал действовать после обнаружения в г. Ухань очага инфекции коронавируса<sup>4-5</sup>.

Пока многие государства закрывают свои границы и при этом еще и вводят всеобщий карантин, который усиливает состояние тревожности, пандемия коронавируса положительно повлияла на мировую экологию, например, над Китаем,

Америкой и Европой по данным ВОЗ воздух стал чище, чище стали и мутные воды в каналах Венеции<sup>6-8</sup>.

Еще с начала нашей эры хорошо известен человечеству экологический эффект, который возникнул от эпидемии сначала в Эфиопии, Египте, Византии и на протяжении VI века свирепствовала под названием «юстинианова чума», затем эта чума перекинулась в Европу и погубила около 125 млн. человек, но этот эффект положительно воздействовал на флору и фауну планеты. В момент возникновения и распространения эпидемии из-за масштабной вырубке лесов римлянам на территории современной Италии грозила не только опустынивание, но и вымирание диких животных, но за время эпидемии чумы леса восстановились и существуют до сих пор.

В 2020 году уже заметно повлияла пандемия коронавируса не только на чистоту воздуха, но и водоемы. Кроме того, в крупные города в время режима изоляции вернулись почти исчезнувшие во время режима изоляции птицы, рыбы и животные.

Уровень транспортной загруженности Нью-Йорка в марте 2020-го по данным Колумбийского университета США сократился на 35 % по сравнению с данными 2019 года, а выбросы угарного газа - на 50 %. А по данным ВОЗ в феврале в Китае на 25% сократились выбросы CO<sub>2</sub> по сравнению с 2019 годом, а уровень NO<sub>2</sub> стал ниже на 37 %<sup>9-12</sup>. В Китае. Многие эксперты сходятся на том, что возможно с Китаем будут существенные ограничения по торговым контрактам для предотвращения новой волны распространения эпидемии, так как в Пекине иницировался вирус и если в поднебесной не смогут доказать, что данный вирус не имеет лабораторную природу, то в отношении этой страны будут введены санкции. Но именно в Китае сосредоточены и доминирующая доля производства составных элементов экологически безопасной инфраструктуры, например солнечные панели, аккумуляторы для электромобилей, ветровые турбины и т.д.

Снижение мировых цен на нефть повлечет за собой снижение конкурентоспособности и электромобилей, а при переносе их производства из Китая в страны с более дорогой рабочей силы возможности распространение этого экологически чистого транспорта стремится к нулю.

Исследования многих ученых показало, что пандемия коронавируса действительно положительно влияет на экологическое состояние природы, например авиасообщение международное сократилось резко, а фондовые рынки резко обвалились, также как и цена на нефть, потянув за собой мировую экономику, которая оказалась на пороге новой рецессии. Но снижение, как показывают исследования, потребления ископаемого топлива значительно сокращает выбросы углекислого газа от его сжигания.

Президент Российской Экологической Академии, председатель научного совета РАН по глобальным экологическим проблемам Владимир Грачёв считает, что из-за сокращения авиационного сообщения, остановки и сокращения различных производств, которые снижают потребления энергии, и сжигание топлива значительно улучшило качество воды и воздуха. В каналах Венеции осадок ушел на дно, из-за того что гондолы перестали возить тысячи туристов вода стала про-

зрачной и люди смогли увидеть наконец плавающих рыб. Вовремя пандемии произошел интересный случай в штате Пенджаб Индии там жителям вновь открылся вид на снежные вершины Гималаев, которые они не видели более 30 лет на расстоянии 200 км из-за густого смога. В Китае количество выбросов диоксида углерода сократилось в феврале на 25%, из-за падения производства на 15-40% Концентрация диоксида азота над китайским городом Ухань за несколько месяцев значительно уменьшилась, так показали спутниковые снимки НАСА, красный цвет, означающий высокий уровень загрязнения, сменился на голубой.

Экономика при пандемии - новая экология. При пандемии приходится выбирать между экологией и экономикой, между заработной платой населения и заботой о природе, которая в чистом виде способствует укреплению здоровья человека. В последние годы во многих передовых странах ведущее место на международных повестках заняла тема по изменению климата, а пандемия показывает обоснованность такого беспокойства, так как глобальное потепление считается комфортной средой для вируса.

Практически все бактерии и вирусы в отличие от человечества многообразнее и значительно быстрее и активнее размножаются. С бактериями и вирусами, как и в любом экологическом споре лучше и необходимо «договариваться», т.е. компромисс сосуществования должен быть взаимовыгодным, а взаимный ущерб и угрозы жизни должны быть минимизированы. При противостоянии человечества с микробами, вирусами и бактериями необходимо выработать методы с учетом того, что в микробиоте не только враги, но и друзья человека, а в отдельных случаях они являются охранниками не только здоровья, но и жизни, как и многие элементы живой и костной окружающей нас среды обитания в водных бассейнах, лесах и почвенном покрове.

Экономический спад должен переключить, вероятно, правительство не только на вопросы поддержки хозяйствующих субъектов, но и развитие здравоохранения, образования и другие остроактуальные социальные вопросы и задачи. Основная комплексная работа хозяйствующих субъектов должна быть направлена на сохранение окружающей среды методом рационального природопользования при значительном сокращении антропогенного воздействия на ноосферу, которая называется экологическим менеджментом<sup>4</sup>.

**Многие активисты из партии «зеленых» считают пандемию** подходящей возможностью для того, чтобы изменить парадигму мироустройства, ценностных экосистем. Они считают, что власти имеют на месте разрушенной экономики редчайшую возможность построить новую модель торгово-производственных связей, рынка с повышенной долей государственного контроля, а значит социальной ответственности предприятий перед окружающей природной средой. Активисты партии «Зеленые» считают, что экологическая ориентация, по отношению к экономической, в этом случае должна служить критерием отбора экологически чистых технологий. Такая ориентация и вложенные инвестиции не могут гарантировать результаты экономического роста.

В Германии опубликованный социологический опрос партия «Зеленые» 1 июня впервые в истории по популярности опередила все остальные политические

немецкие партии включая даже христианских демократов, которыми руководит Ангела Меркель. Это подтвердили 8 июня итоги опроса, которые показали, что рейтинг «Зеленых» достиг 27%, а рейтинг ХДС+ХСС составил 26%. А за третье место борются социал-демократы и правые из «Альтернативы для Германии» рейтинг их составил не более 13%. Партия «Зеленые» Германии на выборах, состоявшихся в конце мая заняли впервые второе место, рейтинг их составил 20,5%, а у христианских демократов - 28,9%. Немцев сейчас больше всего волнует, как показали исследования, проводившиеся перед выборами в Европарламент, состояние окружающей природной среды, а это главное в программе партии «Зеленых». В программе «Зеленых» есть еще, по мимо защиты окружающей среды, которые отвечают требованиям немецкого населения, например 68% немцев не верят больше, что США - самый надежный партнер Евросоюза

Ряд ученых считают, что отказ от вредных производств и их поддержки приведет к сокращению численности работающих, что грозит «африканизацией» общества. Например, при малом количестве вредных производств в центральной Африке ожидается весьма низкий уровень жизни этого населения, что приведет к непропорциональным негативным экологическим эффектам. Исторические наблюдения и ряд научных исследований показывают, что потерявшие работу, а тем более еще и голодающие люди практически не заботятся о природе, чем даже управляющие вредными предприятиями, например, прецеденты убийства животных, как источников пищи, безработными голодающими могут вызвать пандемию.

Именно исследования по проблемам взаимоотношений человека и животных с экосистемой на уровне микромира - области природы, которая доступна человечеству только посредством приборов (ИК- спектры, электронные микроскопы и т.д.) позволит выявить COVID-19 - инфекционное заболевание, вызванное новым видом коронавирусов (коронавирусы - это семейство РНК-содержащих вирусов, которые чаще всего вызывают заболевания у животных), которым человек предположительно заразился от животных (точный источник заражения пока не установлен).

**Заключение.** К эпидемическим и пандемическим обострениям основной готовности человечества должна стать скорректированная программа формирования именно экологической культуры с участием экологического менеджмента, который должен включить в себя программы новых форм безопасного общения между людьми в периоды развития эпидемий путем системного тестирования людей. Человечество должно быть готова к противостоянию повторяющимися циклам эпидемий, обязательным вакцинированием (при наличии и создании необходимых медикаментов), при этом должен быть, безусловно, мониторинг и регулирование массовых форм социального общения между людьми на весь период, который охватывает опасный уровень эпидемических заболеваний. Такая работа не только очень сложная, но и дорогостоящая должна восприниматься различными обществами: гражданскими, военными и др. как элемент обеспечения национальной безопасности от невидимого врага (к которым относится коронавирус COVID-19); научить и приучить основную массу населения на период

до выработки, называемого в медицине «коллективного иммунитета» к самоконтролю с ограничением прав и частичной свободы, исключить бесконтрольность каждого гражданина по отношению к обществу. К основной задаче необходимо отнести и внимание к формированию новых форм экологической культуры не только у взрослых, но и у детей и школьников. Причем в названии Национальный проект «Экология», обучающееся население должно знать, что термин «экология» не имеет отношения к науке «экология», а употребляется только в значениях близких к понятию охрана окружающей природной среды.

Человечество должно знать, что в период затихания эпидемий и пандемий необходимо организовать поэтапное и безопасное возвращение людей, которые были подвергнуты эпидемии, к массовым общественным коммуникациям в повседневной жизнедеятельности с помощью значительных работ психологов и психиатров. Основная часть благоразумного населения должна избавиться от беспечности и безответственности не только в отношении себя, но и к окружающим, не осведомленных об потенциальных опасных патологиях.

Необходимо отметить, что перегрузка искусственной среды обитания, которую создал человек, избыточным перепотреблением услуг и товаров, снижает иммунные потенциалы людей, их избыточным перекармливанием, например антибиотиками, а также их применения для кормления животных и домашних птиц повышают мутацию вирусов, увеличение количества людей к неготовности к быстрой реакции на появившуюся новую опасность, которая связана с них мутированием. Остановить быстро такое мутирование обществу вряд ли удастся, но снизить такую опасность нужно и можно.

---

<sup>1</sup> Абдрахимов В.З. Концепция современного естествознания. Самара: СГЭУ, 2015. 340 с.

<sup>2</sup> Абдрахимов В.З., Кайракбаев А.К. Экологический менеджмент. Актобе. Учреждение Актюбинского университета имени академика С. Баишева. 2019. 240 с.

<sup>3</sup> Chaolin Huang, Yeming Wang, Xingwang Li, Lili Ren, Jianping Zhao. Clinical features of patients infected with 2019 novel coronavirus in Wuhan, China (англ.) // The Lancet. - Elsevier, 2020. Vol. 395, iss. 10223 P. 497-506. - ISSN 1474-547X 0140-6736, 1474-547X. - doi:10.1016/S0140-6736(20)30183-5. Архивировано 31 января 2020 г. года.

<sup>4</sup> Кальнер В.Д. Пандемический анализ окружающей среды обитания // Экология и промышленность России. 2020. Т. 24. №6. С. 1-2.

<sup>5</sup> Наименование заболевания, вызванного коронавирусом (COVID), и вирусного возбудителя. Всемирная организация здравоохранения. Дата обращения 27 июня. 2020 г.

<sup>6</sup> Coronavirus Update (Live) (англ.). Worldometer. Дата обращения 11 февраля 2020. Архивировано 22 марта 2020 года.

<sup>7</sup> Ранее неизвестный коронавирус - Китай. Всемирная организация здравоохранения (12 января 2020). Дата обращения 27 июня 2020.

<sup>8</sup> Chaolin Huang, Yeming Wang, Xingwang Li, Lili Ren, Jianping Zhao. Clinical features of patients infected with 2019 novel coronavirus in Wuhan, China (англ.) // Lancet. - 2020. - Vol. 395, iss. 10223. - P. 497-506. - ISSN 0140-6736. - doi:10.1016/S0140-6736(20)30183-5.

<sup>9</sup> Заявление по итогам второго совещания Комитета по чрезвычайной ситуации в соответствии с Международными медико-санитарными правилами, в связи со вспышкой за-

болевания, вызванными новым коронавирусом 2019 г. (nCov) Всемирная организация здравоохранения (30 января 2020). Дата обращения 27 июня 2020 г.

<sup>10</sup> Botoa Xiao. The possible origins of 2019-nCoV coronavirus (англ.) (недоступная ссылка). ResearchGate (14 February 2020). Дата обращения 13 мая 2020. Архивировано 19 февраля 2020 года.

<sup>11</sup> How COVID-19 Spreads (англ.). Centers for Disease Control and Prevention. Дата обращения 27 июня 2020.

## ENVIRONMENTAL AND ECONOMIC DEPENDENCE ON THE PANDEMIC

© 2020 Abdrakhimov Vladimir Zakirovich  
Doctor of Technical Sciences, Professor  
Samara state University of Economics  
E-mail: 3375892@mail.ru

**Keywords:** ecology, economy, pandemic, environment, environmental problems, coronavirus, COVID-19.

A global pandemic that takes the lives of many people cannot be considered in a way that can cause positive and positive changes to the natural environment, but the quarantine caused by the coronavirus pandemic has benefited nature. Almost all bacteria and viruses, unlike humanity, are more diverse and multiply much faster and more actively. With bacteria and viruses, as in any environmental dispute, it is better and necessary to "negotiate", i.e. the compromise of coexistence should be mutually beneficial, and mutual damage and threats to life should be minimized. Historical observations and a number of scientific studies show that people who have lost their jobs, and even more so people who are gnawing, do not care about nature, even if they manage harmful enterprises, for example, the precedents of killing animals as food sources by unemployed starving people can cause a pandemic.

УДК 691.666.681.8

Код РИНЦ 87.00.00

## ЭКОЛОГИЯ И ПАНДЕМИЯ

© 2020 Абдрахимов Владимир Закирович  
доктор технических наук, профессор  
Самарский государственный экономический университет  
E-mail: 3375892@mail.ru

**Ключевые слова:** экология, окружающая среда, экологические проблемы, пандемический коронавирус, COVID-19.

В настоящее время человечество интересуется вопросом, который раньше его мало интересовал, - постоянно развивающийся технический прогресс и его негативное влияние на окружающую природную среду, в связи с чем не только загрязняется воздух, но и выми-



рают многие виды растений и животных. Еще в конце 2019 г. многие ученые и общественные деятели передовых стран считали, что малоизвестный миру коронавирус COVID-19 на постиндустриальную глобальную экономику не повлияет. Однако темпы его распространения по всему земному шару были столь стремительны, что заставили мировую общественность быстро изменить свое мнение. Населению всех стран, подвергнувшихся пандемии, необходимо знать, что в основном вирус серии SARS-CoV-2 передается при тесном контакте, чаще всего через небольшие дыхательные капли, образующиеся при кашле, разговоре и чихании. Безусловно, глобальная пандемия, которая уносит жизни многих людей, не может рассматриваться фактором, который влечет позитивные и положительные изменения окружающей природной среды, но вызванный из-за пандемии коронавируса карантин безусловно оказал пользу природе.

**Экология.** Из двух греческих слов состоит термин «экология»: «ойкос» - дом, а «логос» - наука, т.е. наука о доме, но на самом деле это понятие гораздо многограннее, шире и даже интереснее для человека, который намерен дружить с природой и вести правильный образ жизни<sup>1</sup>. Большое значение для планеты и человечества имеет окружающая природная среда, особенно если эта среда обитания не загрязнена. В 21 веке не решена проблема рационального использования природных ресурсов, неправильное использования которых способствует загрязнению воздуха, который становится причиной преждевременных смертей от болезней органов дыхания и сердца сотен тысяч людей<sup>2</sup>. Загрязненный воздух в целом у каждого человека забирает до трех лет жизни.

В государственном университете штата Колорадо (США) ученые доказали, что на нашей планете самый чистый воздух находится у берегов Антарктиды, потому что именно нижние слои воздуха атмосферы над Южным морем является нетронутым вредными аэрозолями от антропогенной деятельности людей.

Для биосферы нашей планеты безусловно важен углекислый газ (CO<sub>2</sub>), но не таких количествах, которые сегодня выбрасывают 10 стран мира, млн. т CO<sub>2</sub> в год: 1). Китай -- 10357; 2). США - 5414; 3). Индия -2274; 4. 4) Россия - 1617; 5). Япония - 1237; 6) Германия - 798; 7) Иран - 698; 8) Саудовская Аравия - 601; 9) Южная Корея - 598; 10) Канада - 557.

Четвертое место России по выбросу углекислого газа Челябинская область и города Сибири, которые относятся к индустриальным: Ангарск, Братск, Красноярск, Новокузнецк и Новосибирск, эти города производят больше в атмосферу выбросов, чем многомиллионная Москва. А город Карабаш, находящийся в Челябинской области, был признан зоной экологического бедствия, его даже в средствах массового издательства называют самым загрязненным в мире городом. В России, кроме Карабаша к самым опасным городам для проживания относятся города Красноярск, Магнитогорск и Норильск.

В настоящее время экология изучает абсолютно все действия и воздействия человеческой деятельности на окружающую среду и живую природу. Кроме того, в настоящее время человечество интересуется вопросом, который раньше мало интересовал - это постоянно развивающийся технический прогресс и влияние его на окружающую природную среду, в связи, с чем не только загрязняется воздух, но и вымирают многие виды растений и животных. Во многих странах мира, в

том числе и в России, миллионы активистов из партии «зеленых» постоянно решают экологические проблемы, постепенно, пусть хоть и не немного, но улучшают нынешнее положение дел, которое связано с окружающей природной средой.

Хотя сегодня, как было указано выше, определение «экология» стало шире и стало применяться по разным поводам, не всегда соответствующее этому понятию, но, по-видимому, этот процесс не обратим. Тем не менее, чрезмерное расширение определения «экология» должно быть не допустимо, поэтому экологи и ученые ввели несколько основных видов экологии:

а) экология биосферы, в которой изучается среда обитания людей и досконально рассматриваются глобальные проблемы и изменения окружающей среды;

б) промышленная экология, где изучаются влияния на окружающую среду человеческой деятельности, которая в свою очередь связана с промышленным производством;

в) отраслевая экология представляет большой интерес, так как в ней рассматриваются в отдельности каждая отрасли человеческого познания;

г) сельскохозяйственная экология, в которой рассматривают закономерные воздействия на природу сельскохозяйственных предприятий и объектов;

д) экология эволюционного развития, в которой результаты воздействия эволюционных процессов влияют на внешнюю среду;

е) в экологии валеология рассматривает в первую очередь существование человечества и качество его здоровья, а это поможет медицине;

ж) геология осуществляет в области геосферы и обитателей планеты различные исследования;

з) морская и океаническая экология занимается рассмотрением вопросов, которые связаны с загрязнениями водного бассейна (среды) и направлены на исправление ситуации;

и) социальная экология направлена на рассмотрение в области социальных проблем чистоту решений, возникнувших проблем;

к) экология экономики направлена для решения волнующих человечество проблем разработанные алгоритмы в виде рационального распределения и эксплуатации ресурсов.

Все представленные виды экологии не являются постоянными, а преумножаются и дополняются, но каждое из них направлено на решение мировых экологических проблем, основная задача которых заключается в сохранении и преумножении всех видов живых организмов, чтобы не дать погибнуть нашей планете раньше отведенного срока.

**Пандемия.** В настоящее время человечеству в основном известны два вида массового заболевания: эпидемия и пандемия. Чаще всего под эпидемией понимается вспышка заболевания, которая, как правило, фиксируется в одной стране или среди какой-нибудь популяции. В большой российской энциклопедии под эпидемией понимается инфекционная какая-либо болезнь, уровень распространения которой превышает значительно обычной заболеваемости на исследуемой территории.

В отличие от эпидемии заболевания при пандемии выходят за пределы одной страны и приобретают более массовые масштабы. Таким образом, пандемия - это эпидемия, которая характеризуется массовым распространением заболевания инфекционного характера на территорию всего государства, сопредельных территорий стран, а иногда и большинства государств мира.

Еще в 2005 году сотрудники ВОЗ (Всемирная организация здравоохранения) разработали Международные медико-санитарные правила (ММСП) и шкалу, которая включает по возникновению и развитию эпидемий шесть фаз: от фазы с низким уровнем заражения -1 до пандемической, относящиеся к 6 фазе. По этой шкале пандемией в 2009 году была объявлена вспышка болезни, которая была вызвана вирусом H1N1, названной свиным гриппом, но ВОЗ стали обвинять в том, что она создает панику, но, тем не менее, многие страны стали закупать вакцины в больших количествах, намного превышающие реальную потребность в них. «Свиной грипп» по данным ВОЗ в 2012 году затронул 30% всего населения Земли и охватил 214 стран, в результате этой болезни погибло 284,5 тыс. человек. После 2009 года пять раз ВОЗ объявляла чрезвычайные ситуации, которые были объявлены международного значения: в 2014 году полиомиелит и вирус Эболы; в 2016 и 2018 годах - вирус Зика; 30 января 2020 года чрезвычайная ситуация было объявлена в связи с коронавирусом 2019-nCoV. ВОЗ коронавирус 2019-nCoV считает одноцепочечный РНК-содержащий вирус, который был впервые обнаружен в конце декабря 2019 года после тестирования нуклеиновой кислоты у пациента на положительной пробе во время вспышки пневмонии в Китае городе Ухане в 2019-2020 годах.

В настоящее время, по данным ВОЗ (Всемирная организация здравоохранения), пандемия после Китая охватило более чем 188 стран мира, а ее жертвами на 29 июня 2020 года стали более 10,1 млн. человек, что привело более чем 501000 смертей<sup>3, 4</sup>. Текущая глобальная пандемия COVID-19 - это пандемия коронавирусной инфекции, которая была вызвана коронавирусом серии SARS-CoV-2<sup>3-5</sup>. Впервые и первые вспышки глобальной пандемии COVID-19 были отмечены и зафиксированы в Китае г. Ухане в декабре 2019 году<sup>6, 7</sup>, а уже 30 января 2020 года ВОЗ эту вспышку объявила в области общественного здравоохранения чрезвычайной ситуацией, которая имеет международное значение и исходя из этого вынуждена была объявить 11 марта - пандемией<sup>8, 9</sup>. Генеральным директором Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ) Тедросом Адханом Гебрейесусом В ТАСС-ДОСЬЕ 11 марта 2020 года было заявлено, что ситуация с распространением болезни, вызванной коронавирусом нового типа (2019-nCoV), "расценена как пандемия".

Многие ученые считают, что ВОЗ своевременно объявила пандемию, скорее всего для того, чтобы предупредить многие страны более серьезнее относиться коронавирусу и более тщательно не только следить, но и соблюдать меры предосторожности.

Населению всех стран, подвергнувшихся пандемии необходимо знать, что в основном вирус серии SARS-CoV-2 передается при тесном контакте, но чаще всего через даже небольшие дыхательные капли, которые могут образовываться

даже через небольшие дыхательные капли, образующиеся при кашле, разговоре и чихании. Дыхательные капли попадают на поверхности предметов и землю и не перемещаются по воздуху на большие расстояния, но тем не менее такие капли могут возникать при речи и могут оставаться в воздухе в течение 20-30 минут. Заражение также возможно, хотя и не часто, после прикосновения руками к зараженной поверхности, а затем к лицу. Инфекционный период в большинстве случаев наиболее заразен в течение первых трех суток после чего появляются первые симптомы, хотя распространение вируса возможно и до появления симптомов заболевания и даже через людей, не проявляющих таких симптомов.

К распространенным симптомам пандемии коронавирусной инфекции относятся: аносмия (потеря обоняния), утомление, кашель, одышка и лихорадка, а если не обратиться за помощью к врачу возникнут осложнения, например, острый респираторный дистресс-синдром и воспаление легких (пневмония). Отрезок времени от момента заражения (инкубационный период) до появления симптомов болезни в одних случаях составляет около пяти дней, а других случаях может составлять от двух до четырнадцати дней. Пока в настоящее время учеными не разработаны ни одной вакцины против пандемии коронавирусной инфекции COVID-19 или противовирусного препарата. Во многих странах первичное лечение от коронавирусной пандемии проводится при помощи устранения отдельных симптомов и повышения комфорта, а в качестве профилактических мер настоятельно рекомендуют мыть руки с мылом, сохранять дистанцию, не менее 2 м от других людей, ношение в общественных местах масок и прикрывать при кашле рот, а также самоизоляцию для людей, подозреваемых в том, что они изолированы, и, наконец, провести мониторинг.

Администрация и органы власти во всех странах мира для предотвращения распространения вируса приняли ответные меры, введя ограничения на путешествия, контроль риска на рабочем месте, а в крайнем случае закрытия объектов.

**Зависимость экологии от пандемии.** Безусловно, глобальная пандемия, которая уносит жизни многих людей не может рассматриваться способом, который может вызвать позитивные и положительные изменения окружающей природной среды, но вызванный из-за пандемии коронавируса карантин оказал пользу природе. Но, к сожалению, экстренная изоляция не окажет долгосрочный эффект на экосистемы положительный эффект. Но в некоторых случаях есть надежда на долгосрочный эффект, например в Китае введен запрет на торговлю дикими животными, который начал действовать после обнаружения в г. Ухань очага инфекции коронавируса.

Пока многие государства закрывают свои границы и при этом еще и вводят всеобщий карантин, который усиливает состояние тревожности, пандемия коронавируса положительно повлияла на мировую экологию, например, над Китаем, Америкой и Европой по данным ВОЗ воздух стал чище, чище стали и мутные воды в каналах Венеции.

Еще с начала нашей эры хорошо известно человечеству экологический эффект, который возникнул от эпидемии сначала в Эфиопии, Египте, Византии и на протяжении VI века свирепствовала под названием «юстинианова чума», затем

эта чума перекинулась в Европу и погубила около 125 млн. человек, но этот эффект положительно воздействовал на флору и фауну планеты. В момент возникновения и распространения эпидемии из-за масштабной вырубке лесов римлянам на территории современной Италии грозила не только опустынивание, но и вымирание диких животных, но за время эпидемии чумы леса восстановились и существуют до сих пор.

В 2020 году уже заметно повлияла пандемия коронавируса не только на чистоту воздуха, но и водоемы. Кроме того, в крупные города в время режима изоляции вернулись почти исчезнувшие во время режима изоляции птицы, рыбы и животные.

Уровень транспортной загруженности Нью-Йорка в марте 2020-го по данным Колумбийского университета США сократился на 35 % по сравнению с данными 2019 года, а выбросы угарного газа - на 50 %. А по данным ВОЗ в феврале в Китае на 25% сократились выбросы CO<sub>2</sub> по сравнению с 2019 годом, а уровень NO<sub>2</sub> стал ниже на 37 %. В Китае. Многие эксперты сходятся на том, что возможно с Китаем будут существенные ограничения по торговым контрактам для предотвращения новой волны распространения эпидемии, так как в Пекине инициировался вирус и если в поднебесной не смогут доказать, что данный вирус не имеет лабораторную природу, то в отношении этой страны будут введены санкции. Но именно в Китае сосредоточены и доминирующая доля производства составных элементов экологически безопасной инфраструктуры, например солнечные панели, аккумуляторы для электромобилей, ветровые турбины и т.д.

---

<sup>1</sup> Абдрахимов В.З. Концепция современного естествознания. Самара: СГЭУ, 2015. 340 с.

<sup>2</sup> Абдрахимов В.З., Кайракбаев А.К. Экологический менеджмент. Актобе. Учреждение Актобинского университета имени академика С. Баишева. 2019. 240 с.

<sup>3</sup> Chaolin Huang, Yeming Wang, Xingwang Li, Lili Ren, Jianping Zhao. Clinical features of patients infected with 2019 novel coronavirus in Wuhan, China (англ.) // The Lancet. - Elsevier, 2020. Vol. 395, iss. 10223 P. 497-506. - ISSN 1474-547X 0140-6736, 1474-547X. - doi:10.1016/S0140-6736(20)30183-5. Архивировано 31 января 2020 г. года.

<sup>4</sup> Кальнер В.Д. Пандемический анализ окружающей среды обитания //Экология и промышленность России. 2020. Т. 24. №6. С. 1-2.

<sup>5</sup> Наименование заболевания, вызванного коронавирусом (COVID), и вирусного возбудителя. Всемирная организация здравоохранения. Дата обращения 27 июня. 2020 г.

<sup>6</sup> Coronavirus Update (Live) (англ.). Worldometer. Дата обращения 11 февраля 2020. Архивировано 22 марта 2020 года.

<sup>7</sup> Ранее неизвестный коронавирус - Китай. Всемирная организация здравоохранения (12 января 2020). Дата обращения 27 июня 2020.

<sup>8</sup> Chaolin Huang, Yeming Wang, Xingwang Li, Lili Ren, Jianping Zhao. Clinical features of patients infected with 2019 novel coronavirus in Wuhan, China (англ.) // Lancet. - 2020. - Vol. 395, iss. 10223. - P. 497-506. - ISSN 0140-6736. - doi:10.1016/S0140-6736(20)30183-5.

<sup>9</sup> Заявление по итогам второго совещания Комитета по чрезвычайной ситуации в соответствии с Международными медико-санитарными правилами, в связи со вспышкой заболевания, вызванными новым коронавирусом 2019 г. (nCov) Всемирная организация здравоохранения (30 января 2020). Дата обращения 27 июня 2020 г.

<sup>10</sup> Botao Xiao. The possible origins of 2019-nCoV coronavirus (англ.) (недоступная ссылка). ResearchGate (14 February 2020). Дата обращения 13 мая 2020. Архивировано 19 февраля 2020 года.

<sup>11</sup> How COVID-19 Spreads (англ.). Centers for Disease Control and Prevention. Дата обращения 27 июня 2020.

## ECOLOGY AND PANDEMIC

© 2020 Abdrakhimov Vladimir Zakirovich  
Doctor of Technical Sciences, Professor  
Samara State University of Economics  
E-mail: 3375892@mail.ru

**Keywords:** environmental management, environment, environmental problems, international standard, pandemic coronavirus, COVID-19.

At present, humanity is interested in a question that previously was of little interest - it is constantly developing technological progress and its impact on the surrounding natural environment, in connection with which not only the air is polluted, but also many species of plants and animals are dying out. As early as the end of 2019, many scientists and public figures in the advanced countries of the world believed that the potential danger to the post-industrial global economy of the little-known pandemic coronavirus COVID-19 would not affect. However, the outbreak of the pandemic coronavirus COVID-19 did not take long, and the pace of its spread across the globe was so rapid that it forced the world's public to quickly change their minds. The population of all countries affected by the pandemic needs to know that mostly the SARS-CoV-2 virus is transmitted through close contact, but most often through even small respiratory drops, which can be formed even through small respiratory drops formed by coughing, talking and sneezing.. Of course, a global pandemic that takes the lives of many people cannot be considered in a way that can cause positive and positive changes to the natural environment, but the quarantine caused by the coronavirus pandemic has benefited nature.

# СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ И ПОЛИТОЛОГИЯ

УДК 316.47  
Код РИНЦ 04.00.00

## «ЭПИДЕМИЯ ОДИНОЧЕСТВА» В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

© 2020 Азимова Алина Михайловна\*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: aa2465356@gmail.com

**Ключевые слова:** одиночество, глобализация, глобальная проблема, самоубийство, мораль, социум, научно-технический прогресс.

В статье исследуется феномен одиночества, представляющий собой одну из важнейших социальных проблем современного общества. Выявлены факторы, являющиеся предпосылками одиночества. Рассмотрены социальные исследования, подтверждающие глобальный характер данной проблемы. Изучено влияние одиночества на жизнь одного человека и всего общества в целом.

В настоящее время все чаще приходится сталкиваться с проблемой одиночества в обществе. Если раньше данная проблема просто существовала как данность, то сейчас ее масштабы приобретают необъятный характер и требуют своего скорейшего решения, поиском которого как раз и занимаются современные социологи и психологи. Насколько успешно, можно судить по тому, какими темпами она развивается и поглощает мир.

Озабоченные данной проблемой ученые в 2017 году провели ряд социологических опросов по всему миру на предмет ощущения самого себя одиноким. Ранее привычной картиной данных опросов было то, что больший процент одиноких составляли пожилые люди, например, с болезнью Альцгеймера. Сейчас же картина кардинально изменилась: процент одиноких больше среди молодежи, нежели среди пожилых людей, причем чаще о таком положении дел говорят в экономически развитых странах <sup>1</sup>.

Эти и многие другие исследования, речь о которых пойдет дальше, говорят о всепоглощающем масштабе развития проблемы одиночества. Мы привыкли к тому, что глобальные проблемы связаны, прежде всего, с экологией, однако в современном мире на передний план выходит и такая социальная проблема как одиночество.

---

\* Научный руководитель - **Чеджемов Герман Асланбекович**, старший преподаватель.

Скорее всего, в мире не найдется ни одного человека, который не познал бы за свою жизнь чувства одиночества, причем это не обязательно тогда, когда человек находится один в запертой квартире и не имеет возможности встретиться с кем-либо из родных или знакомых. Одиноким можно чувствовать себя и в большой компании друзей, и на семейном празднике в окружении большого количества людей.

Сложность одиночества состоит в том, что оно имеет множество форм, каждая из которых обладает собственной спецификой. Данная противоречивость исходит из сущности самого человека: с одной стороны, человек - это личность, стремящаяся к индивидуальности и отделению себя от общества, а с другой - общественное существо, потребностью которого является социальное общение и постоянные контакты с другими людьми. В связи с этим становится крайне сложно определить, находится ли человек в состоянии одиночества или пребывает в своем естественном состоянии, и проблемы в этом никакой нет. Именно поэтому невозможно дать точное определение понятию «одиночество», которое отразило бы все его аспекты<sup>2</sup>. Однако все-таки существует определение термина «одиночество», которое принято считать более или менее полным, отражающим сущность данного явления в обществе.

Одиночество - это особое эмоциональное состояние человека, при котором он ощущает свою ненужность и не ощущает самого себя<sup>3</sup>. В данном определении кроется истинный смысл затрагиваемой нами проблемы, так как одиночество - это, в первую очередь, эмоциональное состояние человека. В таком ключе невозможность встретиться с людьми по причине здоровья или иных проблем, а также просто ощущение комфорта наедине с самим собой большую часть времени не будут являться проблемами одиночества.

Можно выявить несколько факторов, являющихся предпосылками одиночества:

1. Проблемы семьи. В первую очередь к ним можно отнести изменение роли семьи, отношение к ней в обществе и нуклеаризацию семьи. В современном мире семья теряет свои многовековые традиции и свою ценность. Создание семьи теперь не является обязательным условием проживания вместе мужчины и женщины, все больше предпочитаемой становится личная независимость и отсутствие обязательств. Следствием таких изменений становится разрушение семьи, которое, в свою очередь, влечет за собой постоянное чувство одиночества.

2. Проблемы морали. Под такими проблемами подразумевается современная тенденция общества к изменению традиционной морали на потребительскую, вследствие чего происходит тотальная индивидуализация жизни, что только усиливает чувство одиночества у представителей данного общества.

3. Проблема обезличенности отношений в больших городах, именуемых также мегаполисами. Несмотря на то, что в городах растет плотность населения, больше социальных отношений не становится, как бы не было странно. Приезжие из отдаленных деревень или маленьких городов в мегаполисы люди различны в поведении, менталитете и воспитании, им тяжело найти «себе подобных», а по-



тому они стараются просто «влиться» в коллектив, отчего и развивается одиночество.

4. Замена личного общения своего рода суррогатами. В данном пункте речь идет о стремительном развитии технологий, в которых проходит большая часть жизни современного человека. В настоящее время людям проще обменяться сообщениями, рассказать о своих проблемах или переживаниях онлайн другу, нежели встретиться и поговорить с ним лично. Выбирая такой тип общения, люди даже не задумываются о том, что это лишь суррогат коммуникации, который имеет серьезный «побочный эффект» - одиночество.

5. Ускорение жизненного темпа человека, которое ведет к постоянной нехватке времени, что негативно сказывается на круге его общения и приводит к ощущению одиночества. Таким образом, именно научно-технический прогресс и быстрые темпы развития общества ведут к стремительному увеличению психологических и социальных проблем, в том числе связанных с чувством и переживанием одиночества значительной частью населения различных стран всего мира.

6. Вечная погоня за деньгами. В современном мире происходит тотальная смена ценностей. На первый план выходят деньги и успех, а погоня за ними занимает все больше времени и сил человека, так что у него просто не хватает сил на постройку необходимых социальных связей. Не зря говорят, что богатые, как правило, одиноки<sup>4</sup>.

Из данных факторов следует, что основной предпосылкой к одиночеству можно считать цифровизацию, поглощающую современный мир с невероятной силой. Этот вывод подтверждает закономерность, подтвержденную многочисленными исследованиями, которая гласит, что одиночеством в большинстве своем страдают экономически развитые страны, где глобализация достигла своего предела на данный момент времени.

Раньше домохозяйства достаточно редко состояли из одного человека, так как выживать в одиночестве было крайне сложно из-за того, что обслуживание простых физиологических потребностей человека требовало много усилий. Доля домохозяйств из одного человека не превышала 10% и долго оставалась на таком уровне. С XX века их становилось все больше, а с 1960-х рост таких домохозяйств ускорился. Их нынешнее количество - невероятно велико по сравнению с тем, что было еще 150-200 лет назад. В Стокгольме в 2012 году зарегистрировали 60% домохозяйств из одного человека, что на 50% больше более ранних показателей.

Между странами существуют большие различия: в странах Северной Европы с высокими доходами одиночных домохозяйств более 40%, а в азиатских странах с низким уровнем дохода их не более 1%. Но тенденция все равно прослеживается: люди по всему миру все чаще живут одни<sup>1</sup>.

Исходя из таких неутешительных данных, западные СМИ говорят об «эпидемии одиночества». Сам термин говорит о том, что одиночество как социальное явление, как социальная проблема стремительно прогрессирует, приобретая глобальный характер.

Почему же с одиночеством стоит бороться? Чем оно так опасно для общества? На этот вопрос также отвечает статистика. В наиболее экономически развитых странах, таких как Япония, зафиксировано лидирующее количество жертв суицидов. Как известно, человек - существо биосоциальное, а потому без общества он не может. Испытывая одиночество, человек превращает свою жизнь в сплошное существование, невыносимую муку, которую хочется прервать. Самоубийство для отчаявшегося - единственный выход, а потому можно сказать, что одиночество порождает серьезную проблему - самоубийство. У всего есть оборотная сторона медали, так вот и у высокого экономического развития этой стороной будет одиночество, а как следствие - такое бедствие, как самоубийства.

Для раскрытия последствий одиночества, обратимся вновь к исследованиям. На 125-й ежегодной конвенции Американской психологической ассоциации в 2017 году был представлен доклад о влиянии социальной изоляции и одиночества на риск преждевременной смерти, в который включили 2 метаанализа. Первый включал результаты 148 исследований и более 300 тысяч участников: в нем установили, что риск ранней смерти был меньше на 50% у тех, кто чаще находился в обществе и контактировал с людьми. Второй метаанализ обобщил данные 70 исследований с общим числом участников более 3,4 млн человек преимущественно из Северной Америки, Европы, Азии и Австралии. Исследователи изучили влияние социальной изоляции, одинокой жизни и чувства одиночества на преждевременную смертность: все 3 фактора увеличивали риск ранней смерти не меньше, чем другие общеизвестные факторы риска, такие как, к примеру, ожирение или алкоголизм <sup>1</sup>.

Губительный характер одиночества здесь налицо. Именно поэтому с одиночеством необходимо бороться и сейчас это не просто проблема, а проблема, имеющая глобальный характер и стремительно развивающаяся в современных условиях. Самыми опасными являются симптомы одиночества у подростков, потому что они ищут себя и свой путь в жизни, опираясь на идеалы и модели поведения, доминирующие в обществе. Студенты и школьники составляют особую группу риска, от заложенных в этом возрастном периоде умений и навыков общения зависит дальнейшее их развитие <sup>6</sup>.

Здесь возникает вопрос: как же бороться с одиночеством? На этот вопрос сейчас ищет ответ множество социологов и психотерапевтов всего мира, однако стоит заметить, что, как правило, этим страдают в большинстве своем атеисты. Люди, хранящие в своих сердцах веру в Бога, имеют моральный стержень и принципы, помогающие им справиться с застилающим весь мир недугом, именуемым западными СМИ «эпидемией одиночества». Помимо всего прочего, верующие никогда не придут к самоубийству, что отмечает одно из самых страшных последствий глобальной проблемы. В современном российском обществе накоплен достаточный опыт по преодолению или смягчению негативных последствий одиночества. Он включает в себя расширение сети контактов людей между собой, систему мер государственных общественных организаций по устранению при-

чин роста числа одиноких людей, в частности, придание структуре общества большего разнообразия <sup>7</sup>.

Таким образом, одиночество - это страшная и всепоглощающая болезнь современного общества, с которой необходимо бороться. В нынешних условиях поднимается вопрос о том, так ли положительна для общества на самом деле глобализация или ее последствия имеют больше урон для него, нежели помощь в развитии<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> InformБюро Правда ли, что в мире «эпидемия одиночества»? Насколько это опасно: [сайт]. URL: <https://informburo.kz/stati/pravda-li-chto-v-mire-epidemiya-odinochestva-naskolko-eto-opasno.html>

<sup>2</sup> Итчама Луис Виктор Одиночество как социальная проблема // Вестник КГУ им. Н. А. Некрасова. №6. 2013. С. 141-144.

<sup>3</sup> Психология человека Одиночество: [сайт]. URL: <https://psichel.ru/odinochestvo/>

<sup>4</sup> А.О. Смирнова Социальное одиночество: сущность, типы, причины, методы преодоления // Вестник РГГУ. Серия «Философия. Социология. Искусствоведение.». 2010. С. 161-175.

<sup>5</sup> bbc Одиночество в современном обществе: поиск себя или болезнь: [сайт]. URL: <https://www.bbc.com/russian/features-37805173>

<sup>6</sup> Ефименко Е.И., Чеджемов Г.А. Проблема одиночества в молодежной среде// Российская наука: актуальные исследования и разработки. Сборник научных статей VI Всероссийской научно-практической конференции .Самара. СГЭУ. 2018 .С.140

<sup>7</sup> Ургалкин Ю.А., Чеджемов Г.А. Одиночество как социальный феномен // «Проблемы развития предприятий: теория и практика». Материалы 16-ой международной научно-практической конференции: В 3-х частях. Самара., СГЭУ 2017. С.243

## «LONELY EPIDEMIC» IN THE MODERN WORLD

© 2020 Azimova Alina Mikhailovna  
Student

Samara State University of Economics  
E-mail: aa2465356@gmail.com

**Keywords:** loneliness, globalization, global problem, suicide, morality, society, scientific and technological progress.

The article explores the phenomenon of loneliness, which is one of the most important social problems of modern society. The factors that are prerequisites for loneliness identified. Social studies confirming the global nature of this problem are considered. The influence of loneliness on the life of one person and the whole society as a whole is studied.

## ВЛИЯНИЕ ВЫСОКИХ ТЕХНОЛОГИЙ НА СОВРЕМЕННОЕ ОБЩЕСТВО

© 2020 Акимова Елена Сергеевна\*  
студент

Самарский государственный экономический университет  
E-mail: esakimova69@icloud.com

**Ключевые слова:** современное общество, социальные сети, фейсбук, пользователь, виртуальная зависимость, Интернет, телефон, высокие технологии, социальные связи, социализация.

Современное общество, общество XXI века, именуют также «обществом высоких технологий». Одной из технологий является телефон. С ним удобно, нельзя заблудиться, с помощью него можно постоянно оставаться на связи, бронировать дальние поездки, совершать покупки и многое другое. Это важнейший атрибут в жизни каждого человека. Но так ли он безобиден, как кажется?

Роль мобильного телефона сложно переоценить. Его наполняют различные программы, опции, функции, позволяющие облегчить жизнь или скоротать время. Первоначальной функцией телефона была связь с другими людьми на расстоянии с помощью звонков. Эта функция остается основополагающей и по сей день, но все же современный телефон претерпел множество изменений и на данный момент ведущей программой гаджета в современном мире является интернет. Скачок его развития в нашей стране наблюдается с 1990 года. Именно тогда была создана первая сеть союзного масштаба «Релком». Новые технологии встроились в основу социума. Общество стало переходить в новую эру постмодерна, а распространение персональных компьютеров и развитие компьютерных сетей (особенно сети Internet) дали базис для зарождения информационного общества<sup>1</sup>. Развитие Интернет - технологий в последнее время ускоряется и идет по пути все большей социализации<sup>2</sup>. Он охватил и объединил весь мир, теперь не составит большого труда найти какую-либо информацию по тому или иному вопросу или связаться с человеком из другого города, области, страны и даже континента. Все это можно сделать в два клика.

Современные технологии все больше и больше входят в нашу жизнь. Почти каждый из нас полностью поглощен интернетом, а в особенности социальными сетями, которыми он переполнен. На фоне данной тенденции в современном мире стали популярны социальные сети и различные блоги. Наиболее популярными сетями в мире являются Facebook, My space, Twitter, В контакте, Одноклассники.

---

\* Научный руководитель - **Чеджемов Герман Асланбекович**, старший преподаватель.

Автор провел опрос своих друзей, близких и знакомых. Было опрошено 20 человек. В нем было всего несколько вопросов, которые касались регулярности использования социальных сетей. Исходя из проведенного опроса, был сделан вывод, что почти 80% респондентов проверяют свои социальные страницы хотя бы 1-2 раза в день, большая же часть делает это гораздо чаще.

По результатам анкеты автор составил круговую диаграмму (см. рисунок).



Рис. Пользуетесь ли Вы социальными сетями? (%)

Что же такое социальные сети? В чем их секрет? Почему люди так зависимы от них? В этом и попытаемся разобраться.

Итак, социальная сеть - это интернет-площадка, сайт, который позволяет зарегистрированным на нем пользователям размещать информацию о себе и коммуницировать между собой. Принцип их работы основан на взаимосвязи пользователей и формировании цепочки промежуточных знакомств<sup>3</sup>. Кроме этого у социальных сетей есть множество других функций, например: можно читать новости, смотреть фильмы и видеозаписи, слушать музыку и многое другое. Бесспорно, социальные сети - большое технологическое достижение, которое несет в себе много возможностей. При правильном, дисциплинированном подходе к ним можно получить огромную пользу и облегчить себе жизнь. Но всегда существует риск того, что работа с социальными сетями отразится вредными последствиями на нашей психике, которая переходит в самую настоящую зависимость.

Во многих странах врачи ведут активные беседы и обсуждения по поводу этой быстро развивающейся проблемы и пытаются выработать меры по предотвращению данной зависимости или хотя бы уменьшению числа зависимых от социальных сетей.

Опросив своих знакомых и проанализировав результаты, автор выявил причины, почему люди так часто вынуждены посещать социальные сети.

1. Поддержание общения со своими близкими, друзьями и знакомыми

2. Желание скоротать свое время или разнообразить рабочий день просмотром видеороликов и фотографий, прослушиванием музыки.
3. Социальная сеть - это хорошая попытка найти друзей
4. Весомой причиной, на наш взгляд, является рассмотрение социальных сетей как особый вид заработка через свой блог, рекламу и тд.

Этот список можно продолжать и далее, но сами создатели утверждают, что основополагающая функция социальных сетей - служить на благо людям, делать мир лучше для них. Но так ли это на самом деле?

Можно предположить, что компании, развивающие индустрию социальных сетей, с самого начала используют технологии, вызывающие зависимость у своих пользователей. Одной из главных целей предполагается увлечение и поглощение как можно большего нашего времени, а затем и дальнейшая продажа нашего внимания рекламодателю. Другими словами, за телефоном каждого из нас скрывается тысячи, а то и больше инженеров, делающих все для того, чтобы вызвать максимальную зависимость.

Именно множество хитростей, используемых разработчиками, не дают нам отвлечься от социальных сетей. Например, свойство красного цвета широко всем известно. Зачастую он используется, дабы побудить человека к действию. Именно поэтому значки на иконках приложений, обозначающих количество уведомлений, красного цвета. Это цвет сигнала, который обозначают что-то важное и требует обязательной проверки.

Еще одной особенностью является нескончаемая новостная лента. Совсем недавно, чтобы прокручивать ленту дальше, нужно было кликнуть по кнопке «просмотреть далее», сейчас же разработчики ее убрали. Почему и для чего это сделали? Если не позволять мозгу реагировать на импульсы и не подавать сигналов, что пора заканчивать с просмотром, то люди продолжают без конца прокручивать ленту, что намертво затягивает.

Элементы дизайна социальных приложений очень схожи с элементами игровых автоматов. Мигающие огоньки, звуковые сигналы, цвета, мелодии - все это способно развивать зависимость подобно наркотическим средствам.

Социальные сети - есть крупнейший поведенческий эксперимент за всю историю. Отказ от их использования вызывает реакцию на физиологическом уровне, это равноценно тому, что если бы человек бросил курить или отказался от наркотиков. Отказавшиеся становятся нервными, рассеянными и несобранными. Они ощущают сильнейшую зависимость; именно «благодаря» ей приложение держит нас, а не за счет своей ценности.

Чрезмерное использование социальных сетей иногда приносит много вреда. Люди впадают в зависимость от лайков, ведь основной социальный мотив - это стремление принадлежать группе.

«Лайк» - всего лишь четыре буквы, но как много за ними скрывается. Он сообщает нам о том, нравится ли другим наш пост. Следовательно, «лайки» играют огромную и значимую роль в социальных сетях. Каждому из нас удалось испытать на себе влияние этой безобидной, на первой взгляд, функции оценки. Эта функция быстро поглощает нас, что превращается в зависимость. Публикуя

какой-либо пост на своих страницах в социальных сетях, современная молодежь очень сильно расстраивается, если он набирает мало лайков. А это и есть своего рода зависимость от ответной реакции, которую нереально контролировать. Человек по своей природе нуждается в признании и одобрении со стороны окружающих его людей, это составляет его самооценку<sup>4</sup>.

Как показывает практика, на прием к психологам попадают подростки с расстройствами поведения, синдромом аутоагрессии и многими другими заболеваниями. Они испытывают тревожность, стресс и депрессию. И эти симптомы возникают в результате борьбы за принадлежность к виртуальному сообществу.

Также как показывают исследования, социальные сети явились своего рода катализатором, приведшим к самым страшным и невероятным девиациям. Причин для этого уйма.

Распространенное явление, когда родители, наказывая ребенка, лишают его возможности общаться в социальных сетях. Большинство детей надувают губы и закатывают истерику, но есть и более печальные случаи. Например, подросток Хьюстан Шликер, который затаил в себе обиду, а затем застрелил своего отца в ответ на запрет пользоваться своей страничкой на «my space».

Ранимые подростки должны остерегаться социальных сетей или совсем отказаться от них. Им нужно искать другой способ проведения свободного времени. Если же нескольким подросткам это удастся, то другим будет легче последовать за ними.

Но в социальных сетях есть и свои плюсы, если пользоваться ими разумно. Например, самовыражение в сетях путем выкладывания результатов своего творчества - песен, стихов - поможет получить признание у широкого круга лиц, общение в них может уменьшить депрессию и чувство одиночества.

Таким образом, можно сделать вывод, что за последние 10-15 лет мир очень сильно изменился. Социальные сети стерли географические границы и объединили миллиарды пользователей. Но есть одно «но» : социальные сети превратились в социально культурный феномен, оказывающий влияние на современного человека и во многом определяющий его развитие. У некоторых молодых людей, которые только начинают осваивать виртуальное пространство, появляется две жизни: одна в социальных сетях, вторая в реальности, а от поведения в них зависит его будущее, карьера, положение в обществе и прочее<sup>5</sup>. Поэтому социальные сети и являются неотъемлемой частью нашего общества, поскольку для кого-то они служат лишь способом связи с другими, а для кого-то это целая виртуальная жизнь, которая становится реальнее, чем сама реальность.

---

1.Трещева Е.Е., Чеджемов Г.А. Эпоха постмодерна. Общество виртуальной реальности// Наука XXI века: актуальные направления развития. Самара, СГЭУ. 2017 №1(1). С.123

2.Баранов В. Н., Социальные сети // Транспортное дело России С.232

3. Ефимова Г. З., Зюбан Е. В. Влияние социальных сетей на личность//Интернет журнал «Наш мир» 2016

4. Попова М.А., Чеджемов Г.А. Влияние общественного мнения на формирование комфортности личности//// Известия Института систем управления СГЭУ.2017 № 1(15) . С. 94

5. Ефимова Г. З., Зюбан Е. В. Влияние социальных сетей на личность//Интернет журнал «Наш мир» 2016, Том 4 С. 26

## IMPACT OF HIGH TECHNOLOGIES ON MODERN SOCIETY

© 2020 Akimova Elena Sergeevna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: esakimova69@icloud.com

**Keywords:** modern society, social networks, Facebook, user, virtual addiction, Internet, phone, high technology, social connections, socialization.

The society of the 21st century is a modern society, which is also referred to as the «society of high technologies». One of them is the phone. It is convenient, you can not get lost, you can always stay in touch with it, book long-distance trips, make purchases, and much more. This is the most important attribute in every person's life. But is it as harmless as it seems?

УДК 338.45

Код РИНЦ 06.00.00

## ИЗМЕНЕНИЯ НА РЫНКЕ ТРУДА В СВЯЗИ С ПАНДЕМИЕЙ COVID-19

© 2020 Габбазова Наталья Рамильевна

студент

© 2020 Коротаева Татьяна Васильевна

доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: Gabbazova.natasha@gmail.com, corotaeva2014@yandex.ru

**Ключевые слова:** пандемия, COVID-19, рынок труда, безработица, экономические изменения, сокращения работников, увольнения, цифровизация.

На сегодняшний день мир столкнулся с угрозой в виде пандемии COVID-19, которая распространяется по всему земному шару с высокой скоростью. Влияние пандемии затрагивает все жизненно важные сферы деятельности людей. Так, изменения наблюдаются в экономике, в обычной жизни людей, в медицине и т.п. Особо заметны изменения на рынке труда, которые связаны с ростом безработицы, низким предложением и высоким спросом и пр. В данной статье мы подробно рассмотрим изменения на рынке труда в связи с распространением коронавируса.



Рынок труда выступает индикатором, который отражает состояние экономики той или иной страны. Цена трудовых ресурсов зависит от эффективности экономики страны, поскольку она определяет благосостояние населения и покупательную способность населения, а также указывает на эффективной той или иной деятельности.

Эпидемия коронавирусной инфекции вызвала экономический кризис по всему миру, который не мог не затронуть Россию, поскольку проблема является общемировой. Воздействие данного кризиса коснулось всех отраслей экономики. Многие предприятия перешли на удаленный рабочий режим, снизив при этом заработную плату работников. В то же время существуют компании, которые отправили своих работников в неоплачиваемые отпуска, не имея средств для выплаты им заработной платы. Около тысячи россиян были уволены, оставшись без работы и возможности трудоустройства в связи с пандемией.<sup>1</sup>

На сегодняшний день при снижении предпринимательской активности из-за карантина, отечественные предприятия находятся не в состоянии выплачивать заработную плату работникам, не говоря уже о выходных пособиях. Такие обстоятельства ведут к увеличению доли населения, находящегося за чертой бедности, т.е. с доходами ниже прожиточного минимума, что приведет к социальной дестабилизации в обществе.

По данным Минтруда РФ, с середины апреля - уровень официальной безработицы в России вырос более чем в два раза - до 1,6 млн россиян. После завершения пандемии ситуация лучше не станет, считают эксперты. Они ожидают роста числа увольнений в ближайшие месяцы: к концу года уровень безработицы может достичь двузначной величины (по итогам 2019 года он составлял 4,9%).<sup>2</sup>

Кадровые агентства подсчитали, что за последние пару месяцев количество вакансий в России сократилось, а спрос на работу заметно вырос, при этом, по данным социологических опросов, в ближайшие полгода 27% российских компаний планируют снизить зарплаты своим сотрудникам, а 37% думают о существенном сокращении персонала. В исследовании также говорится, что после завершения кризиса в регулярную управленческую практику будут включены инструменты, на которые пришлось перейти во время эпидемии: удаленная работа (36% респондентов), онлайн-рекрутмент (46%) и онлайн-обучение (41%).<sup>3</sup>

На сегодняшний день компании в большинстве случаев проводят собеседования в режиме онлайн, а окончательное решение принимают лишь немногие, поскольку большинство ждет наступления лучших времен. Данный кризис могут пережить лишь те предприятия, которые задолго до кризиса перешли на цифровые технологии и организовали бизнес-процессы в режиме онлайн. Для компаний, далеких от новых технологий, предстоит переход на онлайн-управление персоналом, поскольку после окончания кризиса рынок труда уже не вернется в прежнее состояние.<sup>4</sup>

В «Ростелекоме» рассказали, что в компании действует интеллектуальная система подбора персонала IQHR, которая позволяет в нынешних условиях подбирать кандидатов дистанционно. Система охватывает весь цикл поиска сотрудника - от заявки на подбор специалиста до предложения о работе. Сейчас в ком-

паний онлайн-интервью проводятся с кандидатами на любые должности - от топ-менеджеров до специалистов. В «Вымпелкоме» увеличилась потребность в разработчиках и специалистах по обслуживанию клиентов мобильной связи - выросла нагрузка на службу поддержки абонентов. Формат удаленной работы и удаленного найма BeeFree действует в компании с 2016 г. и компания не испытывает проблем с дистанционным закрытием вакансий.

В то же время на отечественном рынке труда мы видим тенденцию смещения спроса на определенные профессии в определенных секторах экономики. Например, очень востребованными стали курьеры, водители и медицинский персонал, а также специалисты по онлайн-развлечениям и онлайн-образованию. Многие эксперты отмечают, что кризис приведет к востребованности специалистов в области антикризисного управления, а именно финансистов и менеджеров, юристов и специалистов по банкротству.

Хоть пандемия и затронула всю мировую экономику, в России данная угроза является более ощутимой, поскольку российская экономика остается слабой по сравнению с развитыми странами, а также имеется большая доля населения с низким уровнем жизни, в связи с чем, россияне более чувствительны к последствиям пандемии.

«Выходные недели» принесли потери как малому бизнесу, так и крупным компаниям, которые находились в достаточно стабильном положении до развития пандемии. По данным Торгово-промышленной палаты РФ около 3 млн предпринимателей малого бизнеса могут прекратить свою деятельность в 2020 году, что приведет к высвобождению 8,6 млн работников, которые будут вынуждены выживать без средств к существованию из-за таких последствий. Если учитывать, что около 1/4 рабочих мест в нашей стране созданы малыми предприятиями, то их прекращение деятельности обернется большой катастрофой для социально-экономической сферы государства.<sup>5</sup>

На сегодняшний день коронавирусу также распространяется по планете, несмотря на некое замедление. Однако, на сегодняшний день острыми являются вопросы, касающиеся будущего. Что же будет востребовано на рынке труда и в какие сферы потом нужно будет устраиваться курьерам и водителям, которые востребованы сейчас.

Таким образом, можно сделать вывод, что после пандемии COVID-19 рынок труда и экономическое пространство не будет прежним и уже не сможет вернуться в свое прежнее состояние. Социальные процессы, которые мы наблюдаем сегодня влекут за собой сдвиги на рынке труда.

Со стороны государства предоставляется безвозмездная финансовая помощь малому бизнесу, сумма которой рассчитывается на основании численности работников определенного предприятия на 01.04.2020 года и суммы 12 130 руб. на человека.

Еще одной мерой выступает повышение пособия по безработице для граждан, оказавшихся в тяжелой ситуации, потеряв полностью или частично источники дохода. При этом значительно упрощена процедура постановки на учет безработных.

Предыдущие кризисы в России позволяли сдерживать безработицу из-за гибкости российского рынка труда. Данная гибкость является своего рода гибкостью, когда компании не сокращают занятых, но сокращают заработную плату. В 90-е годы XX века массовые увольнения избегались при помощи административных отпусков и сокращении рабочего времени, а также частых задержек заработной платы. С одной стороны, это позволяло переложить все затраты на работников, а также минимизировать увольнения, выигрывая время для создания новых рабочих мест. Крупные предприятия получали поддержку от государства в виде налоговых льгот и субсидий. Несмотря на то, что меры были не совсем справедливыми и честными, массовая безработица была недопущена. В 2009 и 2015 гг. уже совсем не было зарплатных долгов, а административные отпуска стали редкостью. Тем не менее гибкость заработной платы за счет манипуляции надбавками и премиями, составляющими переменную часть, в целом сохранилась.

Данный кризис является довольно необычным, поскольку с таким еще не сталкивались в современной истории. Все это требует нестандартных мер при принятии решений для выхода из кризиса. Основной задачей на рынке труда является оказание помощи потерявшим работу гражданам, чтобы они могли пережить данный кризис и вернуться на работу. Желательно, чтобы они вернулись к той работе, которой они занимались до кризиса. Нельзя допустить разрушения человеческого капитала, который был наработан за годы труда и инвестиций. Быстрое восстановление возможно лишь на базе уже имеющегося капитала.

Это указывает на важность сохранения потенциала существующего в стране бизнеса, чтобы люди могли вернуться к своим работам, а бизнес вошел в привычный режим после снятия эпидемиологических ограничений. Если бизнес исчезнет или обанкротится, то восстановление экономики и социальной сферы страны будет намного тяжелее, что приведет к затяжной безработице.

---

<sup>1</sup> Масликов В. А. Национальная безопасность и устойчивое развитие России в период пандемии // Материалы Афанасьевских чтений. 2020. №1 (30).

<sup>2</sup> Кислов А. Г. Цифровой урок пандемии // Профессиональное образование и рынок труда. 2020. №2 (41).

<sup>3</sup> Депутатова Е.Ю. Рационализация потребительского поведения в эпоху пандемии // Экономика и бизнес: теория и практика. 2020. №4-2.

<sup>4</sup> Левшукова О. А., Матвеев А. С., Позоян Д. П. Возможные последствия пандемии covid-19 на развитие экономики России // ЕГИ. 2020. №3 (29).

<sup>5</sup> Аймухаммедова А. К. Использование цифровых технологий в период пандемии коронавируса // Наука и образование сегодня. 2020. №4 (51).

# CHANGES IN THE LABOR MARKET DUE TO THE COVID-19 PANDEMIC

© 2020 Gabbazova Natalya Ramilevna  
Student

© 2020 Korotaeva Tatyana Vasilievna  
Associate Professor

Samara state University of Economics

E-mail: Gabbazova.natasha@gmail.com, korotaeva2014@yandex.ru

**Keywords:** pandemic, COVID-19, labor market, unemployment, economic changes, employee layoffs, layoffs, digitalization.

Today, the world is facing a threat in the form of the COVID-19 pandemic, which is spreading around the world at a high rate. The impact of the pandemic affects all vital areas of human activity. Thus, changes are observed in the economy, in the ordinary life of people, in medicine, etc. Particularly striking is the changes in the labor market, which are associated with an increase in unemployment, low supply and high demand, and the release of new positions to more popular jobs. In this article, we will look in detail at changes in the labor market due to the spread of coronavirus.

УДК 316

Код РИНЦ 04.00.00

## ПЕРСПЕКТИВЫ И ПРАКТИКА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РОБОТИЗИРОВАННЫХ ОПРОСОВ

© 2020 Звоновский Владимир Борисович  
доктор социологических наук, профессор

Самарский государственный экономический университет

E-mail: zvb@socio-fond.com

**Ключевые слова:** методы сбора данных, телефонные опросы, IVR (роботизированные опросы), чувствительные темы, налаживание сотрудничества, опросы.

Предлагаемая статья представляет обзор современных научных работ в области проведения роботизированных телефонных опросов (IVR/T-ACASI) в социологических целях. Исследовательский коллектив использовал результаты зарубежных научных достижений для проектирования исследовательского дизайна экспериментального опроса, проведенного в июле - начале сентября 2019 г. среди жителей Санкт-Петербурга. Опрос касался выборов губернатора Санкт-Петербурга, которые состоялись 8 сентября 2019 г. Полученные результаты были проанализированы и соотнесены с выводами иностранных коллег. В статье также даются рекомендации по использованию метода IVR в российских исследованиях и намечаются направления для дальнейшего усовершенствования данного метода.

Роботизированные телефонные опросы - это один из новых и быстро набирающих популярность методов проведения социальных и маркетинговых исследований. Это комбинации технологий сбора данных, когда используется записанный или сгенерированный голос «интервьюера», а респондент отвечает путем нажатия клавиш телефона в тональном режиме или дает вербальные ответы, а система распознает и фиксирует их в базе данных.

На сегодняшний день телефонные опросы являются одним из самых быстрых и дешевых способов первичного сбора данных в социологических, маркетинговых и электоральных исследованиях; они в наибольшей степени соответствуют требованиям к репрезентативным исследованиям. Именно в телефонных опросах реже встречаются фальсификации данных и ошибки измерения, связанные с «эффектами интервьюера».

Роботизированные телефонные опросы позволяют усилить эти преимущества, увеличивая стандартизованность проведения интервью, существенно сокращая стоимость проведения исследования за счет сокращения расходов на интервьюеров и радикально увеличивая скорость сбора данных и охват исследуемой совокупности, а также позволяют существенно снизить ошибки измерения, связанные с «эффектами респондента», когда тех просят отвечать на вопросы, затрагивающие чувствительные и неудобные темы, предоставляя респондентам конфиденциальность - общаясь с живым человеком респондент может не захотеть давать честный ответ, либо будет стремиться дать ответ, который, по его мнению, является наиболее желательным.

Роботизированные телефонные опросы - это один из новых и быстро набирающих популярность методов проведения социальных и маркетинговых исследований. Это комбинации технологий сбора данных, когда используется записанный или сгенерированный голос «интервьюера», а респондент отвечает путем нажатия клавиш телефона в тональном режиме или дает вербальные ответы, а система распознает и фиксирует их в базе данных.

На сегодняшний день телефонные опросы являются одним из самых быстрых и дешевых способов первичного сбора данных в социологических, маркетинговых и электоральных исследованиях; они в наибольшей степени соответствуют требованиям к репрезентативным исследованиям. Именно в телефонных опросах реже встречаются фальсификации данных и ошибки измерения, связанные с «эффектами интервьюера».

Роботизированные телефонные опросы позволяют усилить эти преимущества, увеличивая стандартизованность проведения интервью, существенно сокращая стоимость проведения исследования за счет сокращения расходов на интервьюеров и радикально увеличивая скорость сбора данных и охват исследуемой совокупности, а также позволяют существенно снизить ошибки измерения, связанные с «эффектами респондента», когда тех просят отвечать на вопросы, затрагивающие чувствительные и неудобные темы, предоставляя респондентам конфиденциальность - общаясь с живым человеком респондент может не захотеть давать честный ответ, либо будет стремиться дать ответ, который, по его мнению, является наиболее желательным.

IVR, как способ сбора данных, проигрывает наиболее распространенному на сегодняшний день методу CATI (где вопросы задаются живым, «белковым» интервьюером), по показателям коэффициента ответов и коэффициента завершенных интервью<sup>1</sup>, но эти потери, по мнению исследователей, компенсируются широтой охвата телефонных номеров для дозвона и кратчайшими сроками выполнения всех намеченных звонков, недоступных для метода CATI<sup>2</sup>. Столь же внушительным является и сокращение расходов на сбор данных, так как отпадает необходимость нанимать интервьюеров. И это является основными и несомненными техническими преимуществами метода IVR.

Но есть у этого метода и другое крайне важное преимущество: возможность получения более честных ответов респондентов. Разговаривая с роботом, люди с большей вероятностью, отвечая на «чувствительные вопросы», сознаются в чем-то, что является или считается респондентом социально неодобряемым. С другой стороны, не испытывая потребности производить хорошее впечатление на интервьюера, респонденты будут менее склонны приписывать себе социально одобряемые, желательные характеристики и завышать свои социальные достижения<sup>2</sup>. Метод IVR может стать незаменимым, если в исследовании предполагаются вопросы, варианты ответов на которые могут содержать стигматизирующие в обществе характеристики, например, вопросы медицинского характера, предполагающие наличие «неудобных» заболеваний<sup>3</sup>. Именно поэтому некоторыми исследователями предлагается сообщать о том, что разговор будет идти с роботом, в самом начале интервью и подчеркивать анонимность такого разговора<sup>4</sup>. Также отмечается предпочтительность метода IVR у людей с низким уровнем доходов (и это единственное социо-демографическое различие между респондентами, готовыми проходить IVR-опрос), которые, возможно, также чувствуют себя неуверенно при общении с живым интервьюером, как и в случаях, когда от респондентов ожидают честного признания в социально нежелательных характеристиках<sup>5</sup>. Других, а тем более отрицательных, отличий в качестве получаемой методом IVR информации выявлено не было<sup>6</sup>.

**Проведение исследования.** В данной статье робот представляет собой программный комплекс, предназначенный для синтеза и распознавания человеческой речи, а также сигналов телекоммуникационных сетей. Распознанные ответы респондентов формируют анализируемый массив данных, а зафиксированные и проинтерпретированные сигналы телекоммуникационных сетей формируют массив параданных, дающий возможность оценить качество проведения самого опроса: отбора и достижимости различных групп респондентов (по ключевым социально-демографическим характеристикам).

В рамках проведенного нами эксперимента было принято несколько решений относительно выбора тех или вариантов работы робота. Прежде всего, мы приняли решение (1) не оповещать респондентов о том, что их опрашивает робот. Это решение оказалось не очень удачным. С одной стороны, значительная часть респондентов отвечала на вопросы до конца будучи уверенной в том, что общается с живым человеком. Другая часть респондентом быстро опознавала робота, приветствуя его словами «Здравствуй, Алиса!» или «Ок, Гугл!». (2) Работа была

организована таким образом, чтобы на полевые работы, т.е. на собственно опрос, было затрачено как можно более короткое время. Это по сути исключало возможность производства второй и последующих попыток контакта. (3) Респонденты не получали какого-либо вознаграждения за участие в опросе. Также им никаким образом не анонсировали предстоящий звонок из опросного звонкового центра. Мы никак не стимулировали респондента к участию в опросе, кроме как текстом приветствия.

Возможность прервать работу робота была у респондентов в случае, когда варианты ответов были очевидны и не требовали прослушивания всей шкалы ответов, например, пола, возраста и района проживания респондентов, а также, при повторном зачитывании вопроса и вариантов ответа, в случае, если ответ был не получен или не распознан.

**Формирование выборки.** Всего было проведено 4 волны исследования. Генерация телефонных номеров во всех волнах была произведена ВЦИОМ с сайта РКС. За исключением третьей волны массив предоставленных номеров включали в себя номера как мобильных операторов (DEF-коды), так и операторов стационарной связи (ABC-коды), приписанных к Санкт-Петербургу и Ленинградской области, в третьей волне были предоставлены номера только мобильной связи. Соотношение номеров стационарной и мобильной связи представлено в табл. 1. Там же представлено время звонков во всех волнах.

*Таблица 1*

**Ключевые параданные опросов, проведенных в рамках проекта, 2019 г.**

	<b>18-21 июня вт-чт</b>	<b>24-26 августа пт-вс</b>	<b>2 сентября Пн</b>	<b>8 сентября Вс</b>
Время звонков	17.00-20.00	17.40-22.00	15.00-19.00	16.00-21.00
Предоставлено номеров	50544	399342	496003	598615
Из них, мобильных	33042	399342	490000	448610
Стационарных	17502	0	6003	150005

Как показано в табл. 2, в первой волне робот получил 136 законченных интервью на основе выданных ему 50544 номеров, или, 0,27%. А уже в третьей было получено 1256 из 496003 номеров стартовой выборки, или 0,25% (с четвертой волной такое сравнение не релевантно, поскольку там полное интервью могло быть получено только от тех, кто участвовал в выборах губернатора Санкт-Петербурга). Здесь значимой динамики не обнаружено, а вот доля законченных интервью среди тех, кому было зачитано приглашение, выросло с 2,7% до 8,6%. Иначе говоря, кооперация робота с респондентами за короткий период заметно выросла. Аналогичный показатель для белковых интервьюеров в этот период колебался между 8,2% и 11,6%. Как видим, в сотрудничестве с респондентами роботы уже сегодня показывают значения, близкие аналогичным в традиционных опросах. Даже небольшой по длительности период обучения роботов дает очень хороший результат. Вероятно, дальнейшее совершенствование распознавания их работы позволит добиться лучших показателей.

## Количественные результаты опросов, 2019 г.

	1 волна (18-21 июня)	2 волна (24-26 августа)	3 волна (2 сентября)	4 волна (8 сентября)
Полные интервью (есть ответы более чем на 50%)	136	387	1256	1 529
Неполные интервью (нет ответов на 50% вопросов)	204	301	1546	3034
Прерванные интервью (ответы только на 2 первых вопроса)		158	728	1805
Номеров выдано	50544	399342	496003	598615
доля полных интервью от числа номеров	0,27%	0,10%	0,25%	0,26%
доля полных интервью от числа состоявшихся контактов	2,7%	3,8%	8,6%	2,9%
	20 волна (24-28 июня)	29 волна (26-27 августа)	30 волна (1 сентября)	31 волна (6 сентября)
Полные интервью	1209	1209	1209	1209
Номеров выдано	189542	982692	996423	1024303
доля полных интервью от числа номеров	0,63%	0,12%	0,12%	0,12%
доля полных интервью от числа состоявшихся контактов	8,2%	11,8%	11,6%	9,2%

**Основные выводы.** Многие гипотезы, подчерпнутые из зарубежных источников, нашли свое подтверждение и на российском материале, представленном в данном исследовании.

Робот не в состоянии поддерживать интерес к беседе. Это возможно лишь в случае, если респондент сам выражает интерес к обсуждаемой теме. Поэтому очевидно, что роботизированные интервью не должны быть длиннее 10-12 вопросов, особенно когда зачитывание некоторых вопросов и вариантов ответов к ним занимает много времени, что способно заставить респондента потерять терпение и прервать интервью.

Анализ аудиозаписей интервью показал, что робот далеко не всегда разбирает ответы респондентов, особенно когда респондент начинает отвечать до окончания зачитывания вопроса. Робот не готов к нестандартным ответам. Эта проблема отчасти будет решаться по мере расширения библиотеки возможных ответов и оттачивания формулировок вопросов. А при подготовке проведения широкомасштабного интервью крайне желательным является проведение тестового периода с участием координаторов, чтобы улучшить настройки распознавания ответов и выявить варианты ответов, которые не предполагались раньше. Регулярные опросы с возможностью повторных контактов/звонков (мониторинг)



позволяют настроить робота на относительно постоянный объем лексических единиц. Робот плохо распознает ответы на фоне внешних шумов и помех в линиях связи. Но это проблема техническая, и решается улучшением качества программного обеспечения.

Большим успехом стало то, что к концу четвертой волны удалось оперативно, за несколько часов собирать плановую выборку (1200). Эти результаты свидетельствуют о том, что роботы оптимально подходят для проведения экспресс-опросов, когда необходимо провести массовый опрос в предельно короткий промежуток времени. И это делает роботов однозначными лидерами в подобных случаях.

---

1. Curtin R., Presser S., Singer E. Changes in telephone survey nonresponse over the past quarter century //Public opinion quarterly. - 2005. - Т. 69. - №. 1. - С. 87-98.

2. Kreuter F., Presser S., Tourangeau R. Social desirability bias in cati, ivr, and web surveys: the effects of mode and question sensitivity //Public opinion quarterly. - 2008. - Т. 72. - №. 5. - С. 847-865.

3. Shaw W. S., Verma S. K. Data equivalency of an interactive voice response system for home assessment of back pain and function //Pain Research and Management. - 2007. - Т. 12. - №. 1. - С. 23-30.

4. Amaya A. et al. Evaluation of Gaining Cooperation Methods for IVR Surveys in Low- and Middle-income Countries //Survey Methods: Insights from the Field. - 2018. - С. 8.

5. Kappelhof J. W. S., De Leeuw E. D. Estimating the impact of measurement differences introduced by efforts to reach a balanced response among non-western minorities //Sociological Methods & Research. - 2019. - Т. 48. - №. 1. - С. 116-155.

6. Pariyo G. W. et al. Does mobile phone survey method matter? Reliability of computer-assisted telephone interviews and interactive voice response non-communicable diseases risk factor surveys in low and middle income countries //PloS one. - 2019. - Т. 14. - №. 4.

## ADVANTAGES AND CHALLENGES OF CONDUCTING IVR SURVEYS

© 2020 Zvonovsky Vladimir Borisovich  
Doctor of Sociology, Professor  
Samara State University of Economics  
E-mail: zvb@socio-fond.com

**Keywords:** data collection methods, telephone surveys, IVR (Interactive Voice Response), Sensitive Topics, gaining cooperation, surveys.

This article presents an overview of modern scientific developments in the field of robotic telephone surveys (IVR / T-ACASI) in sociological studies on the different aspects that must be taken into account both at the stage of preparation of such a survey and during data collection, as well as during the subsequent work with the received material.

## **ФЕМИНИЗМ КАК СОЦИАЛЬНОЕ ЯВЛЕНИЕ: НЕОДНОЗНАЧНОЕ ОТНОШЕНИЕ К НЕМУ СО СТОРОНЫ ОБЩЕСТВА**

© 2020 Кожевникова Анна Александровна\*  
студент

Самарский государственный экономический университет  
E-mail: kogevaa345@gmail.com

**Ключевые слова:** феминизм, радикальный феминизм, мизандрия, бодипозитив.

В статье рассматриваются возможные причины неоднозначного, а чаще - негативного, отношения к современному феминизму со стороны общества в России и в мире.

Проблема феминизма является одной из актуальных проблем современности. Зарождение течения феминизма и его «первая волна» пришлись на XIX-начало XX века. Основными вопросами на тот момент являлись права собственности замужних женщин и право голоса для них. Под «второй волной» феминизма принято понимать идеи, связанные с женским освободительным движением, начавшимся в середине 1960-х годов, требования которого выражались в полном юридическом и социальном равенстве женщин и мужчин.

С того момента феминистическое движение никуда не пропадало, его представительницы вели борьбу за равные права между мужчинами и женщинами. Современные женщины имеют право избирать, получать образование, получать должности, которые они предпочитают, делать аборт и носить брюки. Эти права в настоящее время существуют как должное, многие даже не задумываются, что когда-то женщины даже и подумать не могли о таких привилегиях. Но в современном обществе со стремительно развивающимися СМИ, в которых тема феминизма очень популярна, возрастает отрицательное отношение к нему. У многих этот термин ассоциируется не целеустремленными женщинами, которые отстаивают свои права, а с агрессивными, порой неадекватными, вечно недовольными дамами, регулярно выступающими на митингах и срывающими официальные мероприятия<sup>1</sup>.

Почему же возникает такое отношение к столь либеральному течению, которым, по крайней мере, оно считалось на момент зарождения? Причин для этого может быть много. В данной статье автор постарается описать самые очевидные из них.

Во-первых, в некоторых случаях феминизм может перерасти в радикальный феминизм или даже в мизандрию, так называемое мужененавистничество. Фанатизм, как известно, всегда портит любую идею. Одной из ярчайших представительниц радикального феминизма является Валери Соланас. Ее самой известной написанной работой является «SCUM Manifesto», что в переводе означает «Манифест

---

\* Научный руководитель - **Чеджемов Герман Асланбекович**, старший преподаватель.

общества полного уничтожения мужчин». В ней она говорит об абсолютном биологическом и социальном превосходстве женщин над мужчинами, а последних описывала как промежуточное звено между женщинами и обезьянами<sup>2</sup>. Являлось ли данное произведение острой сатирой и интеллектуально-игровым подрывом патриархата или же настоящей агитацией к действиям - до сих пор неизвестно. Но можно с точностью сказать, подобные яркие представительницы радикального феминизма, которые хотят не добиться полноправного равенства между мужчинами и женщинами, а желают превалировать над первыми, управлять, считаться выше по всем критериям, искажая при этом идеи истинного феминизма, вызывают к себе чаще всего отрицательные чувства и пренебрежение. По причине подобной трактовки феминистического настроения как средства улучшения жизни представительниц женского пола, а не уравнивании прав, многие люди считают всех феминисток истеричными, эгоистичными и агрессивно настроенными против представителей мужского пола.

Во-вторых, в современном обществе, а в особенности в российском, сложилась определенная норма, традиция уклада жизни в виде патриархата, так как испокон веков мужчина в семье считался хозяином, защитником и добытчиком. По данным исследования 2017 года «Левада-центра» высказались 51% опрошенных россиян и 75% опрошенных россиянок за то, чтобы женщины имели права, полностью равные с мужчинами.<sup>3</sup> В российском обществе такие качества, как умение зарабатывать деньги, стремление к успеху, способность быть главой семьи и другие «мужские» качества абсолютно не ассоциируются с женским полом как у мужчин, так и у самих женщин. Хотя и многих представительниц женского пола это устраивает, феминисток, борющихся за равноправие, нет. В настоящее время огромное количество женщин доказывают, что содержать семью - удел не только мужчины. Женский пол в силах с этим справиться, если в этом будет необходимость. Но из-за закоренелости патриархата и стереотипного представления «традиционной» семьи, к феминизму относятся пренебрежительно.

Отрицательное мнение о феминизме в России складывалось еще до времен СССР. Хотя Временное правительство и даровало женщинам те права, за которые они боролись, сделано это было под давлением женских организаций, которые на протяжении десятилетий разрабатывали для этого законодательную базу и выдвигали требования властям. Но спустя уже некоторое время так же быстро женщины стали их терять. Уже в 1918 году практически все женотделы и самостоятельные женские организации прекратили свою работу, так как власти стали уходить от политики равенства и толерантности, и женщина стала рассматриваться лишь как объект политического воздействия. Большевики еще до революции начали проводить очень активную и, стоит заметить, вполне успешную антифеминистскую пропаганду. Но в таком положении дел были и свои преимущества. Работы в области гендерных особенностей не были излишне радикальными и агрессивными, как на западе. Скорее наоборот, отличались научной обоснованностью, объективностью и соответствовали тем нормам, которые были характерны для общества того времени.<sup>4</sup>

В-третьих, феминизм очень часто путают с таким течением, как бодипозитив. Бодипозитив - одно из современных течений, призывающее к уважению своего тела, к его полному принятию. Истинное его предназначение - избавление людей

от навязанных стандартов красоты, от комплексов по поводу своего тела. По причине того, что данное течение получило сильное развитие лишь в последнее десятилетие, а за последние несколько лет муслирование бодипозитивистских настроений в СМИ и социальных сетях приняло огромные масштабы, произошло искажение и подмена понятий - оно переросло в ничем не обоснованное восхваление наличия лишнего веса, призыв к отказу от средств личной гигиены и многое другое. Такие крайности могут не только не принести никакой пользы, но еще и навредить здоровью. Также бодипозитив продвигает и психологическую свободу; с этой идеей существует очень много несогласных. Иногда, желания людей должны оставаться желаниями и не перерастать в действия. Тысячелетиями создавались не только нормативные, но и моральные ограничители человека от самого себя. У них есть свои недостатки, но в целом они направлены на сдерживание человеческой животной сущности.<sup>5</sup> Одна из идей разумного бодипозитива: здоровое тело - красивое тело. И если девушка или парень чувствуют себя прекрасно в своем теле, то не стоит гнаться за определенным образцом, стандартом красоты. Многие представительницы такой искаженной формы «бодипозитива» позиционируют себя еще приверженками феминизма. Из-за этого у людей, глубоко не изучающих данную тему, два течения смешиваются в один стереотипный образ, вызывающий также отрицательные эмоции.

Еще одним из возможных факторов пренебрежительного отношения к феминистским идеям является широкое развитие такого направления, как поп-феминизм. Это направление присуще знаменитостям. Яркими представительницами такого направления являются Бейонсе, Дженнифер Лоуренс, Эмма Уотсон. Данное направление заставляет относиться к идеям феминизма пренебрежительно и неоднозначно, так как звездные представительницы этого направления нередко используют феминизм как прикрытие для своей успешной коммерческой деятельности, например, для продажи фирменных элементов одежды. Сами феминистки критикуют это направление за его поверхностность, подачу в забавной, шутливой форме, коммерциализацию, и, иногда восхваление женской уникальности и единоличного господства, что полностью противоречит феминизму.

Энди Зайсер, известная журналистка, называет то, что мы имеем сегодня, «рыночным феминизмом». «Рыночный феминизм - это всего лишь феминизм, который каждый может и должен купить». «Вместо укрепления феминизма изнутри, - объясняет журналистка, - мы видим ребрендинг, направленный на внешний мир, ради того, чтобы получить больше сторонников, завоевать более широкую аудиторию. Для этого достаточно упростить идеологию до картинки и нескольких слов».<sup>6</sup>

Однако поп-феминизм или «рыночный феминизм» играет огромное значение в продвижении таких серьезных, сложных, важных идей гендерного равенства, в привлечении широкой аудитории к проблемам неравенства оплаты мужского и женского труда, сексизма, виктимблейминга, сексуального харрасмента и многим другим.

Таким образом, следует сказать, что необходимо разводить все эти понятия современных течений и различать их цели. Так как в настоящее время в СМИ, социальных сетях и прочих современных источниках возрастает количество идеологических течений и радикальных движений, стоит критически относиться ко всем высказыва-

ниям на вышеизложенную тему, поскольку значение здорового феминизма и его достижений для современных женщин переоценить просто невозможно.

<sup>1</sup> Тракнова Е.Ю., Чеджемов Г.А. Стереотипы гендерных ролей в контексте неравенства полов // Известия Института систем управления СГЭУ.2017. №1(15) С.111

<sup>2</sup> «SCUM Manifesto» В.Соланас.

<sup>3</sup> <https://www.levada.ru/2017/03/03/zhenskij-den-i-prava/>

<sup>4</sup> Синичкина О.Р., Чеджемов Г.А. Гендерная социализация как одно из социальных явлений современности // Российская наука: актуальные исследования и разработки. Сборник научных статей VII Всероссийской научно-практической конференции .Самара. СГЭУ. 2019 .С.279-284

<sup>5</sup> Климова Е.А. Негативные и позитивные черты социального течения «бодипозитив»/ Эволюция, прогресс и модернизация (2017, с.197-204)

<sup>6</sup> Энди Зайсер. «Однажды мы были феминистками» (2016)

## **FEMINISM AS A SOCIAL PHENOMENON: AMBIGUOUS ATTITUDE TOWARDS IT FROM SOCIETY**

© 2020 Kozhevnikova Anna Alexandrovna  
Student  
Samara State University of Economics  
E-mail: kogevaa345@gmail.com

**Keywords:** feminism, radical feminism, misandry, body positive.

The article explores possible reasons of ambiguous and sometimes negative attitude towards feminism in Russia and in the world.

УДК 338

Код РИНЦ 06.00.00

## **ПРОБЛЕМЫ ПРИМЕНЕНИЯ АУТПЛЕЙСМЕНТА В РОССИИ**

© 2020 Обертяева Дарья Алексеевна  
студент

© 2020 Коротаева Татьяна Васильевна  
доцент

Самарский государственный экономический университет  
E-mail: d.temnikova@mail.ru

**Ключевые слова:** аутоплейсмент, рынок труда, безработица, высвобождение персонала, массовые увольнения, поддержка уволенного персонала.

В статье рассмотрено такое явление, как аутоплейсмент, которое заключается в оказании поддержки уволенному сотруднику по поиску нового места работы и т.п. За рубежом такая практика является достаточно популярной, но в России аутоплейсмент приме-

няется не так широко, как хотелось бы. Такая непопулярность связана с рядом причин, рассмотренных в статье.

С течением времени потребности организации в сотрудниках меняется. Внедрение новых технологий, прекращение производства определенных видов продукции и снижение спроса на услуги, предоставляемые организацией, могут привести к снижению спроса на определенные категории работников и на работу в целом. Так возникает проблема высвобождения персонала, которую поднимают многие ученые, занимающиеся проблемами управления персоналом. Высвобождение персонала - это понятие, которое подразумевает выполнение комплекса мер, направленных на соблюдение всех правовых норм при увольнении работников.

Различные методы ограничения массовых увольнений, которые были приняты во всем мире, доказали свою актуальность и в России. Были поддержаны инициативы работодателей по увеличению сроков высвобождения, сокращению и предотвращению увольнений. Опыт регулирования массового увольнения показывает на то, что меры являются неэффективными в плане содействия занятости и предотвращения массового увольнения без определенных стратегических программ. Активная политика государства в сфере подготовки и переподготовки работников, увеличения их конкурентоспособности на рынке труда и по поддержке программ по созданию рабочих мест позволяют создать условия для безрискового развития рынка труда.<sup>1</sup>

При использовании традиционных форм сокращения персонала существует огромное количество негативных последствий, которые сводят все возможные выгоды к минимуму. В тоже время экономическая сторона затрат очевидна - огромные финансовые затраты на выплаты работникам, изложенные в Трудовом кодексе. Тем не менее, психологические последствия сокращения более негативны, ведь психологический дискомфорт проявляется даже у тех, кто не был уволен. Такое восприятие ситуации приводит к ухудшению социально-психологического климата, возникновению психологических проблем, конфликтов, препятствий в общении.

Существует проблема - ее необходимо либо устранить, либо уменьшить, но использование традиционных методов воздействия на персонал (административные, экономические и другие полномочия) неэффективно. Решить ее можно путем использования нежестких форм сокращения. Они связаны с объяснением работнику необходимости изменения его поведения, смены места в структуре, а также заставить задуматься об необходимости остаться в организации, в которой работает сотрудник. Механизм нежестких форм сокращения персонала должен быть соразмерен корпоративной культуре организации и особенностям работников.

В России спрос на аутплейсмент появился в период экономического кризиса конца 1998 г., вызвавшего массовые увольнения во многих организациях. Одним из первых кадровых агентств, предложивших услугу аутплейсмент, стало известное кадровое агентство «АНКОР». Основываясь на опыте зарубежных кадровых

агентств, разработало и внедрило программу, которая помогало уволенным работникам в максимально короткие сроки адаптироваться к постоянно изменяющемуся рынку труда, изучать современные технологии поиска работы и, таким образом, уволенные работники стали тратить гораздо меньше времени на поиск новой работы. Так в России появилось понятие аутплейсмент.<sup>2</sup>

Аутплейсмент является комплексом мер, направленных на смягчение негативных последствий от увольнений. Он включает психологическую поддержку и всевозможную помощь со стороны работодателя в дальнейшем трудоустройстве работников, сокращенных в результате реструктуризации или любых других организационных изменений. Чаще всего в этот процесс вовлечены специально приглашенные консультанты, но иногда трудоустройство осуществляется в отделе кадров самой организации. Консалтинговые агентства по управлению аутплейсментом обычно предполагают уволенным специалистам программы, которые учат их как правильно искать работу: например, как написать резюме или пройти собеседование. Агентства иногда ищут вакансии для таких специалистов. Как правило, аутплейсмент персонала могут себе позволить только очень крупные и успешные организации, поскольку эта услуга оплачивается за счет бывшего работодателя.

Эффективность услуги аутплейсмента в решении задач организации наглядно представлена на рисунке.

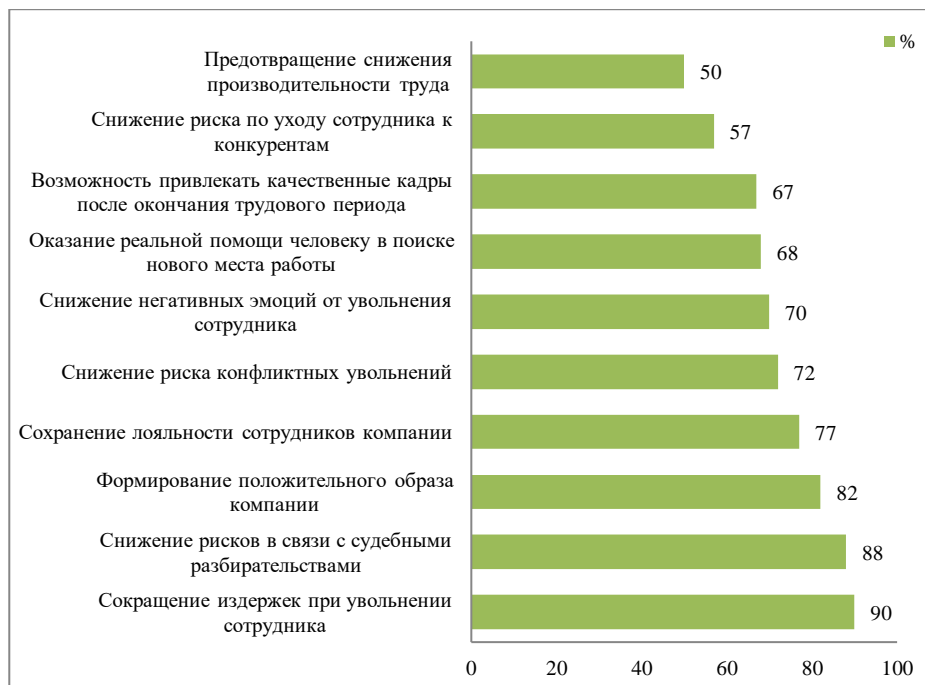


Рис. Эффективность услуги аутплейсмента в решении задач организации<sup>3</sup>

Но реальность такова, что российский рынок труда не готов к программе аутплейсмента по следующим причинам:

- не востребованность. Российские компании неохотно признают аутплейсмент, а к кадровым службам обращаются в основном зарубежные компании, работающие на территории России. При этом компании предпочитают закрытый аутплейсмент, при котором сотрудник даже не подозревает о намерении руководства уволить его и перевести в другую компанию. Российские руководители предпочитают решать кадровые вопросы простым путем - просто увольняя сотрудника, не прилагая лишних усилий. Их проблема состоит в том, что они не понимают, что такими действиями могут подорвать имидж компании, а также привести к определенным последствиям, возникающим из-за конфликтного увольнения работника. В России до сих пор придерживаются устаревшей точки зрения, что ценность работника возникает лишь тогда, когда он работает в фирме, а после его увольнения он уже не является интересным объектом для руководства. Во многих случаях, аутплейсментом пользуются компании, которые не хотят лишиться раз затрачивать средства на выплату денежной компенсации работнику, расставаясь с ним при наименьших затратах;

- недостаток времени. Аутплейсмент подразумевает, что специалисты должны изучить профессиональные и психологические особенности сотрудника и подобрать подходящую ему должность. Но в реальности происходит так, что общение происходит в спешке, поскольку руководители компаний уверены, что одной беседой можно обойтись, поэтому нет нужды заранее обращаться в агентство. Но на самом деле качественная услуга занимает около месяца изучения особенностей сотрудника. Если этого не происходит, то результат такой работы неэффективен, каким бы он мог быть;

- пренебрежительное отношение. Некоторые компании уверены, что аутплейсмент в своей основной форме не понадобится их работникам. Они считают, что главным является нахождение для уволенного сотрудника нового места работы, без оказания дополнительных услуг. В связи с этим они обращаются в кадровое агентство, где им навязывают дополнительные услуги в виде анализа рынка труда и иных исследований. Самым распространенным является вариант, когда кадровые службы предоставляют информацию о подходящих вакансиях и обеспечивают взаимодействие между сотрудником и его новым работодателем. Мысли и настроения сотрудника никому в данном случае не интересны, а следовательно, они не учитываются;

- чрезмерная забота. Противоположностью прошлого пункта является стремление работодателя получить как можно больше, т.е. они заказывают аутплейсмент, поскольку уверены, что сотрудникам требуется все виды услуг, которые могут им дать HR. Такие действия могут быть последствием тревоги руководства за то, чтобы сотрудник не был огорчен увольнением. При этом при затраченных усилиях, отдача от такого пакета «все включено» является маленькой. Сотрудник хочет получить аналогичную должность, а стараниями руководства он вынужден проходить комплексную переквалификацию<sup>4</sup>;



- теневая политика. На российском рынке труда существуют так называемые «теневые» процессы. Например, существуют круговые поруки, которые основаны на обидах, долгах и иных отношениях между компаниями по «теневому» взаимодействию. Попадающие под увольнение работники могут быть задействованы в таких делах, особенно если занимают управляющие должности в компании. В таком случае специалисты аутплейсмента сталкиваются с проблемами, что сотрудник занимает негласную позицию в «черном списке» компаний, что усложняет поиск новой компании для него. Сталкиваясь с такими проблемами HR не могут оказать клиенту определенную помощь, поскольку факт увольнения является передвижением сотрудника в какой-то определенной комбинации, которая неизвестна HR. Обращаясь к аутплейсменту руководитель часто надеется, что HR устроит его сотрудника в нужную ему фирму;

- профессиональное разоблачение. Зачастую HR сталкивается с неправильно определенным профессиональным уровнем сотрудника, которого увольняют. Даже если сотрудник занимал место топ-менеджера, он может не соответствовать рыночным требованиям и быть практически неконкурентоспособным. В связи с этим возникают не очень приятные события для карьеры сотрудника - он должен или повышать квалификацию и переучиваться, или же согласиться на понижение в должности<sup>5</sup>;

- вероятность возмездия. Типичным явлением выступает острая реакция сотрудника на увольнение. В данном случае специалист аутплейсмента должен смягчить такую реакцию, чего и ожидает руководитель. Однако, не всегда сотрудники достаточно цивилизованы и воспринимают увольнение в качестве личного оскорбления. В трудных ситуациях они думают о возможности мести руководству, прибегая к судебным тяжбам и шантажу. Зачастую они руководствуются не только гневом и обидой, а определенным расчетом, т.е. сотрудник заранее просчитывает, какую компенсацию он может получить за моральный ущерб и не желает отступать. К сожалению, таких сотрудников очень много и даже самый опытный специалист по аутплейсменту оказывается здесь бессильным.

Аутплейсмент в России может получить возможность развития лишь в том случае, когда он будет закреплён на законодательном уровне и компании будут заинтересованы в оказании такой услуги. С другой стороны, развитие аутплейсмента в России является дорогостоящим процессом, поскольку для компаний нужна поддержка со стороны государства.

---

<sup>1</sup> Кибанов А.Я. Управление персоналом организации: Учебник. - М.: ИНФРА-М, 2020.

<sup>2</sup> Клим Д. Аутплейсмент как красивое расставание / Д. Клим // Я - перший. - 2018. - №1-2. - С. 15-18.

<sup>3</sup> Низовцева, А. А. Аутплейсмент как технология кадрового менеджмента / А. А. Низовцева. - Текст : непосредственный // Молодой ученый. - 2017. - № 12 (146). - С. 336-338.

<sup>4</sup> Долженкова Ю. В. Аутплейсмент как инструмент антикризисного управления // Вестник ОмГУ. Серия: Экономика. 2017. №3.

<sup>5</sup> Демьянченко, Н.В. Развитие холистической парадигмы маркетинга персонала в корпоративной стратегии организации: доктор экономических наук: 08.00.05: защищена 19.12.2018 / Демьянченко Наталья Васильевна. - Ростов-на-Дону, 2018. - 53

## PROBLEMS OF USING OUTPLACEMENT IN RUSSIA

© 2020 Obertyaeva Darya Alekseevna  
Student

© 2020 Korotaeva Tatyana Vasilievna  
Associate Professor

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

**Keywords:** outplacement, labor market, unemployment, staff release, mass layoffs, support for dismissed personnel.

The article deals with the phenomenon of outplacement, which consists in providing support to a dismissed employee to find a new job, etc. This practice is quite popular abroad, but in Russia outplacement is not used as widely as we would like. This unpopularity is due to a number of reasons discussed in the article.

УДК 316.346.2

Код РИНЦ 04.00.00

## НЕРАВЕНСТВО МУЖЧИН И ЖЕНЩИН В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ И ФАКТОРЫ ЕГО СГЛАЖИВАНИЯ

© 2020 Петина Анастасия Игоревна\*  
студент

Самарский государственный экономический университет  
E-mail: aipetina@inbox.ru

**Ключевые слова:** гендерное неравенство, ущемление прав мужчин и женщин, факторы сглаживания неравенства, факторы неравенства.

В статье рассматриваются факторы гендерного неравенства, причины возникновения и факторы сглаживания гендерного неравенства.

Проблема гендерного неравенства зародилась еще в XX веке. Но стала острой и глобальной только в современном мире, когда женщины стали бороться за свои права. Большинство людей думают, что данное неравенство имеет отно-

---

\* Научный руководитель - **Чеджемов Герман Асланбекович**, старший преподаватель.

шение только к ущемлению прав женщин, но в современном мире уже известно, что происходит также ущемление прав мужчин.

Различия и гендерные отношения, социальное конструирование гендерных позиций пронизывают всю культуру, все социальные институты и социально-психологические отношения. Они внедряются в человека в процессе социализации и уже не воспринимаются как самоочевидные только через критику, бросающую вызов неравному положению определенных гендерных групп в обществе.<sup>1</sup>

В основном, когда говорят о гендерном неравенстве, говорят о том, что женщины ущемлены в каких-либо правах либо они находятся в невыгодном положении по сравнению с мужчинами. Самыми распространенными факторами неравенства являются получение образования, профессия и движение по карьерной лестнице, семья и воспитание детей. Например, на одних и на тех же должностях женщины получают более низкую зарплату, и их шансы на карьерный рост ограничены. Гендерное неравенство может также включать сексуальную эксплуатацию и насилие в семье в отношении женщин. Стереотипы о мужской власти и ее доминирующей роли в семье настолько укоренились в сознании людей, что даже если вначале отношения строятся на принципах демократии, позже женщина может взять на себя все обязанности домохозяйки, иногда даже наряду с работой. Наличие большого количества гендерных стереотипов и нарушений прав женщин зачастую не позволяет нормально существовать демократии в отношениях.<sup>2</sup>

Хотя на протяжении многих лет женщины добиваются равных прав на уровне закона, но в со временном мире становится очевидно, что этого недостаточно, чтобы мужчины и женщины стали равны. Например, СССР был одним из первых государств, в котором трудились на равных правах и мужчины и женщины. Так согласно переписи населения за 1970 год, более 80% женщин трудоспособного возраста были заняты в сфере производства. Но после трудовой смены советская женщина приходила домой и отработывала вторую смену, занимаясь детьми и домом. Именно поэтому нельзя говорить, что равноправие возможно только при равенстве закона.

В этот же период в Европе набирает оборот движение, которое выдвигало лозунги, что равноправие должно быть не только на уровне закона, а также и в повседневной жизни, которая была организована у полов по-разному. Эти нормы жизни вырабатывались у общества веками и стали уже стереотипами данного общества. Так в обществе не принято, чтобы мужчина уходил в отпуск по уходу за ребенком, а женщина в это время работала. Хотя на уровне законодательства прописан, что данный вид отпуска может брать любой<sup>3</sup>.

Неравенство по отношению к женщинам больше всего выражено по отношению к работе и власти. Согласно статистическим данным: В США только 20% женщин занимают руководящие должности, в Великобритании-21%, в Китае-31%, в России-42 %. Женщины занимают лишь 25 % технических должностей, 6% телевизионных станций и 5% руководящих должностей в средствах массовой информации (по данным консалтинговой компании Grant Thornton). К тому времени, когда среднестатистическая женщина достигнет 60-летнего возраста, она будет зарабатывать на 450 000 долларов меньше, чем мужчина в том же положе-

нии. Кроме того, некоторые менее квалифицированные мужчины учатся почти в два раза больше, чем женщины.

По отношению к мужчинам гендерное неравенство проявляется только тогда, когда он берет на себя женские роли, то есть воспитание детей и забота о доме.

В законодательстве Российской Федерации также существуют гендерные законы. Некоторые из них противоречат закрепленному в Конституции принципу гендерного равенства и ущемляют права мужчин. К таким законам относятся:

1) Закон «о воинской обязанности и воинской службе», где прописано, что к обязательному воинскому учету и воинской подготовке имеют отношения только мужчины, в то время как женщины могут «Поступить на контрактную службу женщины могут, и не будучи в запасе, и не окончив специальные учебные заведения, и не проходя призывную службу»

2) Закон о полиции:

- Статья 23. Для женщин применение огнестрельного оружия с целью убийства ограничено более строго, чем для мужчин, которым разрешено его применять не только в случаях «оказания указанными лицами вооруженного сопротивления, совершения вооруженного или группового нападения, угрожающего жизни и здоровью граждан или сотрудника полиции».

В 2010 году секретариат Всемирного экономического форума в Женеве представил индекс гендерного неравенства-интегральный показатель, отражающий неравенство возможностей между мужчинами и женщинами. После этого данный индекс стал использоваться ООН<sup>4</sup> в докладе о человеческом развитии, благодаря чему многие страны обратили внимание на ее существование<sup>5</sup>.

В мае 2006 года советом европейских муниципалитетов и регионов была внедрена Европейская хартия о равенстве женщин и мужчин в общественной жизни.

Подводя итог, можно сказать, что к 2020 году гендерное неравенство почти прошло, но его остатки достаточно тяжело искоренить из сознания общества, потому что оно прочно в нем обосновалось. Также при борьбе с гендерным неравенством нужно учитывать не только ущемление прав женщин, но и ущемление прав мужчин, так как лишь рассмотрение картины в целом, а не какого-то аспекта отдельно, поможет решить проблему.

Если говорить о возможности полного гендерного равенства, то стоит отметить, что оно не может быть полностью достигнуто, потому что между мужчинами и женщинами есть различия, которые не надо пытаться уравнивать.

---

<sup>1</sup> Синичкина О.Р. Чеджемов Г.А. Гендерная социализация как одно из социальных явлений современности//Российская наука: актуальные исследования и разработки. Сборник научных статей VII Всероссийской научно-практической конференции. Самара. СГЭУ. 2019. С.283

<sup>2</sup> Тракнова Е.Ю., Чеджемов Г.А. Стереотипы гендерных ролей в контексте неравенства полов // Известия Института систем управления СГЭУ.2017. №1(15) С.111

<sup>3</sup> Введение в гендерные исследования : <https://arzamas.academy/materials/1737>

<sup>4</sup> Центр новостей ООН - ООН о правах женщин: до полного гендерного равенства еще очень далеко [Электронный документ] - 29.07.2015. URL: [http://www.un.org/russian/news/story.asp?NewsID=24172#.Wg7\\_zowY6lt](http://www.un.org/russian/news/story.asp?NewsID=24172#.Wg7_zowY6lt)

<sup>5</sup> Доклад Организации Объединенных Наций «О человеческом развитии», 2010.

## **INEQUALITY OF MEN AND WOMEN IN THE MODERN WORLD: FACTORS FOR SMOOTHING INEQUALITY**

© 2020 Petina Anastasia Igorevna  
Student

Samara state University of Economics  
E-mail: aipetina@inbox.ru

**Keywords:** gender inequality, infringement of the rights of men and women, factors of smoothing inequality, factors of inequality.

The article considers the factors of gender inequality, the causes of its occurrence and the factors of smoothing gender inequality.

УДК 316.77

Код РИНЦ 04.00.00

## **ОБЩЕНИЕ И ЕГО ОСОБЕННОСТИ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ**

© 2020 Подлипская Арина Владимировна\*  
студент

Самарский государственный экономический университет  
E-mail: arina\_podlipskaya@mail.ru

**Ключевые слова:** общество, общение, коммуникации, личность, индивид, человек, отношение, деятельность.

В настоящей статье уделяется внимание общению, его проблемам и особенностям в современном мире. Вместе с тем рассмотрены понятие, значение и функции общения.

Научно-технический прогресс XXI столетия создал условия для реального и виртуального общения. В современном мире люди вербально могут общаться и передавать информацию друг другу не только при непосредственной близости, но также с помощью гаджетов, находясь на больших расстояниях.

---

\* Научный руководитель - **Чеджемов Герман Асланбекович**, старший преподаватель.

«Общение» как понятие, основано на различных определениях исследователей. Наиболее конструктивным является следующее: «Общение - это взаимодействие двух или более людей с целью установления и поддержания межличностных отношений, достижения общего результата совместной деятельности».<sup>1</sup> Несмотря на то, что общение является весьма сложным процессом, вместе с тем, оно гармонично и пропорционально. Заметим, что понятие «общение» подразумевает не только передачу информации, но и организацию взаимодействия двух или нескольких личностей, а также восприятие партнеров, их взаимопонимание. Многие научные деятели высказывают мнение о том, что общение формирует самостоятельный вид деятельности: данный факт подтверждает М.А. Орлова.<sup>2</sup> Антитезой мнению М.А. Орловой является тезис Г.М. Андреевой, которая утверждала, что общение и деятельность есть единое целое.<sup>3</sup>

Кроме того, проведенный нами анализ дополнительных исследований интерпретации термина «общение» подтвердил, что в будущем исследователям предстоит более глубокое переосмысление особенностей и проблем общения.

С социологической точки зрения общение представляет собой анализ внутреннего развития устройства общества и его взаимоотношение с общением. Любое общение отражается на социологическом уровне при условии, что в таком общении остается актуальным значимые связи между людьми. Общение выступает как разносторонний фактор общественной жизни личности и несет весомую значимость, так как является неотъемлемой частью современной действительности, ее основой. Человек не может обходиться без общения, так как большую часть своего времени проводит именно в социуме, где для выполнения какой-либо деятельности требуется контакт с другими людьми.

Общение - это искусство. Жизненный успех личности напрямую зависит от того, насколько хорошо человек владеет и использует мастерство коммуникаций. Поэтому для человека очень важно уметь находить контакт с другими людьми, знать определенные правила и нормы общения.

Посредством общения личность изучает мир, усваивая правила, нормы и ценности. В процессе контактирования индивид приобретает новые навыки, знания, следовательно, становится более развитым, культурным и интеллигентным. Следовательно, общение способствует социализации личности, формированию самого себя, своих личностных черт. Связь между людьми становится их потребностью. Общение способствует формированию новых отношений и полноценному развитию личности. Социализация является одной из основных функций общения, наряду с контактной, информационной, побудительной, координационной, эмоциональной, синдикативной, инструментальной и функцией самовыражения.<sup>4</sup>

Характерные черты общения в современном мире связаны с ценностями, которые нам преподносит социум, с изменением жизни индивида, ее стандартизации, с общепринятыми правилами и нормами, которые устанавливает многочисленный уровень культуры.

Ананьев (1977) в своих исследованиях определил главную особенность общения: «Главной характеристикой общения как деятельности является то, что, через него человек строит свои отношения с другими людьми».<sup>5</sup> Но чтобы начать

строить отношения с другими людьми, необходимо с ними, прежде всего, взаимодействовать.

Если говорить про взаимодействие, то здесь следует отметить, что увеличилось количество вынужденного общения. Особенно часто это проявляется в крупных городах, где людям приходится часто сталкиваться и контактировать с незнакомыми людьми. Например, поездка в общественном транспорте, поход в кинотеатр, в торговые центры. Это приводит к бесчисленным контактам, а их особенность заключается в их многочисленности и поверхностности, что говорит о низкокачественном общении.

В связи с развитием цивилизации и формированием информационного общества огромное предпочтение стало отдаваться новым технологиям. Непосредственно с возникновением технического вторжения общение стало видоизменяться. Инновационные ресурсы общественных коммуникаций поспособствовали появлению своеобразных конфигураций общения различного вида, то есть начали появляться новые формы общения, расширяться возможности передачи и обработки информации. Информатизация оказывает благоприятное воздействие на жизнь человека, значительно упрощает жизнедеятельность личности, так как изобретенные человечеством телефоны, интернет, способствуют ускоренному процессу передачи информации. Однако, с появлением научно-технического прогресса постепенно нарушаются формы, содержание и средства общения. Явное проявление такого процесса можно увидеть у современной молодежи, которая остро нуждается в межличностном общении и во взаимодействии.

Технологии поработили общество, заменили личные встречи, ограничили живое общение, которого в значительной мере стало недостаточно в современном мире. Из-за этого возникает ряд проблем с взаимодействиями между людьми. Во-первых, теряется его глубина. Со временем общество перестает обладать способностью формулировать свои мысли более ясно и основательно, человеку сложно выражать свою жизненную позицию, общение становится поверхностным, в содержании которого часто не наблюдается глубокого смысла. Во-вторых, страдает качество общения, оно становится хуже. Кроме того, возникают такие насущные проблемы, как одиночество и нехватка живого общения.

В это время человечество начинает искать пути восполнения взаимодействия между индивидами. И на смену живому общению приходит виртуальное. На сегодняшний день коммуникативные возможности интернета используются в экономике, политике, государственной деятельности, науке, образовании. Виртуальный мир предоставляет все больше и больше возможностей, которые при-сущи реальному миру.<sup>6</sup>

Такой вид общения совершенно не устраняет тех проблем, что были описаны ранее и не является полноценным в своем роде, но, тем не менее, набирает обороты и становится весьма популярным, особенно среди молодежи. В какой-то степени это комфортно, быстро, позволяет общаться с людьми, проживающими в любой точке мира, но возникает недостаток эмоциональной насыщенности: то есть, сидя по ту сторону экрана, человеку редко удается понять, что чувствует его собеседник в процессе взаимодействия с ним.

Вместе с этим падает социальная ответственность процесса общения, нередко собеседнику приходится «дистраивать», конструировать образ того, с кем он общается, что приводит к диссонансу, заблуждению и неверному восприятию личности. Через экран компьютера индивид может представить себе нечто иное, чем есть на самом деле, что часто приводит к разрушению отношений между собеседниками. Можно наткнуться на отвергающее восприятие другими людьми и оказаться в одиночестве. Общение в современности уже перестало быть правдивым, в большей степени оно несет в себе много лжи и лести. Люди не желают демонстрировать себя такими, какие они есть, зачастую прибегая к различным методам скрыть некую информацию о себе, чтобы в глазах других казаться лучше.

На фоне этого возрастает популярность квази-общения, то есть мнимого и воображаемого. Оно формируется посредством СМИ, различных телепередач, где человек общается с иллюзорными оппонентами. Создается определенная видимость коммуникаций, так как за такими взаимоотношениями стоит отсутствие реального партнера. Нередко данное взаимодействие оказывает негативное влияние на человека и определенно сокращает качество общения, нарушает его коммуникативную структуру.

Отметим, что общение является наиболее значимой ценностью для общества. Без его присутствия личность не сможет полноценно существовать и совершенствоваться.

---

<sup>1</sup> Педагогический терминологический словарь

<sup>2</sup> Орлова М.А. Психологические особенности общения как вида деятельности: педагогическое общение // Социосфера. 2010. № 1. С. 41-46.

<sup>3</sup> Учебник для педагогических вузов / Под ред. П86 Б.А. Сосновского. - М.: Высшее образование, 2008. - 660 с. глава 22 с. 312

<sup>4</sup> Дроздова В.А. Функции общения и возможности их реализации в современном обществе // Гуманитарные научные исследования. 2014. № 1 [Электронный ресурс].

<sup>5</sup> Ананьев Б. Г. О проблемах современного человекознания / АН СССР, Ин-т психологии. - М. : Наука, 1977. - 379, [1] с. - Библиогр.: 373-378 с.

<sup>6</sup> Белоножко Е.С., Чеджемов Г.А. Мошенничество в сети Интернет // Наука XXI века: актуальные направления развития. Самара. СГЭУ. 2017. №1-1. С.85-86

## COMMUNICATION AND ITS FEATURES IN THE MODERN WORLD

© 2020 Podlipskaya Arina Vladimirovna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: arina\_podlipskaya@mail.ru

**Keywords:** society, communication, personality, individual, person, attitude, activity.

This article focuses on communication, its problems and features in the modern world. At the same time, the concept, meaning and functions of communication are considered.



## СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ ИЗМЕРЕНИЕ ПОЛИТИЧЕСКОГО УЧАСТИЯ МОЛОДЕЖИ

© 2020 Ургалкин Юрий Алексеевич  
доктор философских наук, профессор  
Самарский государственный экономический университет  
© 2020 Ростова Анна Владимировна  
кандидат социологических наук, доцент  
Тольяттинский государственный университет  
E-mail: cardinal38@yandex.ru, a.rostova@mail.ru

**Ключевые слова:** молодежь, политическое участие, социальные институты и социальная структура, политическая культура, политические организации, молодежная политика, абсентеизм.

В статье рассматриваются проблемы политического участия молодежи, раскрывается опыт работы с молодежью в Самарской области, вскрываются причины общественно-политической пассивности значительной части молодежи, намечаются пути ее преодоления.

В конце XX - начале XXI вв. Россия вступила в полосу системного кризиса в политике, экономике, идеологии, социальной сфере. Произошли и продолжают масштабные преобразования в жизни нашей страны. Трансформируются социальные институты и структура общества, формируются новые мировоззренческие установки, ценности и нормы. Происходит это на фоне усиливающегося социального расслоения, утверждения в сознании многих людей потребительской психологии и эгоизма, увеличения количества правонарушений, пьянства, наркомании, домашнего насилия, мелкого хулиганства и других форм девиантного поведения. Перемены, происходящие в жизни современного российского общества, заставляют по-новому взглянуть на место и роль молодежи как социальной группы, наиболее приспособленной к социокультурным инновациям, к освоению новых профессий, достижений науки и техники и в то же время подверженной влиянию различного рода негативных процессов и явлений.

Поведение и образ жизни различных групп молодежи в значительной степени обусловлены уровнем социального и экономического развития страны, собственного материального положения. Так, по данным социологов, около 70% молодых людей главной жизненной целью жизни считают достижение материального благополучия. Бескорыстный труд на благо общества, публичная известность интересуют только 15%. Занимать активную жизненную позицию, противостоять жизненным невзгодам и преодолевать их готовы 57% представителей молодежи, а 20% предпочитают «плыть по течению», «не выделяться». Значительной части молодых людей свойственны безразличие и пассивность, нежелание участвовать в

общественно-политической жизни общества<sup>1</sup>. Между тем, политическое участие является одним из средств выражения и достижения интересов граждан и в этом качестве выступает неотъемлемым и необходимым свойством современного общества. Оно может рассматриваться как формы поведения, связанные с непосредственным вовлечением граждан в проведение митингов, демонстраций, забастовок, голосованием на референдумах и выборах. Сюда можно отнести также непосредственное участие в деятельности политических партий, выражение своей гражданской позиции по отношению к тем или иным политическим событиям в СМИ, в письмах и обращениях в органы государственной власти, в общественном контроле за их деятельностью и т.д.

В повседневной жизни люди мало интересуются политикой и практически в ней не участвуют. В основе такого поведения лежат различные факторы. У одних отсутствует вера в возможность что-то изменить в этом мире, у других - главное место в жизни занимают бытовые проблемы, у третьих - карьерный рост и т.д. Есть категория граждан, сознательно занимающих позиции политического бойкота и неучастия. В этих условиях становятся актуальными задачи вовлечения молодых людей, включая студентов и учащихся средних специальных учебных заведений, которых насчитывается в общей сложности более 7 млн человек, в политическую жизнь общества. культурной повестки глобального развития<sup>2</sup>.

Особенностью политического участия является его характер, определяемый политической культурой как частью общественной культуры, а также ее экономической, экологической, юридической, идеологической формами.<sup>3</sup> Другой составляющей политического участия является политическая активность как воплощение взглядов и убеждений человека в практической политической деятельности.

Процессы, связанные с политическим участием молодежи, носят в себе как положительные, так и отрицательные черты. Одни из них определяются переживаемой страной переломной исторической эпохой, сменой мировоззренческой основы целых поколений, переоценкой исторически сложившейся системы ценностей. Часть молодых людей, сталкиваясь с жизненными проблемами, в силу особенностей семейного воспитания, уровня образования, характера, различных других обстоятельств, имеют весьма смутное представление о своем месте и роли в жизни, о своих возможностях, о будущей деятельности. Естественно, что они не в состоянии адекватно оценивать происходящие в стране события и процессы и соответственно в них участвовать.

В этом отношении показательно отношение молодых самарчан к политической сфере общественной жизни. Так, данные Самарского фонда социальных исследований по Самаре и Самарской области показывают, что почти половина молодых людей (46%) интересуется политическими событиями в стране и в мире. Обсуждают политические события в кругу близких и друзей, непосредственно участвуют в выборах 65% опрошенных. В то же время непосредственное участие в деятельности общественно-политических организаций принимают 12%, а доводят свою точку зрения на происходящие политические события до официальных лиц 14% респондентов, участвуют в митингах, пикетах и других массовых меро-

приятных - 6%, работают в штабах кандидатов в выборные органы власти - 5%. Вызывает интерес отношение молодых самарчан к политической сфере общественной жизни. Так, политику Президента РФ по решению стоящих перед страной задач в целом положительно оценивают 54% опрошенных молодых людей при 23% негативной оценки, деятельность Самарского губернатора - соответственно 57 и 22%. Но открыто высказывать и отстаивать свои взгляды по тем или иным вопросам, участвовать в митингах, работать в общественно-политических организациях, пытаться довести свое мнение до официальных органов власти готовы только 28% респондентов.<sup>4</sup>

Важным показателем политического участия является электоральное поведение молодежи, которое становится особо значимым предметом политических исследований в России, поскольку именно в молодости формируется отношение к выборам и к себе как избирателю. Одной из важных проблем электорального поведения молодежи является абсентеизм, в основе которого лежит степень заинтересованности политикой, знание и принятие демократических ценностей, свобода выборов, твердость политических убеждений, мнение окружающих. Подтверждением этого является анкетный опрос студентов Самарского государственного экономического университета, который показал, что 70% респондентов склоняются к тому, что от их мнения в нашей стране мало что зависит. Категорически не хотят участвовать в выборах 4% опрошенных. Около 64% респондентов ставят свое участие в выборах в зависимость не от политических убеждений, не от принятия или непринятия программ кандидатов, а самых прозаических причин, типа «плохого настроения», «занятости другими делами», «плохой погоды» и т.п., а оставшиеся 12% затрудняются объяснить свое неучастие в выборах. В то же время 20% считают свободные, демократические выборы основой формирования эффективной власти, хотели бы видеть среди кандидатов в депутаты разных уровней и другие выборные должности лучших представителей молодежи.<sup>5</sup>

Представленный беглый анализ отношения молодежи к выборам и другим политическим событиям подтверждает тот факт, что еще не созданы условия для осознания молодыми людьми значимости выборов в дальнейшем демократическом развитии общества, для собственного политического самоопределения, но общественная потребность в этом существует. В частности, как показывают исследования ВЦИОМ, более чем 80% респондентов каждой возрастной группы считают с разной степенью определенности необходимым привлечение молодежи к такого рода активности. Интересно при этом, что доля молодых людей, считающих, что их «безусловно нужно привлекать» к такой работе, составляет 37-43%, тогда как среди людей старшего поколения этот показатель составил 52-59%.<sup>6</sup>

Важную роль в политической социализации молодежи играют семья, школа, средние и высшие образовательные учреждения, общественно-политические объединения и органы государственной власти. В семье ребенок делает первые шаги в жизнь, познает окружающий мир, усваивает правила поведения, элементарные нормы морали, рождаются первые представления ребенка об окружаю-

щем мире, вырабатываются элементарные правила поведения, формируются ценности и идеалы, нравственные нормы.

Старшие школьники, учащиеся техникумов и студенты изучают цикл общественно-политических дисциплин: историю, обществоведение, философию, политологию, геополитику. Объем полученных знаний дает им теоретические представления о государстве, партиях, избирательном праве, о политической системе общества, о закономерностях развития мирового социума. Они учатся самостоятельно анализировать те или иные политические события и соответственно их оценивать. Так, например, изучая тему, «избирательные системы» в рамках вузовского курса политологии, студенты проводят деловую игру, в процессе которой они моделируют социально-политические структуры, классифицируют партии на основе анализа их программ, создают блоки и коалиции, депутатские группы в парламенте, учатся «прогнозировать ход предвыборной кампании и электорального поведения и социального самочувствия населения, поддержки того или иного общественного проекта или поддержки политики президента и правительства.»<sup>7</sup> Это особенно актуально в современных условиях, когда на фоне усиления международной напряженности враждебно настроенные западные СМИ развернули против нашей страны настоящую информационную войну.

Большое значение в политической социализации молодежи имеет деятельность партий. Под их руководством пассионарная молодежь объединяется в общественно-политические организации, принимает участие в волонтерском движении, работает в студенческих строительных отрядах и др. Среди таких организаций и движений можно назвать такие, как «Молодая Гвардия Единой России», «Молодежное Яблоко - молодые демократы», Внутрипартийное объединение (фракция) «Российской демократической партии «Яблоко»», Молодежное общероссийское движение за свободу и социальную справедливость «Победа», «Союз коммунистической молодежи Российской Федерации», Общероссийская общественная организация «Союз коммунистической молодежи Российской Федерации», Всероссийский Молодежный Центр ЛДПР (ВМЦ ЛДПР), «Общероссийская общественная организация Российский Коммунистический Союз Молодежи», Молодежное движение «Россия Молодая» и ряд других.<sup>8</sup> Эти формы участия молодежи в политике обеспечивают воспроизводство и обновление политической структуры общества, выступают определяющим фактором социализации подрастающих поколений, способствуют выработке практических навыков общественно-политической работы.

Решающая роль в политической социализации молодежи принадлежит государству, в рамках которого приобщение ее к политике и политической деятельности приобретает организованный и планомерный характер. В качестве примера можно привести Федеральный закон Российской Федерации от 28.06.1995 г. № 98-ФЗ «О государственной поддержке молодежных и детских общественных объединений», содержащий «совокупность мер, принимаемых органами государственной власти Российской Федерации в соответствии с законодательством Российской Федерации в области государственной молодежной политики в целях создания и обеспечения правовых, экономических и организационных условий деятельности та-

ких объединений, направленной на социальное становление, развитие и самореализацию детей и молодежи в общественной жизни, а также в целях охраны и защиты их прав...»<sup>9</sup>. Еще одним примером значимости молодежной политики государства является деятельность Федерального агентства по делам молодежи «Росмолодежь» по «формированию системы развития талантливой и инициативной молодежи, социализации молодежи, находящейся в трудной жизненной ситуации, вовлечению молодежи в социальную практику»<sup>10</sup>.

Россия состоит из 85 регионов, каждый из которых имеет свои отличия экономического, территориального, культурного и т.д. порядка. В связи с этим важное значение приобретает работа с молодежью в регионах. Показательным в этом отношении представляется Самарская область, среди молодежных организаций которой можно назвать такие, как: «Федерация детских организаций Самарской области», «Самарский союз молодежи - территориальная общественная организация Российского союза молодежи в Самарской области», «Ассоциация профсоюзных организаций студентов Самарской области», «Студенческий Совет Самарской области», «Сообщество молодых ученых», «Центр социальных проектов», студенческие строительные отряды и другие. В настоящее время в 37 городских округах и муниципальных районах Самарской области действует 44 муниципальных учреждения по работе с молодежью<sup>11</sup>. С приходом нового губернатора Д. И. Азарова работа с молодежью значительно усилилась. Примером может служить молодежный форум Приволжского федерального округа «iВолга», организаторами которого являются Администрация Губернатора Самарской области и Правительство Самарской области под патронажем аппарата полномочного представителя Президента Российской Федерации в Приволжском федеральном округе и при поддержке Федерального агентства по делам молодежи. Целью Форума является «формирование у молодежи ценностей патриотизма и навыков инновационного мышления, развитие инновационных технологий в сфере молодежной политики».<sup>12</sup>

Другим примером работы с молодежью является «Кадровый проект «Самарская траектория роста». Основная цель данного проекта - подготовка и привлечение талантливой и перспективной молодежи к работе в органах местного самоуправления и в городских структурах. О действенности данного проекта говорит тот факт, что за время его реализации десятки молодых людей из оперативного кадрового резерва были трудоустроены на должности муниципальной службы.<sup>13</sup> Курс на поддержку талантливых молодых людей, заданный Президентом РФ В.В. Путиным и активно поддержанный губернатором Самарской области Д. И. Азаровым, нашел свое воплощение в конкурсе «Лидеры России», полуфинал которого прошел в Самаре.

Все это говорит о том, что поддержка и стимулирование участия молодежи в общественно-политической жизни являются важнейшими условиями дальнейшего процветания нашего государства, укрепления ее авторитета и влияния в мире, формирования развития и укрепления гражданского общества. Это обязывает государственные органы и общественно-политические организации, имеющие отношение к работе с молодежью, прилагать еще больше усилий в форми-

ровании политической культуры и активизации политического участия молодежи, воспитания у нее чувства социальной ответственности и патриотизма, стремления к деятельному участию в экономической, культурной и общественно-политической жизни страны как необходимому условию поступательного развития российского общества.

Об этом предельно точно выразился Президент РФ В.В.Путин: «Когда мы говорим о молодежной политике, то имеем в виду целый комплекс экономических, социальных вопросов, проблем демографии, науки, образования, жилищной политики... Это продолжение нашей стратегической линии на инвестиции в человеческий капитал... Те, кому сегодня 15, 20, 30 лет, в 40 лет станут главными действующими лицами в нашей стране по реализации планов и проектов развития России, укрепления гражданского общества. Молодежь, я напомним, - это 38 млн. человек... Это наиболее динамичная и в то же время наиболее уязвимая часть общества. С одной стороны, она способна на многое. Может сделать страну по-настоящему успешной и конкурентоспособной, но требует поддержки, поощрения, создания здоровой жизненной среды и надежных социальных гарантий... Необходимо снять все барьеры для роста, карьерного продвижения молодежи в бизнесе, системе госуправления, в науке, предоставить ей широкие возможности для личностной и профессиональной самореализации».<sup>14</sup>

---

<sup>1</sup> Ценностные ориентации Российской молодежи в рамках подготовки ежегодного доклада о положении молодежи и реализации молодежной политики в России. Май 2017 г. // Официальный сайт Федерального агентства по делам молодежи и реализации молодежной политики в России. Май 2017 г. // Официальный сайт Федерального агентства по делам молодежи. «Росмолодежь». URL: <http://fadm/gov.ru/search/исследование>.

<sup>2</sup> Послание Президента В. В. Путина Федеральному Собранию 1 декабря 2016 года. URL: <http://www.kremljrn.ru/events/president/news/53379>

<sup>3</sup> Гавров С. Н. Модернизация России: постимперский транзит: монография/ предисл. Л. С. Перепелкина. М.: МГУДТ, 2010. С.44.

<sup>4</sup> См.: Молодежь. Смена поколений 2003-2018. Самара 2019. С. 104-105.

<sup>5</sup> См.: Л.Г. Лебедева, Ю.А. Ургалки. Политическая культура как фактор социализации Российского студенчества // Вестник Самарского муниципального института управления, №4/2017. Самара 2017. С.133.

<sup>6</sup> Молодежь и политика: точки соприкосновения // ВЦИОМ: Пресс выпуск № 3416 от 11.07.2017 г. URL: [https://wciom.ru/index.php?id= ISSN 2071-9558 \(Print\)!ISSN 2411-8656 \(Online\) 139](https://wciom.ru/index.php?id= ISSN 2071-9558 (Print)!ISSN 2411-8656 (Online) 139)

<sup>7</sup> Бондарев С. И., Ургалкин Ю. А., Чеджемов Г. А. Формирование Интернет-культуры студентов в процессе преподавания политологии и социологии // Социальное поведение молодежи в Интернете: новые тренды в эпоху глобализации: материалы 16-й Междунар. науч.-практ. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых (15-16 октября 2015г.). Самара: Самар. гос. экон. ун-т, 2015. С. 377.

<sup>8</sup> Список всех молодежных организаций России. <https://pandia.ru/text/78/361/1514.php>

<sup>9</sup> Федеральный закон Российской Федерации от 28.06.1995 г. № 98-ФЗ «О государственной поддержке молодежных и детских общественных объединений» (ред. от 28.12.2016 г.). URL: <http://legalacts.ru/doc/federalnyi-zakon-ot-28061995-n-98-fz-0/>.

<sup>10</sup> Постановление Правительства РФ от 29 мая 2008 г. № 409 «О Федеральном агентстве по делам молодежи» (в послед. ред.). URL: <http://fadm.gov.ru/agency/docs/position>.

<sup>11</sup> Молодежные организации Самары и Самарской области. URL: <http://www.orgpa.ge.ru/samarskaya-obl/socialnie-organizacii/>.

<sup>12</sup> Официальный сайт полномочного представителя Президента Российской Федерации в Приволжском федеральном округе <http://pfo.gov.ru/projects/ivolga/>

<sup>13</sup> Кадровый проект «Самарская траектория роста» <https://vk.com/traektoriarostasamara>

<sup>14</sup> <https://www.vremyavpered.ru/?p=80>

## THE SOCIOLOGICAL DIMENSION OF YOUTH POLITICAL PARTICIPATION

© 2020 Urgalkin Yuri Alekseevich

Doctor of Philosophy, Professor  
Samara State University of Economics

© 2020 Rostova Anna Vladimirovna

Candidate of Social Sciences, Associate Professor

Togliatti state University

E-mail: [cardinal38@yandex.ru](mailto:cardinal38@yandex.ru), [a.rostova@mail.ru](mailto:a.rostova@mail.ru)

**Keywords:** youth, political participation, social institutions and social structure, political culture, political organizations, youth policy, absenteeism.

The article deals with the problems of political participation of young people, reveals the experience of working with young people in the Samara region, reveals the reasons for socio-political passivity of a significant part of young people, and outlines ways to overcome it.

УДК 314.7.045

Код РИНЦ 04.00.00

## ХЕЙТЕРСТВО В СЕТИ ИНТЕРНЕТ КАК ОДНО ИЗ ПОСЛЕДСТВИЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО И ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОГРЕССА

© 2020 Чеджемов Герман Асланбекович

старший преподаватель кафедры социологии и психологии

© 2020 Синичкина Олеся Романовна

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: [irongerman@mail.ru](mailto:irongerman@mail.ru), [olesya.more@mail.ru](mailto:olesya.more@mail.ru)

**Ключевые слова:** социология, общество, общество постмодерна, Интернет, социальные сети, хейтеры, нетерпимость, толерантность, межличностные отношения, демография, ценности, мораль, профилактика.

Согласно многочисленным исследованиям по всему миру, Интернет - это питательная почва для возникновения ненависти, агрессии, вражды между людьми и других негативных эмоций и факторов. В данной статье постараемся разобраться в том, каким образом психология интернет-хулиганов и ненавистников используется в политике, маркетинге, а также какие существуют методы борьбы и противостояния с киберненавистью.

Не так давно в Благовещенске местными жителями несколько недель травле подвергался водитель маршрутки, который посмел оказать физическое воздействие на ребенка за безбилетный проезд. К сожалению, мужчина не выдержал оказываемого на него давления и покончил свою жизнь самоубийством. Стоит вспомнить и скандал, связанный с болезнью актрисы и модели Стеллы Барановской, который также возник по вине хейтеров. Они не верили в страшную болезнь девушки, которой диагностировали рак и в нужду девушки в сборе денег на дорогостоящее лечение. Всему виной стали опубликованные в личном блоге звезды жизнерадостные фотографии. Обвинения со стороны завистников и недовольных продолжались до тех пор, пока девушка не умерла.

Возникающие регулярно и на каждом шагу подобного рода возмутительные ситуации дают возможность историкам сравнить между собой современную травлю на просторах Всемирной Сети с шельмованием и гонениями ведьм в далеком XVI веке. Тогда приговоры также выносились на собраниях горожан и в местных светских судах, вот только местом вынесения страшных решений служили площади, а не удобные кресла перед яркими мониторами. И настоящей причиной для возникновения этих гонений ученые и историки называют простую скученность народа в только начинающих формироваться городах и из-за развития в тот период печати. Не суеверия среди европейцев и не реальное увлечение темной магией, а простое незнание и беспричинная, порой необдуманная ярость.

Появление когда-то Интернета также сильно повлияло на умы людей и силу распространения информации, как в свое время изобретение Гутенберга. Любое высказывание, фраза, мысль, если они не воспринимаются системой как яро экстремистские, и не ведут к прямому возбуждению уголовного дела, свободно становятся достоянием публичности или общественности и имеют потенциал завладеть неограниченным количеством аудитории. К сожалению, в социальных сетях, благодаря горизонтальным связям информация передается быстро и по принципу: от одного пользователя к другому. И в отличие от реальной жизни, общение в Сети практически ненаказуемо, а интернет-собеседники, за исключением редких ситуаций и случаев не несут ответственности за свои слова и комментарии. А это в свою очередь подпитывает виртуальную почву для возникновения в ней кибербуллинга, участники которого с готовностью сплочаются и выступают против нового и общего «врага».<sup>1</sup>

На просторах Интернета каждый человек ведет себя иначе, чем в реальной и повседневной жизни. Виртуальная реальность позволяет нам открываться с другой стороны в силу существующей в ней политики безнаказанности и отсутствия установленных строгих правил поведения, а также ограничений в сторону выражения эмоций. У людей начинают сниматься и исчезать психологические барьеры и комплексы, понимание о морали и многое другое.



Джон Сулер, психолог из Штатов назвал такое явление «эффектом растормаживания в Сети», точно подметив, что именно виртуальная реальность вызывает в человеке потерю идентичности, создавая в нем ощущение невидимости. В Сети человек надевает на себя плотную маску анонимности, теряя на определенное время не только свою идентичность, но и выходящие из этого понятия чувства и устои о морали и нравственности. В узких и специализированных кругах этому феномену дали определение «деиндивидуализации», отметив, что люди, поддающиеся такому соблазну, способны забыть о социальном этикете, нормах и правах, примеряя на себя радикальные позиции и настроения. Раскрепощение и подобие невидимости, отсутствие прямого контакта с собеседником способствуют ослаблению сопереживания и прочих человеческих качеств.

В среде практически полной анонимности и отсутствия прямого контакта, где наш собеседник может примерить любую маску на себя, нам свойственно больше додумывать его образ, а также реакции и чувства. Наша фантазия способствует процессу «растормаживания» и мы неосознанно начинаем действовать, опираясь исключительно на свои субъективные мысли и догадки.

Такая вседозволенность на просторах Сети, стирание границ и реалий, а также надетая маска, позволяют нам проявлять не только все свои недовольства, в том числе властью, политикой, обществом и жизнью в целом, но и критиковать других, фамильярничать, проявлять агрессию, оскорблять другого, унижая его человеческое достоинство. Сам по себе эффект растормаживания в Сети нельзя назвать явлением положительным или отрицательным. С одной стороны, он вроде бы снимает цензуру на культурные и социальные нормы, а с другой - освобождает не только творческий порыв, полет, но и ругань, негатив. В данном случае каждый человек выбирает свое, то, что ему ближе и более свойственно в силу своего развития и воспитания.<sup>2</sup>

Если рассматривать поведение и комментарии хейтеров с психологической точки зрения, то весь этот процесс не что иное, как порождение их негативных эмоций и чувств на конкретный объект этой ненависти. К примеру, если хейтер обкладывает ненормативной лексикой малознакомого ему человека или абсолютного незнакомца, то он приписывает им собственные особенности и недостатки, качества, желания, которые просто на своем личном примере не может признать, осознать и озвучить.

Хейтерство - эти своеобразный ритуал виртуального вымещения человеком личностных обид, негативных эмоций, скопления переживаний или неудовлетворенности, в этом явлении не имеет смысла искать или видеть какой-то прямой посыл, прямоту, правдивость.

Взрослый, морально целостный, зрелый человек, переживая потрясение, негативную эмоцию превращает это все в опыт, делает выводы или принимает верное решение, а вот маленький ребенок, реагируя на подобную ситуацию и не справляясь внутренне с ней, выдает эмоциональную бурю. Хейтеры в этом случае - малые дети, неспособные контролировать и управлять своими чувствами и реакциями, они ищут способ или сосуд, куда можно было бы вылить весь негатив и свои переживания.

Потоки негатива и хейтерских нападок основываются на конфликтах идентичности, где каждый участник процесса стремится и всячески старается огордить и отстоять свои идеалы и «святыни». В этом случае понятие идентичности стоит отнести к ощущению принадлежности человека к определенным социальным, расовым, национальным или даже профессиональным и другим группам. Это борьба и столкновение интересов, убеждений, понятий, а она провоцирует, буквально вынуждает людей сталкиваться лбами в желании отстоять именно свою правоту.<sup>3</sup>

Норвежский документалист Кюлле Лиен три года ездил по миру и общался с десятками хейтеров и троллей, чтобы изучить этот феномен. Он снял фильм «Интернет-воины», в котором показаны люди, ненавидящие политиков или звезд Голливуда, геев или евреев, женщин или мужчин - и уверенные, что именно объекты их ненависти - виновники всех бед мира. Документалиста не оставило равнодушным то явное несовпадение внешней обыкновенности людей и жестокости их высказываний.

Психоаналитик со стажем, Ольга Одинцова утверждает, что люди всегда будут ощущать потребность объединения в группы, стремиться отыскать единомышленников. По ее мнению, чувство ответственности у людей, которые находятся в толпе или группе снижается, что приводит к охране и отстаиванию своих интересов и ценностей более радикально, весьма нецивилизованными, даже резкими и небезопасными методами. В таких ситуациях человек чувствует свою силу, благодаря численному превосходству и оценивает своего противника как «чужого» и более слабого. Реагирование, травля, негатив и прочие проявления агрессии со стороны таких групп людей могут усиливаться, если поведение или реакции их жертвы затрагивают такие темы как: семья, дети, религия, культура, мораль, родина, гендерные вопросы и прочие ценности, которые затрагивают важные аспекты жизни общества.

Хейтерство - это движение групп; редко приверженцы этого движения действуют в одиночку, а также упускают возможность объединить свои нападки с еще одним пороком в Сети - кибербуллинг (преследованием или гонением в Интернете).

Эрих Фромм считал, что непреодолимое желание людей «потерять себя» ради обретения общности в группе объясняется невыносимостью бремени свободы. Современная жизнь освободила человека от феодальных оков прошлого, поэтому в наши дни человек просто обязан самостоятельно выбирать, кем ему быть и искать свое место в этом мире. Для простого, среднестатистического человека такая ответственность сродни бремени: он не в состоянии справиться с ответственностью, с чувством свободы, со своими переживаниями и чувствами. Самый легкий для него способ избавиться от всего этого - примыканием к группе единомышленников и ожесточением против всего остального мира. По мнению все того же Фромма, именно желание людей справиться и навсегда избавиться от экзистенциального ужаса и страха свободы породило тоталитарные и авторитарные строи и сообщества, объединения и стремления в нашем мире.

Впервые, устав от нападок завистников и недоброжелателей, методы борьбы с хейтом придумала Лена Климова, по совместительству создатель и куратор создательница проекта по защите ЛГБТ-подростков «Дети 404». Ее метод был очень прост: девушка выкладывала в Сеть фото авторов всего негатива, который на нее сыпался вместе с их красочными комментариями. Так она избавилась от маски анонима для всех хейтеров, создав среди общественности настоявшийся диссонанс, ведь такие улыбчивые люди на фото в своих социальных сетях, мамы, подростки совершенно не вязались с теми словами, которые звучали в адрес Климовой из их уст.

Благодаря анализу и изучению психологии и мышления хейтеров эксперты пришли к выводам, что часто за маской неизвестности скрывают свою сущность люди, страдающие от садистских наклонностей и замашек психопатических расстройств личности. Также ярко выражены у таких пользователей сложности и проблемы в построении социальной жизни. Однако такие люди часто даже не осознают своей проблемы и не понимают того, что стали сторонниками этого движения.

Поэтому, чтобы вовремя остановить себя или возможное зарождение этого радикального и пагубного настроения в окружающих, следует четко отличать особенности и характер проявления хейтерского движения и избегать этого в своем общении и виртуальной жизни, полностью пресекать это в отношении себя.

Хейт порождает хейт, даже регулярные страшные новости со всего мира или характерное хейтерское поведение в сюжетах сериалов и тому подобное способно укрепить это неправильное движение в наших жизнях. Следует помнить: негатив - привлекает, от него следует избавляться сразу же, не сомневаясь в своем выборе и поступке.

На просторах Сети сегодня, благодаря определенной свободе самовыражения и демократизации дискуссий, взрыв и поток негатива может быть направлен на что угодно: от неудачного цвета волос до серьезных политических событий и решений. Советы и пожелания в сторону нераспространения негатива и троллинга стары как мир, однако многие люди вместо того, чтобы поддерживать инициативу и придерживаться требований, наоборот, всячески и успешно подкармливают хейтеров и троллей в своих частных целях.

Как известно именно негатив привлекает нас больше всего. Если где-то на просторах Сети возникают жаркие споры, льются потоки грязи и оскорблений на что-то или в сторону кого-то, то нам становится интересно, мы жаждем узнать подробности, понять, почему так происходит. К примеру, для изданий или знаменитостей - это успех, это рейтинг, это ажиотаж, хороший материал.

Кандидат психологических наук Федор Винокуров уверен, что для создания хорошей, положительной репутации нужно потратить много сил и времени, часто даже денег, а вот новомодное понятие «хайп» быстро решает вопрос славы и внимания со стороны без особых затрат. Это актуально для начинающих звезд, которые не располагают достаточными ресурсами для создания правильного об-

раза и имиджа. Однако в этом случае такие восходящие звезды рискуют столкнуться не с обычными хейтерами, а с еще более страшным противником - безразличным обывателем.

К примеру, не так давно пользуясь такой методикой, пусть уже и далеко не начинающая и безызвестная звезда Канье Уэст смог собрать масштабный поток негатива и хейта в свою сторону на просторах Твиттера, когда назвал действующего президента Америки Дональда Трампа свои братом по драконьей энергии. Несколько днями ранее он также выразил свое «экспертное» мнение в отношении рабства, заявив, что 400 лет каторги и издевательства над чернокожим населением было абсолютно здравым выбором этих самых чернокожих. После этого хейтить репера среди американцев стало чем-то традиционным и обязательным.

При этом такой вот поток ненависти и оскорблений не мешает реперу продавать с большим успехом свои альбомы и выпускать треки, которые занимают лидирующие позиции во всех чартах мира, а руководителю лейбла певца Терренсу Торнтону консультировать Хилари Клинтон в вопросах политики и выборов. Не менее успешно помогают знаменитостям поддерживать интерес общества, фанатов и просто сторонней публики к себе, а также повышать свой имидж и создание фейковых страниц и аккаунтов в Сети, с помощью которых они создают и провоцируют слухи, распространяют сплетни и другую информацию о себе и своей жизни и жизни других звезд.

Опытные маркетологи используют хейтерское движение и настроения с пользой для себя и своей работы. Они, таким образом, стремятся повлиять на мнения и выбор пользователей, которые являются потенциальными клиентами для их продукции или услуг. Негативные комментарии, часто даже без особых доказательств способны качественно изменить не только мнение, но и выбор людей, ведь мы склонны верить всему, часто даже «на слово».

Этот механизм общественного авторитета продемонстрирован в фильме Феликса Соболева «Я и другие» на классическом эксперименте «Обе белые», когда двое подставных детей называют черную пирамидку белой - и ребенок-испытуемый чаще всего верит им, а не собственным глазам.

Пиарщик Роман Масленников, практикующий создание взрывных историй, с которыми его клиенты попадают в новостные ленты и становятся известными, рассказал о том, как используются наемные комментаторы: «Если это политическая кампания взяточника, то нанятые хейтеры приходят и говорят, что у него голова рептилоида, есть третий глаз и пятая нога, его ориентация выходит на первый план - чтобы про коррупцию все забыли. Еще мы нанимали троллей, хейтеров, чтобы они поддерживали нашу точку зрения - комментарии могут раскрывать бренд, если журналисты о чем-то не написали». Вычислить личность или данные хейтера невозможно, как правило, такие люди при написании своих негативных постов пользуются «динамическим» аккаунтом.

YouTube и Instagram - самая благополучная среда для развития хейтерства - теперь пытаются повлиять на культуру общения в интернете. В этом году в Инстаграме запустили новую функцию, которая должна помочь в борьбе с хейтерами. Пользователь может выбрать слова, комментарии с которыми будут авто-

матически удаляться. Русский YouTube совместно с психфаком МГУ начал проект #CreateDontHate - движение YouTube-блогеров против кибербуллинга. В основном проект рассчитан на подростков или школьных учителей. На видео амбассадоры проекта Марьяна Ро, Катя Клэп и другие блогеры учат пользователей игнорировать хейтеров, слушать только близких и призывают заниматься саморазвитием - разумеется, видеообращения уже собрали много оскорбительных комментариев.<sup>4</sup>

Основатель сервиса Фейсбук Марк Цукерберг обещал заняться вопросом хейтерства и решить его на платформе еще в далеком 2016 году. На данный момент на сервисе существует специальный отдел, который отвечает за отслеживание негативных постов, комментариев и тотальную блокировку профилей их авторов. Еженедельно под их нещадный контроль попадает около 66 тысяч подобных случаев, при этом сами сотрудники, да и Цукенберг признают, что их действий пока недостаточно и они намереваются ужесточить свою деятельность.

Что касается Твиттера, то его глава Дик Костоло заявил, что платформа страдает в первую очередь от проявления в ней движения кибербуллинга. Созданная на сервисе «кнопка жалоб» на проделки хейтеров пока не приносит свои плоды, так как результативность этих действий стремится к нулю.

Причиной жарких споров смогла стать даже компания Google, чья политика и довольно мирная позиция по отношению к хейтспичу поражает: в поисковой строке системы функция автозаполнения часто предлагает пользователям неоднозначные примеры и замены слов на вполне невинный ввод, тем самым отображая наиболее актуальные и популярные запросы.

Становится все более непросто браться за определение той тонкой грани, которая должна проходить между регуляцией внутреннего климата и соблюдением норм морали и приличия, а также полного и тотального контроля «сверху» для простых пользователей.

Как пример, весной 2018 года в Госдуме Молодежным парламентом была выдвинута идея привлечения к ответственности за травлю и гонения в социальных сетях и общественных местах. Такие действия будут приравняться к административным правонарушениям, и штрафные санкции за такие действия будут составлять порядка 5-10 тысяч рублей. Также инициаторы этого проекта требуют от социальных сетей должного контроля над проявлениями кибербуллинга и хейтерского движения, своевременного удаления негативных, оскорбительных комментариев, а также полную блокировку сообществ и пользователей все это распространяющих в виртуальные массы.

Сам же вопрос в отношении введения норм и порядков, требующих привлечения к ответственности за подобного рода действия, сам по себе очень сложный, так как весь процесс затравливания и поливания грязью в этом случае - коллективное решение и действия.

К явлению хейта и «проделкам» его последователей стоит относиться проще, как к недоразумениям, досадным жизненным урокам. И брать пример в этом лучше всего у хип-хоперов, которые лучше других осознали значение и символическую роль хейта в своей карьере и жизни. Они даже придумали специаль-

ное место в своей культуре для этой категории людей - haters gonna hate. Помните: хейтеры учат нас как не стоит себя вести, помогают контролировать свой гнев, управлять уровнем гормона стресса, а также развивают умение вести здравый диалог и приводить рациональную аргументацию.

На созданном разработчиками российского Google сайте «Разбираем интернет» можно отыскать эффективные и работающие советы о том, как все-таки правильно выстраивать имидж своей виртуальной страницы и общаться с хейтерами, «держаться удар» и не поддаваться их негативному влиянию. Они напоминают всем пользователям о «правиле бабушки», которое заставляет нас перед очередной публикацией чего-либо подумать дважды: а что бы на этот материал сказала наша дорогая бабуля? Также там рекомендуют быть в Сети всегда вежливым, спокойным, не распространять и не поддаваться самому ненавистным настроениям и движениям.<sup>5</sup>

Для того, чтобы уметь правильно относиться к атакам хейта, следует научиться отличать хейтеров от критиков или от последователей движения «frenemies». К примеру, в случае столкновения с критиком, вы сможете убедиться, что он всегда очень хорошо разбирается в том, что подвергает сомнению или нелестному высказыванию, его комментарии пусть и не «сочатся медом», но полны конструктивизма и имеют законченный, полный вид. Он трезво оценивает вашу работу или действия, но не вашу личность. Даже если это неприятно признавать, но критика - это вещь полезная, помогающая становиться лучше и работать над собой.

Движение «псевдодрузей» - это явление докучающее, неприятное, но к нему стоит относиться легко, в большинстве случаев просто не обращая внимания. Такие люди числятся в кругу ваших приятелей, знакомых, но не являются на самом деле таковыми, стараясь вас задеть и зная, куда стоит ударить побольнее. Как правило, такими людьми движет низменная и банальная зависть.

А вот хейтер - это чужой и незнакомый вам человек, действия и несправедливый негатив которого не должны иметь вес в вашей жизни и обращать внимание на «старания» такого человека вообще категорически запрещено.

Интернет-среда заметно трансформировала форму человеческого общения, а новые правила взаимодействия в такой среде еще не выработались. Процесс интернетизации можно сравнить с переселением крестьян в города в начале XX века - им тоже пришлось пройти долгий путь формирования новых правил поведения.

---

<sup>1</sup> Бауман, З. Индивидуализированное общество / З. Бауман ; пер. с англ., под ред. В.Л. Иноземцева. - М. : Логос, 2005. - 390 с.

<sup>2</sup> Остапенко, И. А. Гендерная идентичность и самопрезентация в Интернет-коммуникации (Социально-философский анализ) : дис. ... канд. филос. наук / Остапенко Ирина Алексеевна. - Ростов н/Д, 2004. - 196 с.

<sup>3</sup> Фромм, Э. Иметь или быть? / Э. Фромм. -М. : Neoclassic, 2015. - 302 с.

<sup>4</sup> Чистякова, Г. В. Коммуникативные стратегии и тактики в самопрезентациях (на материале русско- и англоязычных сайтов знакомств) / Г. В. Чистякова, Е. П. Бондарева // Филологические науки. Вопросы теории и практики. - 2014. - № 11 (41), ч. 2. -С. 203-207.

<sup>5</sup> Мелешников, А. А. Роль интерпретации и оценки физического облика при общении на сайтах знакомств / А. А. Мелешников // Вестник Костромского государственного университета. Серия: Педагогика. Психология. Социокинетика. - 2009. -№ 4. - С. 166-179.

## **HATING ON THE INTERNET NETWORK AS ONE OF THE CONSEQUENCES OF TECHNOLOGICAL AND INFORMATION PROGRESS**

© 2020 Chedzhemov German Aslanbekovich  
Senior Lecturer, Department of Sociology and Psychology

© 2020 Sinichkina Olesya Romanovna  
Student

Samara State University of Economics  
E-mail: ironerman@mail.ru, olesya.more@mail.ru

**Keywords:** sociology, society, postmodern society, the Internet, social networks, haters, intolerance, tolerance, interpersonal relationships, demography, values, morality, prevention.

According to numerous studies around the world, the Internet is a breeding ground for hatred, aggression, hostility between people and other negative emotions and factors. In this article, we will try to understand how the psychology of Internet hooligans and haters is used in politics, marketing, and also what methods exist for combating and confronting cyber hatred.

# ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ И ЯЗЫКОЗНАНИЕ

УДК 811.11  
Код РИНЦ 16.00.00

## СРЕДСТВА РЕЧЕВОЙ ЭКОНОМИИ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ЛИНГВОКУЛЬТУРНОМ СЦЕНАРИИ «МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ»

© 2020 Белякова Ольга Владимировна  
кандидат филологических наук, доцент  
Самарский государственный экономический университет  
E-mail: olgabel5893@yandex.ru

**Ключевые слова:** лингвокультурный сценарий, речевое общение, языковое обеспечение, экономия в речи, лингвокультура.

Статья написана на актуальную тему использования средств речевой экономии в английском языке. На примере культурного сценария «Международная торговля» автор описывает средства лаконизации на лексическом и синтаксическом уровнях. Отмечаются преимущества, которые дает применение средств сокращения языковой избыточности.

Стремление к избавлению от языковой избыточности, лаконизации весьма отчетливо проявляется в англоязычной лингвокультуре. Безусловно, подобная тенденция имеет много положительных черт, поскольку позволяет сократить объем передаваемой информации, что ускоряет восприятие и ответную реакцию собеседника. Особенно важна подобная тенденция в сфере международной торговли, где от оперативности осуществления контактов зависит объем получаемой прибыли. Все вышесказанное предопределяет актуальность предпринятого исследования, объектом которого служит англоязычный лингвокультурный сценарий «Международная торговля», а предметом - его строения и особенности его языкового обеспечения, позволяющие, в свою очередь, вычленил способы сокращения языковой избыточности в анализируемой сфере.

Отметим, что принцип экономии в речи упоминается в работах многих зарубежных и российских лингвистов (Л. Бауэр<sup>1</sup>, А. Мартине<sup>2</sup>, И.В. Арнольд<sup>3</sup>), уже хорошо изучены типы сокращений разнообразные способы речевой экономии, однако до сих пор лингвистический сценарий «Международная торговля» не становился объектом подобного исследования. Это свидетельствует о новизне исследования.

Теперь перейдем непосредственно к способам сокращения речевой избыточности.



Во-первых, самый очевидный способ - это использование сокращений. К ним следует разного рода инициальные аббревиатуры. К примеру, в рамках анализируемого сценария наиболее употребительны такие аббревиатуры как *the EU*, *NAFTA*, *BRICS*, *MERCOSUR*, *ASEAN*. Данные слова отличаются повышенной емкостью, каждый их элементов передает содержание, превышающее первоначальный элемент в несколько раз. Мы не просто можем определить названия стран того или иного торгового блока, но и уже предполагаем характер отношений между ними, их географическое расположение. Наибольшим наполнением отличается аббревиатура *the EU* (*European Union*), поскольку фактически, она содержит информацию о всех входящих в нее странах, о единой валюте, об отсутствии торговых барьеров между странами-участниками и т.д.

Кроме того, в тематических рамках изучаемого сценария много инициальных аббревиатур, обозначающих страны (*the UK*, *the USA*), международные организации, занимающиеся продвижением международной торговли во всем мире (*the WTO - WTO*.)

Языковая избыточность снижается за счет использования так называемых усечений, или собственно сокращений, представляющих собой сокращение части слова, причем они весьма неоднородны. Это слова, такие как *phone* (*telephone*), *memo* (*memorandum*), *net* (*Internet*). Встречаются также сокращения первых слогов сложного слова или словосочетания (*Forex - foreign exchange*).

Широко представлены в рамках анализируемого сценария графические сокращения, встречаемые в письменной речи. Среди них много латинизмов (*a.m.* - *ante meridiem/ymrom*; *etc.* - *et cetera/* и так далее). Помимо латинизмов, встречаются многочисленные традиционные сокращения. Особенно много их в деловой корреспонденции, которая является неотъемлемой частью изучаемой тематической области. Это слова *Mr* (*Mister*), *St.* (*Street*), *CEO* (*Chief Executive Officer*). Здесь сокращению подвергаются звания, обращения, единицы времени, веса и длины.

Отдельно следует отметить сокращения непосредственно в деловой переписке. К примеру, для сокращения слов на письме их них убирают все гласные: *PLS - please*, *THKS - Thanks*. Это позволяет экономить время при написании и прочтении писем.

Во-вторых, экономное выражение мысли возможно за счет и других языковых средств, например, за счет аффиксальных слов, отличающихся весьма емким содержанием. Приведем пример слова *deregulation*, которое на русский язык будет переводиться как *уменьшение государственного вмешательства в экономику*. Также удобным способом компрессивного выражения содержания являются отглагольные существительные, например, слово *dumping* (*дэмпинг*). Подобные лексические единицы позволяют передавать весьма подробно то, что выражается с помощью лаконичного языкового выражения. Отметим, что в рамках языкового обеспечения практически отсутствуют сложносоставные слова и сложные слова. По-видимому, это связано с тем, что простые по структуре слова позволяют осуществить коммуникацию в рамках изучаемой темы быстрее и качественнее, ведь на воспроизведение и восприятие более сложные единицы требуется дополнительное время, что плохо отражается на производительности труда.

В-третьих, весьма распространенными здесь являются двухкомпонентные словосочетания, являющиеся еще одним средством сокращения избыточности. Они более точно описывают объект номинации по сравнению с одним словом, но позволяют сохранить простоту структуры, в отличие от сложных слов. Встречаемые словосочетания имеют как именной, так и глагольный характер. Среди именных словосочетаний преобладают двухсловные словосочетания с ключевым именем существительным, причем в подавляющем большинстве случаев зависимым, определяемым компонентом также становится существительное, что позволяет очень точно отразить структуру объекта номинации:

*customs duties*- таможенные пошлины,

*tariff walls* - тарифные барьеры

*safety norms* - нормы безопасности

Достаточно много двухсловных словосочетаний, где в качестве определяемого компонента используются прилагательное или причастие:

*strategic industries* - стратегические отрасли

*developed countries* - развитые страны

*trading blocks* - торговые блоки

По-видимому, прилагательное и причастие, так же как и существительное, обладают высокой номинативной ценностью, что объясняет их частое использование в рамках анализируемой темы.

Помимо именных словосочетаний, здесь широко представлены и глагольные. Почти все глаголы, используемые в подобных словосочетаниях, являются узкоспециализированными, связанными именно с изучаемой темой. Это слова *to compete* (конкурировать), *to import* (импортировать), *to impose* (налагать) и т.д. Дополнения, используемые после них - это тоже специализированная лексика, к примеру *to renew the loans* (продлить займы). Здесь требуется точно знать словосочетание, чтобы не тратить время на конструирование неточных формулировок, а сразу использовать аутентичный вариант. Использование подобных лексических единиц помогает избежать ненужной траты времени и лишних усилий при разговоре.

До этого мы рассматривали экономию речевых усилий говорящего на уровне слов и словосочетаний, но следует отметить, что в анализируемом сценарии достаточно много случаев экономии речевых усилий на уровне целого высказывания. Рассмотрим случаи, которые встречаются в сценарии.

Достаточно много случаев, где в качестве средства сокращения речевой избыточности выступает сложное дополнение, позволяющее сократить объем предложения:

*Do you want us to arrange insurance cover for the shipment?*-Вы хотите, чтобы мы организовали страховое покрытие для доставки?<sup>4</sup>

Как видно из этого примера, английский вариант короче, чем фраза на русском языке.

Другим средством речевой экономии являются фразовые глаголы (*to break into/ворваться, to carry out/проводить* и т.д.):

*We are trying to break into the market.* - Мы пытаемся ворваться (пробиться) на рынок.

В английском варианте предложения фразовый глагол передает дополнительную информацию, предлог *into* в сочетании с глаголом *break* означает, что субъекты действия прикладывают значительные усилия для достижения своей цели. Также из этой части понятно, что действие в самом разгаре, оно еще не закончено, и его исход пока не ясен. В целом, использование разных предлогов в разных частях предложения помогает избежать громоздких конструкций:

*The US government complained to the World Trade Organization about Europe's banana trade*<sup>5</sup>.

*Правительство США пожаловалось ВТО на торговлю бананами в Европе.*

В английском примере после глагола *complain* употребляются два предлога (*to* и *about*), что позволяет сразу определить, на кого ориентировано действие, и в чем оно заключается. В соответствующем русском варианте только один предлог, что несколько затрудняет восприятие всего предложения.

Весьма распространенным средством лаконизации является использование предложений с двумя дополнениями. В анализируемом сценарии подобных предложений встречается достаточно много, приведем пример одного из них:

*They have quoted us a very good price for the consignment.* - *Они назначили нам очень хорошую цену за партию товара.*

Как видно из примера, косвенное дополнение *us* предшествует прямому дополнению *a very good price*, это обычный порядок слов для тех предложений, где встречаются оба дополнения. Присутствие дополнений придает предложению полноту и упорядоченность, позволяя избежать излишних подробностей. В то же время такие предложения легки для восприятия и воспроизведения.

Часто используемым средством сокращения языковой избыточности является использование местоимений-заместителей и опорных слов, позволяющих избежать повторов. Например:

*You mentioned other barriers, less important ones, perhaps.* - *Вы упомянули другие барьеры, возможно, менее важные.*

В английском примере слово *ones* позволяет избежать повторного употребления слова *barriers*.

Проведенное исследование позволяет сделать вывод о том, что в анализируемом сценарии используются средства сокращения языковой избыточности как на уровне слов и словосочетаний, так и на уровне целых предложений. На лексическом уровне широко представлены сокращения, аффиксальные слова, двухкомпонентные словосочетания именного и глагольного характера. На синтаксическом уровне средствами лаконизации являются фразовые глаголы, конструкция сложное дополнение, предложения с двумя дополнениями, местоимения-заместители и опорные слова.

<sup>1</sup> Бауэр Л. Английское словообразование. Изд-во Кембриджского университета. 1983. 220 с.

<sup>2</sup> Мартине А. Принципы экономии в фонетических изменениях. М.: Наука. 1960. 249 с.

<sup>3</sup> Арнольд И.В. Лексикология современного английского языка. М.: Высшая школа. 1986. 296 с.

<sup>4</sup> Cotton D., Falvey D., Kent S. Market Leader. New Edition. International Business English Course Book. London: Pearson Education Limited. 2007. 180 p.

<sup>5</sup> Mackenzie I. English for Business Studies. A course for Business Studies and Economics students. Student's Book. Cambridge University Press. 2002. 209 p.

## **MEANS OF LINGUISTIC ECONOMY IN THE ENGLISH-LANGUAGE LINGUISTIC AND CULTURAL SCENARIO «INTERNATIONAL TRADE»**

© 2020 Belyakova Olga Vladimirovna  
Candidate of Philology, Associate Professor  
Samara State University of Economics  
E-mail: olgabel5893@yandex.ru

**Keywords:** linguistic and cultural scenario, oral communication, language means, linguistic economy, linguoculture.

The article is written on the current topic of achieving linguistic economy in English language. Using the example of the cultural scenario «international trade», the author describes the means of laconization at the lexical and syntactic levels. The advantages of using means of linguistic economy are described.

УДК 81  
Код РИНЦ 16.00.00

## **НОВЫЕ СЛОВА В ТОЛКОВЫХ СЛОВАРЯХ ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКА 2020 ГОДА**

© 2020 Голованова Ирина Сергеевна  
кандидат филологических наук, доцент  
Самарский государственный экономический университет  
E-mail: irgolovanova@yandex.ru

**Ключевые слова:** толковые словари французского языка, неологизмы, новые слова.

Статья посвящена словам, впервые появившимся в толковых словарях французского языка (Larousse и Le Petit Robert) в 2020 г. Приводятся примеры наиболее употребляемых неологизмов, анализируется их происхождение и причины появления в словарях.

В начале июня 2020 г. вышли новые издания двух именитых французских толковых словарей - Larousse<sup>1</sup> и Le Petit Robert<sup>2</sup>. Ежегодно они пополняются неологизмами, которые приходят в язык, чтобы обозначить новые реалии. Марианна Дюран, ответственная по словарям в издательстве Robert, выделяет несколько критериев, по кото-

рым неологизмы отбираются для публикации<sup>3</sup>. Самый главный - частота употребления слова. Лексикографы и лингвисты следят за новыми словами, появляющимися в прессе и художественной литературе. Если слова относительно употребимы, их включение в словарь обсуждается комиссией.

Традиционно областями человеческой жизни, в которых появляется самое большое количество новых слов, являются кулинария (названия иностранных блюд, например), информатика и высокие технологии. Но в этом году события, коснувшиеся жизни всей планеты, связанные с пандемией, нашли отражение и в лексике. Robert включил в словарный состав такие слова, как *déconfinement* (выход из самоизоляции) и *déconfiner* (выходить из самоизоляции), а Larousse пока не торопится: на момент издания словаря им было всего два месяца, и редакция оставила их для следующего года. Слово *covid* вошло в словари, как известно, оно является аббревиатурой от английского *coronavirus disease* (коронавирусная инфекция). Его рекомендуется писать с прописной буквы, а вот с родом до сих пор не определились: Французская Академия настаивает на женском<sup>4</sup>, а в словаре даны оба варианта; также и в прессе можно встретить версию в мужском роде. В последние месяцы популярными стали глагол *télétravailler* (работать дистанционно) и существительное *téléconsultation* (дистанционная консультация), которые также вошли в словари. Зафиксированы ранее не употреблявшиеся словосочетания *le patient zéro* (нулевой пациент), *la distanciation sociale / physique* (социальное / физическое дистанцирование).

Многие слова пришли из профессиональной и цифровой сферы. Здесь царят англицизмы: *le cloud* (облако), *le bot* (бот), *le chatbot* (чатбот, информационная программа, основанная на искусственном интеллекте и способная отвечать в реальном времени на вопросы пользователя), *stori* (стори), *blacklist* (внести в черный список); *influenceur* (человек, который по своей социальной позиции, популярности или власти может влиять на общественное мнение; в интернет-пространстве - человек, влияющий на манеру потребления и идеи интернет-сообщества через свои блоги или на других интерактивных платформах).

В словари попали слова из лексикона молодежи: *brainstormer* (участвовать в мозговом штурме), *spammer* (спамить), *la tech* (новые технологии), а также слова, касающиеся людей, испытывающих сложности с информационными технологиями: *illectronisme* (неспособность человека использовать цифровые технологии), *technophobe* (технофоб).

Наряду с всегда многочисленными в последние годы словами из сферы цифровых технологий и экологии отмечается большой объем слов, передающих новые взгляды французов на интимную жизнь<sup>5</sup>: *sexto* (смс сексуального содержания), *polyamour* (романтические отношения с несколькими лицами), *pansexuel* (пансексуальный), *sérophobie* (серофобия).

Словарь отражает новые увлечения и привычки французов. Манга - один из самых продаваемых во Франции жанров, и словаре появляется слово *mangaka* (автор манга, японского комикса). *Anime* - сокращение от японского *animeshon* (мультфильм). Зафиксирована английская аббревиатура *ASMR* («*autonomous sensory meridian response*»), обозначающая ощущение хорошего самочувствия, вызванное стимуляторами, в частности, звуковыми. Появилось слово *bouquinerie* для магазина, продающего

букинистику. А наряду с коэффициентом интеллекта появился эмоциональный коэффициент - le *quotient émotionnel*, передающий способность понимать свои и чужие эмоции. Не остались в стороне модные тенденции вести здоровый и осознанный образ жизни. Французский язык пополнился такими словами, как *hygge* (чувство благополучия, характерное для искусства жизни по-датски) и *détox* (детокс, очищающие практики).

Появление в словаре нового слова иногда означает признание обществом какого-то феномена. К новым явлениям общественной жизни можно отнести понятия, выражаемые словами:

*la féminicide* - убийство женщины по причине ее принадлежности к женскому полу;

*les black bloc* - это радикально настроенные люди, анархисты, которые во время массовых манифестаций организуют жесткие нападения на государственные символы или на капитализм; их название происходит от способа передвижения во время демонстраций - компактным блоком - и предпочтения черного цвета в одежде;

*les antivax* - борцы с вакцинами;

*le dégagisme* - политический неологизм, обозначающий явление, появившееся еще в 2011 г. во время Арабской весны, - это принуждение людей, находящихся у власти, уйти посредством голосования или гражданского неповиновения;

*le frugalisme* - способ жизни, состоящий в том, чтобы жить ниже своих финансовых возможностей и накопить на преждевременную пенсию (примерно в 35 лет);

*la gréviculture* - тенденция к систематическим забастовкам во время социальных конфликтов с руководством;

*la hipstérisation* - изменения места (квартала, района, города) после появления там многочисленных хипстеров;

*illibéral* - тот, кто находится в оппозиции к либерализму;

*le présentéisme* - присутствие на работе.

Кроме слов английского происхождения в словаре появились термины из других языков. Чаще всего они приходят из гастрономии. Например, *le dal* (блюдо из индийской чечевицы), *le halloumi* (киприотский полутвердый сыр), *le tahin* (тахин), *le tataki* (техника приготовления рыбы или мяса в японской кухне), *le kombucha* (напиток из чайного гриба). Из английского языка в гастрономической сфере заимствованы и прижились слова *le mocktail* (безалкогольный напиток) и *veggie* (вегетарианец).

Как обычно, в словарь попали слова из французского языка других стран. Из швейцарского французского пришли *le natel* (мобильный телефон), *le bobet* (идиот); из канадского - *se désâmer* (доставлять себе много хлопот) и *panane* (конфета); из бельгийского - *douf* (тяжелое время) и *pageux* (тот, кто привередничает насчет чистоты столовых приборов и продуктов); из французского языка Берега Слоновой Кости - *brouteur* (мошенник в интернете).

Из разговорного языка в словарь попали слова *guedin* (отчаянно, необычно), *de ouf* (невероятно), *rougave* (тухло), *mytho* (ложь, сказка).

Из слов с забавным значением выделяются *cododo* (практика убаюкивания ребенка в родительской кровати или в колыбели рядом с ней; от комбинации со-и

dodo = «совместный сон»), pétrichor (запах, который издает земля во время дождя после долгого сухого периода).

Итак, толковые словари французского языка 2020 г. пополнились новыми словами в количестве около 150 единиц. Среди неологизмов отмечается большое количество слов, относящихся к новым технологиям и гастрономии. Большое влияние на обогащение вокабуляра оказали новые реалии: политические и социальные феномены, жизнь всей планеты в условиях пандемии, а также увлечения и практики французов. Как и в предыдущие годы, многочисленны заимствования из английского языка и из вариантов французского языка франкофонных стран.

---

<sup>1</sup> <https://www.editions-larousse.fr>.

<sup>2</sup> <https://www.lerobert.com>.

<sup>3</sup> <https://www.20minutes.fr/societe/702737-20110407-societe-comment-nouveaux-mots-integrent-dictionnaire>.

<sup>4</sup> <https://www.projet-voltaire.fr/divers/nouveaux-mots-petit-larousse-petit-robert-2021-disent-de/>.

<sup>5</sup> <https://www.lefigaro.fr/langue-francaise/teletravailler-sexto-r-i-p-les-nouveaux-mots-du-petit-robert-2021-20200528>.

## NEW WORDS IN THE FRENCH DICTIONARIES IN 2020

© 2020 Golovanova Irina Sergeevna  
Candidate of Philology, Associate Professor  
Samara State University of Economics  
E-mail: irgolovanova@yandex.ru

**Keywords:** French dictionaries, neologisms, new words.

The article is devoted to new words that first appeared in the French dictionaries (Larousse and Le Petit Robert) in 2020. The author gives examples of the most used neologisms, analyzes their origin and reasons for their appearance in dictionaries.

УДК 8

Код РИНЦ 10.02.21

## МЕМЫ КАК ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ ФЕНОМЕН

© 2020 Козлова Ольга Дмитриевна  
студент  
Российская академия народного хозяйства и государственной службы  
при Президенте РФ  
E-mail: olgga.kozlova@gmail.com

**Ключевые слова:** мем, культурная информация, лингвистический феномен, языковые особенности.

В статье автор предпринял попытку рассмотреть мем как единицу «культурной информации». В результате анализа научной литературы данной тематики сформирован перечень специфических характеристик мема.

Одним из первых кто сформулировал определение термина «мем» стал английский ученый Р. Докинз. В своем труде «Эгоистичный ген»<sup>1</sup> увидевшей свет в 1976 г. он определил мем единицей «культурной информации» по характеристикам аналогичным гену. Если учесть правила английской фонетики, то термин «мем» должен бы произноситься как «мим».

Мему как явлению было посвящено исследование Д. Рашкофф, специализирующегося в области СМИ. В ходе исследования он приходит к выводу о необходимости использования мемов в рекламной индустрии, и в области маркетинга. Результаты исследования Рашкофф оформил в виде книги «Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует ваше сознание»<sup>2</sup>.

По мнению Джеки Конрад Левинсон для обращение взоров потребителей компаниям требуется наличие своего мема, распространяемого во всех маркетинговых мероприятиях: на веб-сайте, на визитках и на бланках писем. Он указывает: «В современных реалиях для успешного бизнеса уже не достаточно обладать и распространять фирменный логотип. Только наличие и использование мема даст возможность выделиться в «рекламном шуме»»<sup>3</sup>.

Исследователь так называемого «олбанского языка» Интернета М. Кронгауз в книге «Самоучитель олбанского» дает такое определение мемов: «... мемы - это речевые клише, связанные с одной конкретной ситуацией или текстом (фильм, роман и т.п.). Становясь модными, они воспроизводятся во множестве других ситуаций, уместно или неуместно. Мемы, имея реальный источник, по мере распространения обрастают новыми подробностями, достоверность которых проверить чрезвычайно сложно. Источники стираются, исчезают, важные фрагменты удаляются, а легенда становится важнее реальности»<sup>4</sup> Попробуем и мы разобраться в феномене мема.

Существует два типа мемов: невербальные и вербальные, а также есть широкое и узкое определение этого термина. Во-первых, различные изображения, фотографии, фото-коллажи и ролики - это невербальные мемы. Во-вторых, вербальные мемы: искусственные языки, например, эсперанто, а также различные фразы, идиомы и подписи к комиксам и рекламным изображениям. Безусловно, мемы, как новое направление, вызывают интерес, особенно с лингвистической точки зрения.

В общем понимании мемы это графические изображения, поверх которого нанесён текст, ещё их можно назвать фото приколы, они могут видоизменяться, комбинироваться или разделяться на части, чтобы формировать новые мемы, в результате, подвергаются естественному отбору.

Мемы имеют свои отличительные особенности. Рассмотрим их более подробно.

#### 1. Языковые особенности мема.



В эпоху интернета появились уникальные интернет-языки и интернет-мемы - это новый речевой жанр. Данная отрасль обладает особыми правилами синтаксиса, орфографии, пунктуации и лексики. По нашему мнению, такой подход считается необходимым при лингвистическом анализе мема.

Рассмотрев популярные мемы, (как например, «Doge», «Социальный пингвин», «Типичные родители», «Филологическая дева» и многие другие) можно выделить шаблонность построения мема. Обладая строго заданной структурой, мем является прямой отсылкой к уже известному оригинальному высказыванию-источнику и видоизменяет его в своем развитии в процессе распространения.

Источником мема являются фразеологические единицы, крылатые выражения, цитаты и афоризмы. Интересна частотность обращения составителей мемов к образцам русского народного творчества и славянизмам (как, например, появление «жаргонно-славянских разговорников») как ответная реакция русскоязычного интернет-сообщества на многочисленные англицизмы, вошедшие в широкое употребление в связи с популярностью международных ресурсов, где господствует английский язык. Часто лексика популярного англоязычного мема калькируется или входит в русский язык путем транслитерации без должной адаптации, в результате чего вызывает негативную реакцию в широких кругах пользователей (например, «лагать», «фича», «чатиться», «лонгслив», «фолловить» и многие другие).

*Второй яркой особенностью мема является его обращенность к пользователю:* они передают какую-либо эмоцию или идею, используя обращения («Пс, парень»), повелительное наклонение глаголов («А теперь представь себе...»), определенно-личные предложения («Приходишь такой...»). Являясь выражением идеи, близкой и автору, и интернет-пользователю, мем завоевывает популярность.

Мемы привлекают интернет-пользователей тем, что они способны изменять их на свой вкус, привлекая творческую составляющую, таким образом привнося в обыденную жизнь разнообразие. Чаще всего, мем - это игра слов. Например, «играл на гитаре - проиграл». Всенародную популярность у русскоязычных пользователей приобрела особая форма мема - стишки-пирожки. «Пирожки» - цельное литературное произведение, однако не отвечающие по всем канонам классического стихосложения. Он представляет собой четверостишие, написанное ямбом, строчными буквами, с пунктуационными ошибками, с отсутствием явной рифмы. Несмотря на все языковые ошибки, «Пирожки» - несут в массы актуальные социальные или политические идеи.

Яркие орфографические особенности языка мемов прослеживаются в полузабытом на сегодняшний день, но популярном ранее «олбанском» языке интернета, также называемом языком «падонкафф». Отсюда берут начало такие выражения как «превед медвед», «креведко» и многие другие. Основой такого языка является «культ ошибки», согласно которому ошибочное написание слова на основе навыков транскрибирования является единственно признаваемым принципом, к которому добавляются несколько «технических приемов», обеспечивающих превращение нормативного литературного языка в «олбанский». К ним от-

носятся принцип «пиши, как слышишь», написание в конце или середине слов шумных звонких согласных вместо соответствующих глухих («превед» вместо «привет»), «креведко» вместо «креветка»), а также использование буквосочетания «сч» вместо нормативного «щ» («есчо» вместо «еще»)<sup>5</sup>. Также как характерную особенность можно отметить удвоение щелевых звуков [ж], [ф] («афftar жжот»).

## 2. Эмоциональные особенности мема.

Мем служит в первую очередь для развлечения интернет-пользователей. Он задает собственный лингвистический контекст, который обнаруживается как в тексте, так и в фоновой картинке. Так, шутки ассоциируются преимущественно не с какой-либо заданной заранее фразой или лингвистической структурой, а с фоном: фотографией или абстрактной цветовой схемой<sup>6</sup>. На узнаваемом ярком фоне в большинстве случаев задается фраза-установка, а затем неожиданная концовка-кульминация. Концовка обязательно ассоциируется с общей направленностью мема: так, например, мем Socially Awesome Penguin содержит какую-либо социальную ситуацию с неожиданным, но благоприятным исходом («Asked girl if she has a boyfriend. She says: It's up to you»). Юмористическая составляющая также дополняется особенностями языка мема: лексическими и грамматическими. Неправильное написание или контекстуальное употребление слова, нарушение грамматических правил позволяет создать ситуацию, максимально близкую заданной тематике мема. Характерно употребление безличных конструкций, опущение местоимений.

В интернет-мире постоянно появляются новые явления и направления, которые отражают нашу политическую, социальную и бытовую жизнь. Поэтому недавно зародилась новая отрасль классической науки - сетевая лингвистика. Основной ее задачей является более глубокое и детальное исследование мемов.

В заключении можно отметить, что исследование мема - одно из самых актуальных направлений в современной филологии. Однако этот вопрос мало изучен особенно с лингвистической стороны. Стоит отметить, что любой вид мема - это элемент культурной информации, который может передаваться с помощью жестов, слов, фраз в СМИ и Интернете. Также мемы обладают языковыми и эмоциональными особенностями.

---

<sup>1</sup> Докинз Р. Эгоистичный ген / Ричард Докинз. - М.: АСТ : CORPUS, 2013. - 509 с.

<sup>2</sup> Рашкофф Д. Медиа Вирус: Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание. - М.: Ультра-культура, 2003. - 363 с.

<sup>3</sup> Левинсон Д. Партизанский маркетинг: простые способы получения больших прибылей при малых затратах / Джей Конрад Левинсон ; пер. с англ. О. Иванова, А. Мороз. - Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2012. - 427 с.

<sup>4</sup> Кронгауз М. А. Самоучитель Олбанского. - М.: Изд-во АСТ, 2013. - 412 с.

<sup>5</sup> Там же.

<sup>6</sup> Brandon E. Memes and Humor: A Linguistic Analysis / E. Brandon. URL: <http://missourifolkloresociety.truman.edu/Missouri%20Folklore%20Studies/MFS%20papers%20to%20review/Eychaner%20Memes%20and%20Humor.pdf> (дата обращения 13.07.2020)

## MEMES AS A LINGUISTIC PHENOMENON

© 2020 Kozlova Olga Dmitrievna  
Student

Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration  
E-mail: olgga.kozlovaa@gmail.com

**Keywords:** meme, cultural information, linguistic phenomenon, language features.

In the article, the author attempted to consider the meme as a unit of «cultural information». As a result of the analysis of scientific literature on this topic, a list of specific characteristics of the meme is formed.

УДК 811.11-112

Код РИНЦ 16.00.00

### ЮМОР, ДИПЛОМАТИЯ И ИМИДЖ СТРАНЫ: К ПОСТАНОВКЕ ВОПРОСА

© 2020 Мартынова Ирина Анатольевна  
кандидат филологических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет  
E-mail: miasseu9@gmail.com

**Ключевые слова:** имидж страны, цифровая дипломатия, юмор, социальные сети, стереотип.

Сегодня инструменты цифровой дипломатии используются правительствами многих стран в попытках выстроить эффективное сотрудничество с международной аудиторией. Однако иногда цифровое взаимодействие с аудиторией принимает формы, непривычные для традиционного представления о дипломатической коммуникации. Так, например, использование юмора в социальных сетях становится новой реальностью официальной дипломатии. Неудивительно, что дипломаты используют юмор для привлечения иностранной аудитории, однако в то же время это влияет и на формирование имиджа страны. До сих пор немного известно о юмористическом взаимодействии между официальными государственными источниками и их целевой аудиторией. Не изучался вопрос о роли такого общения в построении имиджа страны. В данной работе анализируется взаимосвязь юмористического взаимодействия официальных представителей государства с целевой аудиторией через каналы цифровой связи. Результаты исследования демонстрируют потенциал дипломатического юмора в качестве важного компонента построения имиджа страны в цифровой среде.

В настоящее время наблюдается активный рост количества исследований, в которых признается важность создания имиджа страны и укрепления его как на национальном, так и на международном уровнях. Это естественно, поскольку положительный имидж страны является ее ценным ресурсом и значительным конкурентным

преимуществом. Положительный имидж способствует тому, чтобы голос страны был услышан на мировой арене, чтобы идеи и концепции, привлекли достойное внимание со стороны мировой общественности, и, наконец, делает страну привлекательным местом, как для внешней целевой аудитории, так и для ее собственных граждан. Позитивный имидж повышает самооценку и внутреннюю уверенность в национальном масштабе, положительно влияет на развитие страны и играет ключевую роль в завоевании уважения, понимания и поддержки в международном сообществе. Следовательно, правительству необходимо проводить имиджевую политику, в основе которой находилась бы эффективная стратегия управления имиджем страны, позволяющая развивать сильные стороны и минимизировать слабые. В противном случае может возобладать негативное восприятие страны, которое трудно искоренить. Таким образом, одна из основных задач, стоящих перед многими исследователями, заключается в определении и оценке надежных и жизнеспособных тактик для достижения стратегических целей имиджевой политики.

Существующий объем исследований по имиджу страны предполагает, что создание позитивного имиджа страны-адвоката в целевой стране является одной из основных задач публичной дипломатии<sup>1</sup>. В современном мире имидж страны неразрывно связан с публичной дипломатией. Любое государство успешно функционирует, при условии регулярного информирования общественности как внутри страны, так и за рубежом, и при условии объективного восприятия данной страны международной аудиторией. Традиционно представители профессиональной дипломатии считаются наиболее влиятельными участниками публичной дипломатии<sup>2</sup>. В настоящее время существуют исследования, убедительно доказывающие положительное влияние цифровых технологий на дипломатические практики<sup>3</sup>. Цифровой режим дипломатического общения способствует традиционной дипломатии не только в информировании иностранной аудитории об основных событиях, но и в создании позитивного имиджа страны с помощью различных тактик общения<sup>4</sup>. Для достижения своих целей в цифровой среде дипломаты используют не только общепринятые инструменты взаимодействия с аудиторией, но иногда применяют нетрадиционные коммуникативные инструменты. Среди этих инструментов важное место отводится юмору. Например, в работе Уоллера утверждается, что «юмор - это отличное средство донести свою политическую позицию и построить конструктивные отношения за рубежом»<sup>5</sup>. Хотя традиционно дипломатическое взаимодействие всегда подразумевало серьезный способ общения, цифровые технологии диктуют правила новой реальности, например, Сандре считает, что шутки в официальном дипломатическом блоге Twitter, безусловно, разрешены, и что использование юмора привлекает внимание аудитории<sup>6</sup>. До настоящего времени слишком мало внимания уделялось вопросу использования юмора в официальных дипломатических источниках и его влиянию на имидж страны. Сложная природа юмора делает подобную тему достаточно спорной и трудной для изучения. Тем не менее, в данной статье делается попытка проследить влияние юмора официальных государственных акторов, коими и являются дипломаты, на имидж страны. Цели данного исследования состоят в том, чтобы определить, может ли и как юмор, который транслируется официально, повлиять на восприятие страны целевой аудиторией.

Необходимо уточнить, что именно понимается под «цифровой дипломатией» и «имиджем страны», и объяснить их связь с «дипломатическим юмором». В последние годы резко возросло количество исследований так или иначе связанных с темой цифровой дипломатии. К настоящему времени существует несколько терминов, используемых для обозначения способа воздействия на иностранную аудиторию посредством ИКТ: интернет-дипломатия, электронная дипломатия (е-дипломатия), цифровая медиа-дипломатия, дипломатия в социальных сетях, дипломатия в Твиттере или Twiplomacy, публичная дипломатия Web 2.0, кибер парадипломатия и т. д.

Исходя из дискуссионного характера вопроса о единой терминологии, необходимо уточнить, что в данной работе под термином «цифровая дипломатия» принимается обобщенная трактовка понятия, а именно «стратегия управления изменениями с помощью цифровых инструментов и виртуального сотрудничества»<sup>7</sup>. Термин «Twitter-дипломатия» или «Twiplomacy» интерпретируется в данном исследовании как относящийся исключительно к методу использования микроблогов.

Поскольку дипломатическая коммуникация представляет собой разновидность политической коммуникации, по сути, она должна быть направлено на информирование общественности<sup>8</sup>. Тем не менее, цифровая дипломатия добавила взаимодействие в список основных целей дипломатической коммуникации. Стремясь к возможности распространения сообщений среди мировой общественности, дипломаты иногда взаимодействуют с целевой аудиторией с помощью таких нетрадиционных средств коммуникации, как юмористические посты в Twitter. По мнению исследователей, помимо простого информирования и взаимодействия с целевой аудиторией юмор можно использовать в качестве инструмента для выполнения следующих задач:

- нарушить политический нарратив оппонента и представить альтернативную позицию;
- продвигать своё собственное видение событий и повестки;
- конкурировать с онлайн-фреймами;
- поддерживать живое обсуждение;
- обозначить точки разногласия;
- привлечь больше последователей;
- привлечь внимание журналистов и новостных агентств по всему миру;
- ответить на критику;
- отразить свою реакцию на внутренние и внешние текущие события;
- подвергнуть сомнению ценности оппонентов;
- повысить привлекательность дипломатического актора;
- повысить привлекательность своей страны и уменьшить привлекательность страны-оппонента;
- создать более привлекательный страновой имидж<sup>9</sup>.

Очевидно, что построение позитивного имиджа страны с помощью юмора не входит в число главных задач дипломатического взаимодействия с аудиторией. Скорее, воздействие на имидж страны можно рассматривать как побочный продукт «несерьёзного» общения. Тем не менее, между юмором дипломатов и восприятием страны целевой аудиторией существует однозначная связь.

Согласно утверждению Севина и Ингенхоффа (2018), имидж страны «может и должен рассматриваться как результат дипломатии»<sup>10</sup> (стр. 3664). В своей работе Ингенхофф предлагают рассматривать имидж страны, как некий конструкт, включающий в себя пять различных измерений<sup>11</sup>:

1. Природа (красота страны)
2. Культура (культурные ценности, созданные народом страны)
3. Функциональное измерение (компетенции и конкурентоспособность - политическая и экономическая эффективность страны)
4. Нормы (целостность страны, ее нормы и ценности)
5. Эмоциональное восприятие (чувства, влияющие на степень привлекательности страны)

Таким образом, очевидно, что имидж страны в значительной степени зависит от эмоционального восприятия, юмор же, в свою очередь, обращается непосредственно к эмоциям аудитории. Херли и др. сравнивают юмор со своеобразной «конфетой для мозга» и утверждают, что «знания и убеждения, при получении которых присутствовал юмор воспринимаются мозгом, как в большей степени подлежащие сохранению»<sup>12</sup> В работе Бухмана имидж страны определяется как «конструкт, основанный на убеждениях и восприятии» и возникающий на субъективном уровне<sup>13</sup> (стр. 16). Авторы утверждают, что имидж страны в глазах аудитории может не соответствовать действительности. Они также указывают на то, что суждения об имидже страны основаны главным образом на стереотипах. В другом крупном исследовании Арендт (2013) демонстрирует, что стереотипы подпитываются средствами массовой информации, к которым относится и предмет данного исследования. Однако средства массовой информации предлагают ограниченную картину мира и обычно создают в новостях стереотипы, которые, благодаря эффекту прайминга, могут активизировать или усилить предвзятое (положительное либо отрицательное) мнение по отношению к той или иной нации<sup>14</sup>.

Таким образом, попытка проследить взаимосвязь «образа страны» и юмористического взаимодействия государственных акторов с целевой аудиторией через средства цифровой массовой информации, предпринятая в данной работе, позволила выявить потенциал дипломатического юмора в качестве важного компонента построения имиджа страны в цифровой среде.

---

<sup>1</sup> Wu, D., & Wang, J. (2018). Country Image in Public Diplomacy: From Messages to Relationships. In *Bridging Disciplinary Perspectives of Country Image Reputation, Brand, and Identity* (pp. 232-249). New York, USA/NY: Routledge.

<sup>2</sup> Woolcock, S. (2017). State and Non-State Actors. In *The New Economic Diplomacy: Decision Making and Negotiation in International Economic Relations* (pp. 59-78). New York, USA/NY: Routledge.

<sup>3</sup> См.: Bjola, C., Cassidy, J., & Manor, I. (2019). Public Diplomacy in the Digital Age. *The Hague Journal of Diplomacy*, 14(1-2), 83-101.

Hereźniak, M. (2020). Jami A. Fullerton, Alice Kendrick (eds): *shaping international public opinion: a model for nation branding and public diplomacy* In R. Govers; J. Pamment (Ed.): *Place Branding and Public Diplomacy* 16(1) (pp.107-108), London, UK: Palgrave Macmillan

<sup>4</sup> Potter, E. (2018). The evolving complementarity of nation-branding and public diplomacy: projecting the Canada brand through “weibo diplomacy” in China. *Canadian Foreign Policy Journal*, 24(2), 223-237.

<sup>5</sup> Waller, J. M. (2007). *Fighting the war of ideas like a real war*. USA: The Institute of World Politics Press.

<sup>6</sup> Sandre, A. (2013). *Twitter for Diplomats*. Diplofoundation and Istituto Diplomatico. February, 8,7 Serbia/ [https://issuu.com/diplo/docs/twitter\\_for\\_diplomats](https://issuu.com/diplo/docs/twitter_for_diplomats)

<sup>7</sup> Holmes, M. (2015). The future of digital diplomacy. In Corneliu Bjola, Marcus Holmes (Ed.), *Digital diplomacy: Theory and practice*, (pp.199-206). New York/NY: Routledge.

<sup>8</sup> Lilleker, D. G. (2006). *Key concepts in political communication*. London, UK: Sage.

<sup>9</sup> Manor, I. (2016, December 30). The Russian Tweet Heard Around the World. Retrieved from <https://digdipblog.com/2016/12/30/the-russian-tweet-heard-around-the-world/>

Manor, I. (2018, June 7). When diplomats laugh: the role of humour in digital diplomacy. Retrieved from <https://medium.com/international-affairs-blog/when-diplomats-laugh-the-role-of-humour-in-digital-diplomacy-25c814bda199>

<sup>10</sup> Sevin, E., & Ingenhoff, D. (2018). Public Diplomacy on Social Media: Analyzing Networks and Content. *International Journal of Communication*, 12, pp.3663-3685.

<sup>11</sup> Ingenhoff, D., Segev, E., & Chariatte, J. (2020). The Construction of Country Images and Stereotypes: From Public Views to Google Searches. *International Journal of Communication*, 14, 92-113.

<sup>12</sup> Hurley, M. M., Dennett, D. C., Adams Jr, R. B., & Adams, R. B. (2011). *Inside jokes: Using humor to reverse-engineer the mind*. Cambridge, USA/MA: MIT press.

<sup>13</sup> Buhmann, A., Ingenhoff, D., White, C., & Kiouisis, S. (2018). Charting the landscape in research on country image, reputation, brand, and identity: A trans-disciplinary overview. In D.

<sup>14</sup> Arendt, F. (2013). Dose-dependent media priming effects of stereotypic newspaper articles on implicit and explicit stereotypes. *Journal of Communication*, 63(5), 830-851. doi:10.1111/jcom.12056

## TO HUMOUR, DIPLOMACY AND COUNTRY IMAGE

© 2020 Martynova Irina Anatoleynva  
Candidate of Philology, Associate Professor  
Samara State University of Economics  
E-mail: [miasseu9@gmail.com](mailto:miasseu9@gmail.com)

**Keywords:** country image, digital diplomacy, humor, social networks, stereotypes.

Today, the tools of digital diplomacy are used by many governments in attempts to build effective cooperation with an international audience. However, sometimes digital interaction with the audience takes forms that are unusual for the traditional concept of diplomatic communication. For example, the use of humor in social networks is becoming a new reality of official diplomacy. It is not surprising that diplomats use humor to attract foreign audiences, but at the same time it affects the formation of the country's image. So far, little is known about the humorous interaction between official government sources and their target audience. The role of such communication in building the country's image has not been studied. This paper analyzes the relationship between humorous interactions of official state representatives with the target audi-

ence via digital communication channels. The results of the study demonstrate the potential of diplomatic humor as an important component of building a country's image in the digital environment.

УДК 811

Код РИНЦ 16.00.00

## ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА ЗАКОНА (НА МАТЕРИАЛЕ ГРАЖДАНСКОГО КОДЕКСА ГЕРМАНИИ)

© 2020 Петрянина Ольга Валерьевна

кандидат филологических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: Petryaninaolga@rambler.ru

**Ключевые слова:** юридический текст, Гражданский кодекс Германии, структурированность, композитные терминологические дефиниции, синтаксическая модель.

Статья представляет собой попытку системного описания Гражданского кодекса Германии с целью выявления языковых характеристик, присущих юридическим текстам. Автор приходит к выводу о том, что данный документ построен строго в соответствии с формально-стилистическими нормами официально-делового дискурса, такими как стандартизированное построение текстов, имперсональность, объективность, безэмоциональность. К типовым языковым средствам оформления стиля законодательного языка относятся специальный терминологический словарный состав, особый грамматический строй и синтаксис.

Как известно, немецкий юридический язык обладает всеми характерными особенностями специального профессионального языка. «Юридический язык как терминологический аппарат юристов (в судебной, административной системе, в частном праве и т.д.) является профессиональным языком, служащим для оптимального общения между специалистами в данной профессиональной области». Как и другие профессиональные языки (например, технический, медицинский), он характеризуется особыми словарными дефинициями и особым набором грамматических и синтаксических средств, а также правилами их использования<sup>1</sup>.

Фактическое определение юридического языка варьируется достаточно широко. На наш взгляд наиболее подходящей трактовкой данного понятия можно считать следующее: «Юридического язык - это профессиональный язык, являющийся не только частью основного языка и обусловленный его грамматическими закономерностями, но и подчиненный определенному коммуникативному полю - области права», т. е. в рамках конкретного дискурса из широкого спектра языковых и грамматических средств языка отбираются те, которые лучше всего подходят для реализации желаемых целей общения именно в этой области.



Разнообразие типов правовых текстов (договора, законы, юридические замечания и др.) может быть описано в соответствии с концепцией четырех уровней, предложенной Энгбергом. На первом уровне выявляется взаимосвязь между правовой нормой и текстом. На следующем уровне находятся текстовые типы соответствующего правового поля в соответствии с коммуникационной целью оратора, ситуационными элементами и целями коммуникации<sup>2</sup>. Третьим уровнем является языковое действие, а последним - уровень структур и шаблонов формулирования.

Юридический язык дифференцируется также двумя типами семантической согласованности: 1) согласованность вне кодекса, касающаяся «связи кодекса с другими правовыми источниками в рамках правовой системы», т.е. эта группа включает ссылки на другие законы или юридические книги; 2) согласованность в кодексе, которая основана на связи между предложениями и пунктами<sup>3</sup>.

Отметим, что когерентность, проявляющаяся в способности текстов ссылаться друга на друга, часто становится средством превращения содержательных элементов юридического дискурса в единое целое. Интертекстуальная связь между параграфами и пунктами правового документа реализуется путем упоминания вместо типичных фраз (например, *wie schon erwähnt wurde* (как уже упоминалось)) конкретной части закона, на которую ссылаются.

Остановимся подробнее на лингвистическом анализе типичного юридического текста. Эмпирическим материалом исследования выступит Гражданский кодекс Германии (далее ГКГ).

Гражданский кодекс (BGB) является «основным регулировщиком» частного права в Германии. Он состоит из пяти книг. Первая книга представляет собой общее введение в другие книги и содержит, прежде всего, важные правовые понятия высокого уровня абстрактности, которые едины для всех важных правовых заявлений и действий. Во второй и третьей книгах излагаются обязательственное и вещное право. Четвертая и пятая книги посвящены вопросам, связанным с регулированием семейного и наследственного права.

Гражданский кодекс иерархичен и четко структурирован. Как уже было сказано, он делится на пять книг, и каждая книга затем содержит разделы, которые имеют конкретные названия (например, *Abschnitt 3 - Rechtsgeschäfte* (раздел 3 - правовые сделки)). Затем за разделами могут последовать заголовки или подзаголовки, которые также пронумерованы. В свою очередь для большей точности и лучшей ориентации в тексте заголовки или подзаголовки могут быть разделены еще на несколько отдельных пунктов.

Композиционная четкость законов достигается при помощи параграфирования, т.е. подразделения на отдельные параграфы, пункты и подпункты<sup>4</sup>. Графическим маркером отдельного закона выступает знак „§“, который помечается номером и заголовком. Иногда встречается знак „§§“, обозначающий сразу несколько законов. Точное количество абзацев в Гражданском кодексе составляет 2385. Интересно, например, что пункт 241 содержит еще один пункт под назва-

нием „а“. Причина этого заключается в том, что второй абзац был написан позже первого и тематически ассоциируется со статьей 241. Поскольку раздел 242 уже существует, была добавлена дополнительная статья 241а.

Текст конкретного закона ограничивается чаще всего двумя предложениями, которые могут быть достаточно распространёнными. В связи с этим возникает необходимость дальнейшего структурирования. Для выделения заголовков и подзаголовков в отдельных законодательных положениях используются различные влилингвистические средства: цифровая нумерация, шрифт, его размер и цвет, абзацный отступ, например, (1) § 484 *Form und Inhalt des Vertrags*“(1) § 484 «*Форма и содержание Договора*»).

В тестах немецких законов, как и текстах других специфичных дискурсов, передача основной понятийно-смысловой информации обеспечивается преобладанием композитных терминологических единицы. В качестве иллюстрации можно привести правовые дефиниции с опорным компонентом „Vertrag“ («договор, контракт»), относящиеся к категории хозяйственного права и экономических отношений. В частности, в пункте 484 встречаются термины *Vermittlungsvertrag* (*посреднический контракт*), *Vertragsdokumente* (*контрактные документы*), *Vertragsserklärungen* (*договорные декларации*) *oder* *Vertragsurkunde* (*договорные документы*), которые образованы из двух лексических морфем. При анализе немецкой юридической терминологии права были выявлены также многокомпонентные терминообразования: *Teilzeit-Wohnrechtvertrag* (*трудоовой договор на условиях неполного рабочего времени*). К составным терминологическим структурам относятся несколько юридических лексем с компонентом «Betrieb» («предприятие»): *Betriebskosten* (*производственные затраты*), *Betriebsübergabe* (*передача предприятия*), *Betriebspachtverhältnis* (*арендные отношения предприятия*), *Betriebsrisiko* (*риски предприятия*) *oder* *Geschäftsbetrieb* (*коммерческое предприятие*) и др. Помимо выше приведенных примеров в правовых документах функционирует огромное количество других терминов-композигов, большая часть которых относится к детерминативным единицам, состоящим из двух существительных: *Wirtschaftsraum* (*экономическая зона*), *Mündelgeld* (*денежные средства опекаемого*) *oder* *Mitgliedstaat* (*государство-член*) и т.д.

В то же время сокращения в кодексе встречаются редко. Единственная аббревиатура, которая является довольно распространенной, - abs. в значении «пункт». Однако в должностных указаниях аббревиатуры употребляются гораздо чаще. Помимо общепринятых сокращений Nr. («номер») и S. («страница») в Гражданском кодексе Германии представлены такие аббревиатуры как EG (*Europäische Gemeinschaft*), ABI (*Amtsblatt der Europäischen Gemeinschaften*), EWG (*Europäische Wirtschaftsgemeinschaft*).

Как подтверждает исследование, особое место при образовании лексических единиц в профессиональном языке немецкого права занимает словопроизводство при помощи деривации: например, преобладающее число субстантивов образуется при помощи суффикса -ung (*Willenserklärung*, *Anfechtung*,

*Eingenverwaltung*), -heit (*Einzelheit*) und -keit (*Wechselverbindlichkeit*), -er (*Vertreter*). Аффиксация адъективов осуществляется при помощи -los (*zinslos*), -frei (*kostenfrei*), -bar (*unmittelbar*), -lich (*vorsätzlich*), -fähig (*geschäftsunfähig*).

Поскольку Гражданский кодекс не имеет официального автора, то для текстов законов характерен обобщенный, безличный характер общения. Изложение нормативно-правовых актов в форме третьего лица единственного числа („man“, „der Verfasser“, „der Autor“ или „wir“) также допускается. Обобщенный характер законодательным нормам придает использование обобщенного подлежащего в мужском роде, которым можно назвать любого субъекта права: *Person, Verkäufer, Gläubiger, Versicherer*.

Связность письменной юридического дискурса оформляется на морфологическом уровне высокой употребительностью родительного падежа (*Mitglied des Vorstands, Eröffnung des Insolvenzverfahrens, Auflösung des Verein, die Vorschriften des § 26*), указательных местоимений и местоименных наречий, союзов и союзных слов.

Специальный язык немецкого Гражданского кодекса, как и манифестирующие его тексты, представляя собой системное явление, демонстрирует свою специфику на всех языковых уровнях (как на лексическом, так и на синтаксическом).

Преобладающую группу слов, репрезентирующих понятийный аппарат немецкого кодекса, составляют существительные, многие из которых обладают абстрактной семантикой, что придает тексту законов абстрактный и обобщенный характер (например, *Bekanntmachung der Eintragung und Aufbewahrung von Dokumenten*).

Следует констатировать высокую частотности употребления субстантивов вместе с прилагательными, что составляет примерно половину всей лексики данного юридического документа. Большая насыщенность языка группами существительное+прилагательное объясняется стремлением к скрытой красоте и сложности юридической мысли.

Количество заимствований в языке законодательных норм очень невелико. Их наличие повлекло бы за собой двусмысленность и разночтение терминологии, а это недопустимо, так как система понятий права должна быть доступной для всех граждан.

Основным типом речевых актов в тексте ГКГ является директив, эксплицирующийся в высказываниях при помощи лексемам модальных глаголов („müssen“ (*Zustimmungen müssen öffentlich beurkundet werden*), „sollen“ (*wieder Zinsen tragen sollen*), „dürfen“ (*die Benachrichtigung dürfen unterbleiben*)) или синтаксических конструкций sein+zu+инфинитив и haben+zu+инфинитив.

Исчерпывающая полнота норм часто достигается с помощью сложного построения фраз и других конструктивных синтаксических особенностей.

Придаточные предложения условия или уточняющие придаточные предложения типичны для текстов законодательных положений. Наиболее частотными соединительными элементами являются союзы *wenn*“ или „*soweit*“. Хотя нередко

допускается бессоюзное соединение, при котором вследствие инверсионной трансформации первое место занимает сказуемое или изменяемая часть сложного глагольного сказуемого, что можно расценивать как прием языковой экономии, например:

§42 - *Wird das Verfahren auf Antrag des Schuldners eingestellt oder nach der Bestätigung eines Insolvenzplans, der den Fortbestand des Vereins vorsieht, aufgehoben, so kann die Mitgliederversammlung die Fortsetzung des Vereins beschließen*<sup>5</sup>;

§1128 - *Ist ein Gebäude versichert, so kann der Versicherer die Versicherungssumme mit Wirkung gegen den Hypothekengläubiger an den Versicherten erst zahlen, wenn er oder der Versicherte den Eintritt des Schadens dem Hypothekengläubiger angezeigt hat und seit dem Empfang der Anzeige ein Monat verstrichen ist*<sup>5</sup>.

Другие структурные виды предложений, к которым тяготеет синтаксис юридического текста, представлены в основном придаточными определительными (*die Begründung des Schuldverhältnisses, dessen Bestehen anerkannt wird*<sup>5</sup>) и придаточными цели (*und die der Zahlungsdienstnutzer angeben muss, damit der andere am Zahlungsvorgang beteiligte Zahlungsdienstnutzer oder dessen Zahlungskonto zweifelsfrei ermittelt werden kann*<sup>5</sup>). Встречаются даже сложные паратактические и гипотактические синтаксические блоки с несколькими придаточными предложениями (*Hat jedoch derjenige, welchem gegenüber ein solches Rechtsgeschäft vorzunehmen war, die von dem Vertreter behauptete Vertretungsmacht bei der Vornahme des Rechtsgeschäfts nicht beanstandet oder ist er damit einverstanden gewesen, dass der Vertreter ohne Vertretungsmacht handele, so finden die Vorschriften über Verträge entsprechende Anwendung*<sup>5</sup>).

Отличительная черта в области синтаксиса и текстовой организации ГКГ обнаруживается в предпочтительности использования пассивных конструкций активным: (*aufgenommen werden (Präsens Passiv), müssen mitgeteilt werden (Präsens Passiv), geändert wurden (Präteritum Passiv), ist vorgeschrieben (Präsens Zustandspassiv)*).

Информационная компрессия достигается в структуре предложения с помощью функциональных глагольных групп (*die Beendigung des Mietverhältnisses in Betracht kommt, in Anspruch nehmenden Dienstverhältnis oder das Vermögensinteresse in Betracht ziehen*) и причастных конструкций (*zur Verfügung gestellten Informationen*).

Таким образом, комплексное исследование ГКГ позволяет выявить лексико-синтаксическую специфику языка закона как частного системного явления, отражающую лингвистические характеристики юридического дискурса в целом.

---

<sup>1</sup> Daum U. Rechtssprache eine genormte Sprache // Der öffentliche Sprachgebrauch, В. II. Stuttgart: Klett-Cotta Verlag, 1981. S.83-99.

<sup>2</sup> Engberg J. Prinzipien einer Typologisierung juristischer Texte // Fachsprache. International Journal of LSP. Jg. 15, H.1-2, 1993. S. 31-37.

<sup>3</sup> Таупова О.И., Харина Р.С. Языковая картина мира в немецком юридическом дискурсе // Вестник Башкирского университета, 2015. Т.20 № 3, С. 985-988.

<sup>4</sup> Харина Р.С. Немецкие юридические термины в современной лингвистике // Вестник Уфимского юридического института МВД России, 2014. 1(63), С. 1-4.

<sup>5</sup> Bürgerliches Gesetzbuch. <https://www.gesetze-im-internet.de/bgb/index.html>.

## **LINGUISTIC ANALYSIS GERMAN LANGUAGE LAW (ON THE MATERIAL OF THE CIVIL CODE OF GERMANY)**

© 2020 Petryanina Olga Valerievna  
Candidate of Philological Sciences, Associate Professor  
Samara State University of Economics  
E-mail: Petryaninaolga@rambler.ru

**Keywords:** legal text, Germanic German Code, structuredness, composite terminological definitions, syntactic model.

The article is an attempt at a systematic description of the German Civil Code in order to identify the linguistic characteristics inherent in legal texts. The author concludes that this document is built strictly in accordance with the formal-stylistic norms of official business discourse, such as standardized text construction, impersonality, objectivity, and unemotionality. Typical language means of designing the style of the legislative language include a special terminological vocabulary, a special grammatical structure and syntax.

## ИСТОРИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 93/94

Код РИНЦ 03.23.55

### ПЛАН ГОЭЛРО КАК СТРАТЕГИЧЕСКАЯ ПРОГРАММА РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ\*

© 2020 Сумбурова Елена Ивановна

кандидат исторических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

© 2020 Заельская Светлана Александровна

кандидат исторических наук, доцент

Оренбургский государственный педагогический университет

E-mail: elena-sumburova@yandex.ru, sv\_a\_z@mail.ru

**Ключевые слова:** план ГОЭЛРО, электрификация, инновации, народное хозяйство, технологическая революция, Советская Россия.

В статье рассматриваются условия и предпосылки разработки и принятия стратегического для Советского государства плана ГОЭЛРО. Проанализированы результаты осуществления плановой технико-экономической стратегии, инициировавшей технологический прорыв в масштабах национальной экономики. Авторы охарактеризовали комплексный характер стратегии, основой которой являлась повсеместная электрификация страны. Выявлены долгосрочные последствия реализации плановых мероприятий, как негативного, так и позитивного плана, для дальнейшего развития национальной экономики.

В начале 1920-х гг. экономика многих стран, участниц Первой мировой войны (1914-1918), оказалась в кризисном состоянии: серьезно пострадали или были потеряны производственные фонды, существенно сократился выпуск промышленной продукции, были утрачены территориальные и невозполнимые людские ресурсы. Советская Россия, вынесшая на своих плечах значительную тяжесть военных испытаний, пережившая революционные потрясения и жестокое противостояние собственного населения в гражданской войне, не являлась исключением. Будучи единственным государством, избравшим путь социалистической ориентации и марксистско-ленинскую идеологию в качестве государственной, Советская Россия

---

\* Исследование выполнено при финансовой поддержке Фонда «История Отечества» в рамках выставочного проекта «Люди света: российский ответ на вызовы технологических революций XX века» Передвижная выставка к 100-летию плана ГОЭЛРО» (договор № 9/2020/ФП-В от 07.05.2020 г.).

оказалась в политико-экономической изоляции, что стало важным фактором, определявшим своеобразие форм и методов восстановления народного хозяйства при определяющей роли государства.

В создавшейся ситуации геополитического идеологического вакуума и экономического кризиса, государство выбрало путь стратегического планирования технико-экономического развития, первым историческим примером которого стал план ГОЭЛРО.

Решение о разработке плана электрификации Советского государства было принято ВЦИК (Всероссийским Центральным Исполнительным Комитетом) в феврале 1920 г., на основании которого и была образована Государственная Комиссия по электрификации России, возглавляемая Г.М. Кржижановским.

Определивший развитие экономики на долгие годы план ГОЭЛРО, реализация которого была рассчитана на 10 - 15 лет, был разработан в течение 10 месяцев и утвержден VIII Всероссийским съездом Советов. В основу стратегического планирования был положен принцип гармоничности, синергического эффекта в развитии всех отраслей советской экономики, обеспеченных доступным электричеством.

План ГОЭЛРО как технико-экономическая стратегия учитывал ресурсный потенциал национальной экономики и был разработан на основе скрупулезного анализа отечественного дореволюционного и мирового опыта, рационально обосновывал региональное и отраслевое распределение, задавал показатели результативности народнохозяйственной деятельности. В содержание плана были включены аспекты промышленного, транспортного, сельскохозяйственного и социального развития районов. Движущей силой стратегии был энтузиазм трудящихся, использование труда заключенных ГУЛАГа. Электрификация рассматривалась как решающее звено технического прогресса, имеющего социально-идеологическую направленность, подчеркивающую преимущества советского политического строя, готовность использовать достижения научно-технического прогресса в экономических преобразованиях.

В основе исследования лежит концепция «больших волн» Карлоты Перес, разработанная для анализа технологических революций<sup>1</sup>. Об этом явлении, особенностях его протекания и сложности процессов писали многие авторы<sup>2</sup>. Авторы рассматривают историю принятия первого в мире плана по электрификации в масштабах целой страны - плана ГОЭЛРО как явление, в полной мере отражающее одновременно технические, технологические, управленческие, и политические перемены в России. План ГОЭЛРО, с одной стороны, являлся результатом многолетней работы ведущих российских ученых и инженеров в сфере электротехники. С другой стороны - это было пропагандистское решение молодого советского правительства, продвигавшего в разгар гражданской войны идею о социализме как «эпохе электричества»<sup>3</sup>.

Дискуссия о плане ГОЭЛРО и возможностях реализации поставленных им задач возникла с первых дней существования Комиссии. Предметом спора стал вопрос о приоритетных отраслях промышленности, развитию которых партия и правительство должны были уделить первоочередное внимание. Члены Комиссии во

главе с Г.М. Кржижановским, поддерживаемые главой правительства В.И. Лениным, считали, что восстановление страны возможно осуществить на основе повсеместного развития энергетики. «ГОЭЛРО - вторая программа коммунистической партии», - объявил В.И. Ленин на VIII Всероссийском съезде Советов<sup>4</sup>. Главными оппонентами выступили вторые лица государства - председатель ВСНХ А.И. Рыков и председатель Реввоенсовета РСФСР Л.Д. Троцкий, которые были убеждены в необходимости развития тяжелой промышленности как основы индустриализации страны. В последующие десятилетия критика в адрес плана ГОЭЛРО уже не звучала, но и его научное обсуждение сошло на нет. С началом 1990-х гг. в связи с идеологическими и социально-экономическими переменами в стране вновь появился интерес к теме ГОЭЛРО, причем интерес всесторонний. Мнения, которые были высказаны в отношении плана ГОЭЛРО, существенно разнятся. Одни авторы считают его «актуальным опытом советской индустриализации»<sup>5</sup>, другие настаивают на демифологизации плана ГОЭЛРО, предлагая исключить «все элементы умолчания, однобокости, тенденциозности, а иногда и прямой фальсификации»<sup>6</sup>. Подробно изучена предыстория ГОЭЛРО, дореволюционное развитие электроэнергетики в Российской империи, освещены вопросы значения и итогов экономического развития СССР на основе плана 1921 г.<sup>7</sup>

В западной исторической литературе в оценке процессов, происходивших в Советском Союзе в 1920 - 1930-е гг., в том числе деятельности Комиссии ГОЭЛРО, преобладают критические точки зрения. Большинство авторов утверждают, что экономические преобразования в СССР - это грандиозный провал сталинского правительства, в результате которого было растрчено «материальное благосостояние нации»<sup>8</sup>. Некоторые западные исследователи, например Пол Грегори, считают, что большевистский переворот 1917 г. нарушил логику медленного, поступательного роста экономических темпов развития России. «Статистический портрет экономики [того времени - прим. авт.] - это портрет рыночной экономики, делающей первые шаги в направлении современного экономического роста»<sup>9</sup>. С ними не согласен Роберт Аллен, который отмечает позитивный итог коммунистической революции и советских пятилеток, без которых «Россия и по сей день оставалась бы отсталым государством»<sup>10</sup>.

План ГОЭЛРО представлял собой целостную систему экономических, политических и социальных мероприятий. Завершенность, стройность и жизнеспособность вносила в план коммунистическая идеология, делающая стратегическое планирование соответствующим идейным установкам большинства трудящихся. Готовность приступить к построению общества всеобщей справедливости ускоренными темпами, поддержка и личное трудовое участие населения в осуществлении плановых мероприятий придавали плану социальную направленность.

План осуществлялся в специфических условиях становления централизованной экономики, в экстремальной ситуации послевоенного времени и социальной трансформации, что позволяет рассматривать его как крупнейший проект по восстановлению национальной экономики. Выполнение стратегических показателей, заложенных планом ГОЭЛРО, стало возможным исключительно при сочетании организационных, экономических, научных, идеологических факторов.



Базисная роль государства лежала в основе создания электроэнергетического комплекса, обеспечивающего запросы народного хозяйства в условиях советской модернизации. По всем основным показателям мощности и производительности плана фиксируется значительное перевыполнение, способствующее развитию экономики советской страны. Общая протяженность линий электропередач к концу 1930-х гг. превысила 3 тыс. км. Мировых стандартов советская электроэнергетика достигла к 1935 г., выйдя на третье место в мире, после США и Германии<sup>11</sup>.

Электрификация являлась основой промышленного развития, обеспечив импульс функционирования кабельной промышленности, энергомашиностроению и металлургии, тесно связанных с ключевой отраслью индустрии. В целом план ГОЭЛРО стал основой для осуществления советской индустриализации.

Электрификация национального хозяйства в соединении с механизацией в специфических условиях реализации изучаемой стратегии позволили повысить производительность труда во всех отраслях народного хозяйства в 4 раза<sup>12</sup>. Базой развития советского народного хозяйства стал стремительный рост электроэнергетики, что способствовало повышению жизненного уровня населения. Электрификация в определенной степени способствовала совершенствованию социальных отношений в трудовой сфере. Качественной стороной повышения производительности труда стало некоторое сокращение доли ручного труда, было положено начало освобождению человека от малоквалифицированных работ. Происходила трансформация содержания труда, который дополнялся интеллектуальной составляющей, преодолевая различия между умственной и физической деятельностью.

Таким образом, на основе плана ГОЭЛРО был достигнут синергичный эффект в масштабах национальной экономики.

Стратегическое планирование технико-экономического развития страны в рамках осуществления плана ГОЭЛРО задавало, с одной стороны, верный ориентир развития национальной плановой экономики на долгие годы вперед, с другой - не исключало перекосы и недостатки в его реализации. Отказ от рыночных механизмов, сверхцентрализация народного хозяйства, субъективизм и волюнтаризм в принятии стратегических решений серьезно деформировали формирующуюся экономическую систему и не оставляли ей шансов в достаточной мере реализовать задуманное. Выполнение плановых показателей явно обозначило приоритет развития тяжелой промышленности перед сельским хозяйством. Масштабы электрификации сельского хозяйства были незначительны. Так, количество крестьянских дворов, пользующихся электроэнергией, составляло в 1936 г. 530 тыс., то есть всего 2,1 % от общего числа. Только 3 % колхозов (7600) были электрифицированы<sup>13</sup>.

В заключение хотелось отметить, что инновационная программа развития российской экономики оказалась социально и идеологически востребованной в условиях политико-экономического кризиса, переживаемого страной после военно-революционных событий. Составленный Комиссией план ГОЭЛРО содержал комплексную стратегию технико-экономического развития народного хозяйства, в основании которой лежал принцип электрификации страны. Электрификация стала экономическим и идеологическим фундаментом общественных преобразований, привнеся в жизнь страны новые возможности, повышение качества жизни и

трансформацию содержательной линии труда. Несмотря на ряд недостатков в реализации плана, историческое значение его состоит в том, что он определил вектор стратегического развития советского общества на долгие годы вперед.

<sup>1</sup> Pérez C. Technological revolutions and techno-economic paradigms. Cambridge Journal of Economics. 2009. 34(1). P. 185-202.

<sup>2</sup> См, например: Грегори П. Экономический рост Российской империи (конец XIX-начало XX в.). Новые подсчеты и оценки. М.: РОССПЭН, 2003. 256 с.; Tagirova N.F., Zherdeva Yu.A. & Sumburova E.I. Technological Revolutions and Economic Education from the Historical Perspective // The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences. GCPMED 2018 - International Scientific Conference «Global Challenges and Prospects of the Modern Economic Development». Samara State University of Economics, Samara, Russia, December 6-8, 2018. / V. Mantulenko (Ed.). Vol. LVII. P. 916-930.

<sup>3</sup> Гвоздецкий В.Л. План ГОЭЛРО. Мифы и реальность. Наука и жизнь. 2001. № 5. С. 102-109.

<sup>4</sup> Кржижановский Г.М. К десятилетию ГОЭЛРО // Плановая экономика. 1930. № 12. С. 39-62.

<sup>5</sup> Козенко А.С. План ГОЭЛРО как пример национальной технико-экономической стратегии // Общество. Среда. Развитие. 2015. № 2. С. 17-23.

<sup>6</sup> Гвоздецкий В.Л. Указ. соч. С. 105.

<sup>7</sup> Симонов Н.С. Развитие электроэнергетики Российской империи: предыстория ГОЭЛРО. М.: Русский фонд содействия образованию и науке, 2016. 320 с.

<sup>8</sup> Malia M. The Soviet Tragedy A History of Socialism in Russia, 1917-1991. New York: The Free Press, 1994. 557 p.

<sup>9</sup> Грегори П. Указ. соч. С. 53.

<sup>10</sup> Аллен Р.С. От фермы к фабрике: новая интерпретация советской промышленной революции. М.: РОССПЭН, 2013. С. 31.

<sup>11</sup> Симонов Н.С. Указ. соч. С. 278, 281.

<sup>12</sup> Козенко А.С. Указ. соч. С. 19.

<sup>13</sup> Симонов Н.С. Указ. соч. С. 280-281.

## GOELRO PLAN AS A STRATEGIC PROGRAM FOR DEVELOPMENT OF RUSSIAN ECONOMY

© 2020 Sumburova Elena Ivanovna  
Candidate of History, Associate Professor  
Samara State University of Economics

© 2020 Zaelskaya Svetlana Alexandrovna  
Candidate of History, Associate Professor  
Orenburg State Pedagogical University

E-mail: elena-sumburova@yandex.ru, sv\_a\_z@mail.ru

**Keywords:** GOELRO plan, electrification, innovation; national economy, technological revolution, Soviet Russia.

The article considers the conditions and prerequisites for the development and adoption of the GOELRO strategic plan for the Soviet state. The results of the planned technical and

economic strategy, which initiated a technological breakthrough in the national economy, were analyzed. The authors described the complex nature of the strategy, which was based on widespread electrification of the country. The long-term consequences of implementing planned measures, both negative and a positive plan, for the further development of the national economy are identified.

УДК 93

Код РИНЦ 03.00.00

## К ВОПРОСУ О ВОЗМОЖНОЙ ВСТРЕЧЕ В.И. ЛЕНИНА И Н.К. МИХАЙЛОВСКОГО В САМАРЕ В 1892 ГОДУ

© 2020 Фоломеев Сергей Николаевич

кандидат исторических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: cissime@yandex.ru

**Ключевые слова:** В.И. Ленин, Н.К. Михайловский, политическая борьба, либеральное народничество, марксисты.

В статье дан анализ мемуаров, архивных источников, научной литературы о возможной встрече находившегося в 1892 г. в Самаре В.И. Ленина и вождя либеральных народников Н.К. Михайловского, о которой в научной литературе содержатся противоречивые сведения. Представлена авторская точка зрения.

В 1891-1892 годах в Поволжье в связи с неурожаем разразился массовый голод. В то время как правительство долго не могло определиться с размерами и опасностью постигшего бедствия, последовавшей впоследствии незначительной и малоэффективной помощью пострадавшему населению губерний, оппозиционные политические силы не преминули воспользоваться этой ситуацией для укрепления своего идейного влияния в обществе. Так либеральные народники развернули широкомасштабный сбор средств для голодающего населения среди демократической интеллигенции и студенчества, в котором приняли участие многие известные деятели науки и культуры, организовывали общественные столовые в городах и селах, где кормили голодающих, формировали санитарные отряды из студенческой молодежи для оказания медицинской помощи нуждающимся, а также в борьбе с эпидемией холеры, которая вспыхнула в это же время в поволжских губерниях. В сложившейся непростой социально-экономической ситуации народники не забывали о пропаганде своих политических взглядов и распространении нелегальной литературы.

Неоднозначной по отношению к голодающему населению была позиция еще только формировавшейся социал-демократии. В силу того, что многие сармарские рефераты В.И. Ленина не обнаружены до сих пор, мы находим его точку

зрения по вопросу о голоде в работе, написанной несколько позже, где он выступает за оказание широкой помощи голодающим, которая, по его мнению, невозможна без революционных мер<sup>1</sup>. Характерно, что точка зрения молодого В.И. Ленина на отношение социал-демократов к голоду 1891-1892 гг. в значительной степени совпадала со взглядами Г.В. Плеханова, который главную причину часто повторяющихся голодовок в России видел в отжившей свой век системе помещичьего землевладения и реакционной политике царского самодержавия, приведшего к «всероссийскому бедствию»<sup>2</sup>. Точно такую же позицию по этому вопросу занимал и молодой Н.Е. Федосеев, марксистский кружок которого посещал В.И. Ленин в 1887 г. в Казани. «...Почему...теперь лучшая молодежь, идейная молодежь, увлеклась «столовыми»? Неужели потому, что в эту сторону ветер подул? Неужели под влиянием этого ужасного бедствия она потеряла голову и забыла, что столовыми тут не поможешь и что голод не от засухи? Как много альтруизма у молодежи, какая чуткая душа, помочь голодающему народу...с пустыми руками и карманами!»<sup>3</sup>.

Однако в лагере российских социал-демократов по вопросу о голоде имелись и расхождения. Г.В. Плеханов отмечал, что «разногласия начинаются лишь там, где заходит речь о помощи голодающим и об устранении причин, вызвавших кризис»<sup>4</sup>. Позднее, в 1906 г. он писал: «Во время голода я, в брошюре «Всероссийское разорение», высказал ту совершенно естественную мысль, то социал-демократам следовало поднять агитацию с требованием от государства самой серьезной помощи голодающим крестьянам. И что же? Часть наших работавших в России товарищей (и В.И. Ленин в том числе - С.Ф.) увидела в этом измену моим прежним взглядам и написала мне, что она остается при «старой» программе группы «Освобождение труда». Эти наши товарищи были убеждены, что помогать голодающим значило задерживать разложение нашего старого экономического порядка. Как ни старался я разубедить их, но я до сих пор не уверен в том, что они согласились со мной и перестали считать меня отступником»<sup>5</sup>.

Позиция Н.Е. Федосеева по вопросу оказания помощи голодающим более подробно освещена в его письме Н.К. Михайловскому, отправленному из Владимира 8 ноября 1893 г., который в ряде своих статей обвинял марксистов в душевной черствости и отсутствии сострадания голодающим крестьянам. Н.Е. Федосеев согласился, что подобная позиция имеет место быть. «...Но я не могу допустить предположения, что такой развитый и умный человек, как Вы, глупости оренбургских студентов и каких бы то ни было других лиц, именующих себя «марксистами» стали бы распространять вообще на русский марксизм, будто бы неизбежно приводящий своих адептов к подобным преступным мыслям»<sup>6</sup>.

Таким образом. в результате голода, при отсутствии действенной помощи со стороны правительства, создалась удобная ситуация для усиления идейного влияния народничества в обществе и вытеснения только формировавшихся социал-демократических идей из общественного сознания.

В начале 1892 года виднейшие идеологи либерально-народнического мировоззрения двинулись в политический поход против «русских учеников Маркса». Народнические журналы «Русское богатство», «Русская мысль» одну за другой публикуют статьи В.П. Воронцова «Попытки обоснования народничества», Н.И. Кареева «Источники исторических перемен», С.Н. Кривенко «Хроника внутренней жизни», Н.К. Михайловского «Литература и жизнь», направленные против марксистской теории и взглядов русских последователей Маркса [Русское богатство. 1892. № 1,2,6; Русская мысль. 1892. № 5,6,7,8]. Политическая нацеленность этой кампании была ясна. Совершенно очевидно, что в условиях глухого брожения и роста общественного недовольства, царское правительство остро нуждалось в такой поддержке. Не ограничиваясь журнальными публикациями, идеологи либерального народничества отправились в пропагандистские вояжи в те города России, где их единомышленникам приходилось особенно туго в дискуссиях с марксистами.

В мае 1892 года самарское «общество» с оживлением обсуждало весть о том, что город намерен посетить виднейший народнический социолог и публицист Н.К. Михайловский. Сведения о посещении Самары Н.К. Михайловским имеются в воспоминаниях А.А. Белякова<sup>7</sup> и М.И. Семенова<sup>8</sup>. Но М.И. Семенов сразу же указывает, что «...Владимир Ильич, насколько я знаю, с Михайловским не встречался...». Он же далее отмечает, что «на дачу Водовозовых (именно там, по словам А.А. Белякова, состоялась эта встреча - С.Ф.) проник только один из близких к нашему кружку людей - А.А. Беляков, явившись туда под видом хорошего знакомого Водовозова, по предварительному уговору с последним»<sup>9</sup>. В воспоминаниях А. Белякова, напротив, указывается целый ряд лиц, как из кружка В.И. Ленина, так и близких к нему, которые участвовали в «журфиксе» на даче Водовозова. Среди них он называет В.И. Ульянова, А.П. Скляренко, М.И. Лебедеву, И.А. Кузнецова, Е.М. Карпер, С.М. Моршанскую, А.А. Белякова и других<sup>10</sup>.

Таким образом, судя по воспоминаниям А.А. Белякова, на даче В. Водовозова собрался довольно тесный круг лиц, которые хорошо знали друг друга по подпольной работе, хотя и придерживались различных убеждений. Из конспиративных соображений «журфикс» на даче Водовозова не афишировался. Сторонники Михайловского всегда тщательно конспирировали все отношения с ним, оберегали его от возможных опасностей. Это было тем более необходимо, что полиция вела за ним постоянное наблюдение, он не раз подвергался преследованиям и высылкам из крупных городов.

Воспоминания А. Белякова являются единственным свидетельством встречи и дискуссии В.И. Ленина с Н.К. Михайловским в Самаре в 1892 г. Нет никаких сведений о ней в работах самого Владимира Ильича, в воспоминаниях его родных и близких. Хотя трудно поверить, чтобы первое публичное столкновение Владимира Ильича осталось неизвестным А.И. Ульяновой-Елизаровой, писавшей о самарском периоде жизни и деятельности В.И. Ленина, располагая не только широким кругом источников, но и собственными наблюдениями.

Известные ныне воспоминания А.А. Белякова «Юность вождя» после рецензирования их Анной Ильиничной были дважды отвергнуты редакцией журнала «Пролетарская революция» из-за недостоверности описания встречи В.И. Ленина с Н.К. Михайловским.

А вот какую оценку дала в свое время этим воспоминаниям А.А. Белякова Н.К. Крупская: «...Растянуто все до невероятия. Если бы сократить на  $\frac{3}{4}$ , да «беллетристики» поубавить, было бы интересно»<sup>11</sup>.

Права была М.И. Ульянова, указывавшая, что «очень мало можно доверять тем рассказам, которые исходят о Владимире Ильиче и нашей семье от большинства его современников. В этом я убедилась, когда читала их «воспоминания», написанные для разных изданий. В большинстве случаев воспоминатели высасывают из пальца, выдумывают. Не думаю, чтобы здесь была какая-нибудь злостная цель - с тех пор как мы жили на Волге прошло столько лет, что у людей действительность может перемешиваться вымыслом. Как бы то ни было, нельзя брать за чистую монету те рассказы, которые исходят от многих и очень многих лиц...»<sup>12</sup>.

Предпринятые Г.Хайтом исследования<sup>13</sup> показали, что интересующие нас сведения о будто бы состоявшейся встрече В.И. Ленина и Н.К. Михайловского отсутствуют в воспоминаниях лиц, якобы принимавших в ней участие. Не содержат нужных нам данных и зарубежные мемуары В. Водовозова, знавшего В.И. Ленина по Самаре и избежавшие таким образом возможных идеологических правок<sup>14</sup>.

Нет единого мнения и среди исследователей по вопросу о встрече В.И. Ленина и Н.К. Михайловского летом 1892 г. в Самаре. Так, ряд исследователей утверждают, что такая встреча была, основываясь при этом только на мемуарах А.А. Белякова<sup>15</sup>. Другие исследователи, говоря о самарском периоде революционной деятельности В.И. Ленина, вообще не поднимают этого вопроса, обходя его стороной<sup>16</sup>. Третьи<sup>17</sup>, описывая встречу по А.А. Белякову, считают этот вопрос пока открытым. Четвертые<sup>18</sup> ссылаются на исследования Г. Хаита, не выдвигая собственной концепции по этому вопросу.

Встает вопрос: с какой целью приезжал Н.К. Михайловский в Самару весной 1892 года? Можно предположить, что он посетил Самару потому, что здесь более чем где-либо марксизм подорвал влияние народничества, и вполне возможно, что Михайловский лично хотел посмотреть, как обстоят здесь дела и дать указания, как эффективнее бороться против распространения марксистской идеологии. Об успешной пропагандистской работе В.И. Ленина К.К. Михайловский наверняка слышал и раньше. Такие сведения он мог получить от своего племянника А.Г. Мягкова, по его поручению находившегося во время голода 1891-1892 гг. в Самарской губернии.

Вступать в полемику, не разведав, как следует обстановки, при условии, что позиции либерального народничества в Самаре сильно подорваны, Н.К. Михайловский не решился или же не придавал особого значения распространению здесь марксистских идей, посчитав Самару глухой провинцией, вряд ли способной

поставить под угрозу влияние народников в столицах. Тем более, что поражение, а Н.К. Михайловский, видимо, принял во внимание и такой вариант, могло бы окончательно подорвать престиж либерального народничества, как в Самаре, так и во всем Поволжье. Кроме того, такая встреча и дискуссия, несомненно, привлекла бы внимание провокаторов и могла бы поставить под угрозу как самого Н.К. Михайловского, так и местное подполье.

С другой стороны, существовали весьма широкие возможности для выступлений против марксизма на страницах газет и журналов. К лету 1892 г. так называемый поход против «русских учеников Маркса» на страницах легальной прессы был в самом разгаре. Этот способ борьбы против марксизма был безопасен и пропаганда либерально-народнических идей, благодаря прессе, велась на значительную аудиторию. Марксисты же могли противопоставить этому лишь письма-протесты - своеобразный вид русской марксистской литературы начала 90-х годов. Как видим, возможности для пропаганды марксистами и народниками своих идей были далеко не одинаковыми.

Таким образом, исходя из этого, можно предположить, что Н.К. Михайловский в силу указанных причин не решился встретиться с В.И. Лениным и вступить с ним в дискуссию. Как бы то ни было, но приезд в Самару «властителя дум», на которого местные народники возлагали большие надежды, и фактически отказ его от встречи с пропагандистом марксистских идей, нельзя расценить иначе, как признание поражения народничества в борьбе с марксизмом. При этом инициатива встречи, конечно же, должна была принадлежать Н.К. Михайловскому, как представителю мировоззрения, которому в Самаре было нанесено серьезное поражение, и более чем В.И. Ленину, заинтересованному в такой встрече. Но поскольку встреча не состоялась, хотя возможности для нее все же существовали, следует расценить эту ситуацию как публичное признание народниками своей неудачи, после чего влияние марксизма на молодежь Самары резко возросло. Это один из возможных вариантов развития событий.

Другой вариант - указанная встреча не состоялась, поскольку Н.К. Михайловский в Самару не выезжал. Документы Самарского губернского жандармского управления (ГЖУ) указывают, что в январе-марте 1892 г. полиция разыскивала по указанию начальника Тверского ГЖУ состоявшего под негласным наблюдением и якобы находившегося в Самаре Николая Николаевича Михайловского (но не Николая Константиновича Михайловского), который в итоге обнаружен не был<sup>19</sup>. В феврале-марте 1892 г. полиция по указанию московского обер-полицмейстера и начальника Саратовского ГЖУ разыскивала в Самаре известного народника и писателя Николая Елпидифоровича Петропавловского (С. Каронина), умершего 24 мая 1892 г., которого также не нашла<sup>20</sup>. Возможно, именно эти обстоятельства помогли «вспомнить» мемуаристам о якобы состоявшейся встрече в Самаре в мае 1892 г. В.И. Ленина и Н.К. Михайловского.

---

<sup>1</sup> Ленин В.И. Проект программы нашей партии // Полн. Собр. Соч. Т.4.С.23.

<sup>2</sup> Плеханов Г.В. О задачах социалистов в борьбе с голодом в России // Приложение к дневнику № 4. СПб., 1906. С.40. Перепечатано без изменений с I-го Женевского издания 1892 года.

<sup>3</sup> Федосеев Н.Е. Статьи и письма. М.: ГИХЛ, 1958. С.90,91.

<sup>4</sup> Плеханов Г.В. Всероссийское разорение // Соч.Т.3. [1888-1892. На русские темы]. /Под ред. Д. Рязанова. М.-Петроград: Госиздат, 1923. С.356.

<sup>5</sup> Плеханов Г.В. К аграрному вопросу в России. «Дневник социал-демократа» № 5. Март 1906 г. //Соч.Т.14. Вопросы тактики в эпоху первой революции (1905-1908). /Под ред. Д. Рязанова. М.-Л., 1926. С.24.

<sup>6</sup> Из неизданного литературного наследия Н.Е. Федосеева. Электронный ресурс [www/imli.ru/litnasledstvo/Tom7-8/9из%20.pdf (дата обращения - 07.04.2013).

<sup>7</sup> Беляков А.А. Юность вождя //Владимир Ильич Ленин в Самаре: Воспоминания современников. Куйбышев, 1960. С.148-156.

<sup>8</sup> Семенов М.И.(Блан). Самара и подпольные кружки ленинского периода //Владимир Ильич Ленин в Самаре: Воспоминания современников. Куйбышев, 1960. С. 74.

<sup>9</sup> Там же.

<sup>10</sup> Беляков А.А. Юность вождя //Владимир Ильич Ленин в Самаре: Воспоминания современников. Куйбышев, 1960. С.151

<sup>11</sup> Голодко А., Жук Г., Левина З. Научная достоверность и авторский вымысел //Коммунист. № 8. С.125.

<sup>12</sup> Ахапкин Ю.А., Смирнов И.С., Хаит Г.Е. Об ответственности перед темой и перед читателями //Новый мир. 1965.№ 12. С.268.

<sup>13</sup> Хаит Г. Поиски ленинских строк //Правда.1966.20 января. Он же. Самое раннее ленинское //Прометей: Историко-библиографический альманах. Т.3.М., 1967. С.219.

<sup>14</sup> Водовозов В. Мое знакомство с Лениным //На чужой стороне. Т.ХII. Прага, 1925.С.175-180.

<sup>15</sup> Ругберг Г.Н. В.И. Ленин и самарская большевистская организация. Куйбышев, 1964. С.36; Наякшин К.Я. Повышать научный уровень историко-партийных исследований // Вопросы истории КПСС.1980. с..82-84; Волин Я.Р. Борьба В.И. Ленина против оппортунизма за создание и укрепление партии нового типа (1894-1904). Пермь, 1965.С.9-92; Костин А.Ф. Восхождение: Страницы биографии молодого Ленина. 2 изд., доп. М., 1986. С142-143; Грибанова Е.А. Марксистские кружки Самары в 90-х годах XIX в.: Автореферат дис. канд. ист. наук. Л., 1954. С.8; Богданов И.А. В.И. Ленин и марксисты Поволжья в 1888-1893 гг. // В.И. Ленин и революционное Поволжье: Уч. Зап. Сер. История. / Сб. 2. Вып.189.Горький: Горьковский ун-т, 1973. С.3-23; Иванский А. Молодой Ленин: Повесть в документах и мемуарах. М.,1964. С.669-677; Пода Н.В. Критика В.И. Лениным либерально-народнической концепции пореформенного развития России: Дис... канд. ист. наук.Одесса,1970. С.257-258; Койчужев А.Д. История создания и публикации работ В.И. Ленина по аграрному вопросу в России (1893-1903 гг.): Дис...канд. ист. наук. Л., 1976. С.24-25.

<sup>16</sup> Полевой Ю.З. Зарождение марксизма в России. 1883-1894.М., 1959.

<sup>17</sup> Наякшин К.Я. Становление. Владимир Ильич Ульянов-Ленин. Формирование качеств профессионального революционера-марксиста. Куйбышев, 1982. С.153-155.

<sup>18</sup> Решин И.Л. От народничества к марксизму (Из истории революционных кружков России второй половины 80-х-начала 90-х годов XIX века: Дис...канд. ист. наук. М., 1967. С.185.



<sup>19</sup> Центральный государственный архив Самарской области (ЦГАСО). Ф.468 с, оп.1, ед.хр.99.л.12, 17 (об), 32, 51 (об).1892.

<sup>20</sup> ЦГАСО. Ф.468 с, оп.1, ед.хр.99.л.22, 33, 36 (об).1892.

## **TO THE QUESTION OF A POSSIBLE MEETING OF V.I. LENIN AND N.K. MIKHAILOVSKY IN SAMARA IN 1892**

© 2020 Folomeev Sergey Nikolaevich  
Candidate of Historical Sciences, Associate Professor  
Samara State University of Economics  
E-mail: cissime@yandex.ru

**Keywords:** V.I. Lenin, N.K. Mikhailovsky, political struggle, liberal populism, Marxists.

The article gives an analysis of memoirs, archival sources, scientific literature about a possible meeting of V.I. Lenin, who was at that time in Samara, and the leader of the liberal populists N.K. Mikhailovsky about which contradictory information is contained in the scientific literature, the author's point of view is presented.

# ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ И МЕНЕДЖМЕНТ

УДК 336

Код РИНЦ 06.00.00

## ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ФОРМИРОВАНИЯ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ

© 2020 Абашина Елизавета Андреевна  
студент

© 2020 Иванова Наталья Игоревна  
кандидат экономических наук, доцент  
Самарский государственный экономический университет  
E-mail: abaeliz97@yandex.ru, cleotasha@rambler.ru

**Ключевые слова:** логистика, логистические модели, LPI индекс, транспортно-логистические услуги, зарубежный опыт, современные технологии, логистическая сеть.

Статья посвящена анализу национальной и зарубежных логистических моделей. Также была проведена оценка возможности внедрения зарубежного опыта передовых стран в российскую логистическую модель.

Современные преобразования в социальной и экономической жизни стран создают предпосылки к тому, что складывается новая система - общество потребления в глобальном масштабе. Ключевыми элементами этой системы становятся интересы потребителей (покупателей), а удовлетворение потребностей в кратчайшие сроки по оптимальной цене - главной целью торговой деятельности. Такая цель может быть достигнута лишь при наличии логистической инфраструктуры, способной обеспечить производственный процесс эффективным и своевременным распределением ресурсов.

Переход к рыночным отношениям обусловил формирование в России приоритетности потребителя и его интересов, что, тем не менее, не сопровождалось становлением адекватной логистической инфраструктуры, соответствующей мировым стандартам. В развитых странах отдельные производители способны самостоятельно создавать эффективные цепочки поставок и логистические комплексы, что нехарактерно для России. Это считается одной из причин того, почему российский рынок не столь эффективен и модернизирован по сравнению со странами запада. В подобных условиях актуальным видится создание националь-

ной логистической системы, которую требуется органично интегрировать в российскую экономику. Именно это будет способствовать ее сбалансированности и эффективности<sup>1</sup>.

### Мировой рейтинг LPI в 2019 году (в баллах)

Страна	Рейтинг LPI	Значение LPI	Значение индекса					
			Деятельности таможен	Развития инфраструктуры	Организации международных перевозок	Применения правовой базы	Осуществления транспортных	Бесперебойности поста вок
Германия	1	4,13	4,10	4,32	3,74	4,12	4,17	4,37
Нидерланды	2	4,05	3,96	4,23	3,64	4,13	4,07	4,34
Бельгия	3	4,03	3,81	4,12	3,82	4,12	4,13	4,40
Великобритания	4	4,02	3,95	4,20	3,65	4,1	4,07	4,34
Сингапур	5	4,00	4,01	4,28	3,70	3,97	3,90	4,25
Швеция	6	3,96	3,75	4,09	3,76	3,98	3,97	4,26
Норвегия	7	3,96	4,21	4,19	3,42	4,19	3,50	4,36
Люксембург	8	3,95	3,82	3,91	3,82	3,78	3,68	4,72
США	9	3,93	3,74	4,19	3,46	3,98	4,14	4,14
Япония	10	3,91	3,78	4,16	3,52	3,93	3,95	4,24
Ирландия	11	3,87	3,80	3,84	3,44	3,94	4,13	4,13
Канада	12	3,87	3,62	4,06	3,47	3,95	3,98	4,19
Франция	13	3,85	3,65	3,98	3,68	3,75	3,89	4,17
Швейцария	14	3,84	3,92	4,04	3,58	3,75	3,79	4,06
Китай	15	3,83	3,75	3,99	3,59	3,85	3,88	4,09
РФ	90	2,70	2,10	2,59	2,64	2,74	2,85	3,14

Источник: составлено автором на основе Global Rankings 2019 <https://lpi.worldbank.org/international/global>(13.05.2020).

Для формирования и правильного функционирования логистической системы необходимо исследовать передовой опыт зарубежных стран. К таким странам относят лидеров рейтинга Logistic Performance Index (LPI), в мировой экономике именно этот индекс является ключевым показателем, определяющим уровень развития транспортно-логистической инфраструктуры страны. Максимальная оценка LPI - 5 баллов. Логистические модели ЕС лидируют в рейтинге LPI. Первое место занимает Германия со значением индекса 4,13 баллов (см. таблицу1). Наиболее высокие баллы из всех элементов LPI Германии были начислены за своевременность и бесперебойность оказания услуг (4,37 балла), самый высокий балл за аналогичные услуги наблюдается только у Люксембурга (4,72 балла). Таможенными органами и специалистами также была отмечена Швеция, которая в сферах развития информационных технологий отслеживания и логистических услуг. КНР поднялся на 7 позиций за последний год и занимает 15 ме-

сто. Россия занимает 90 место, индекс LPI составляет 2,70 балла. Существенно замедляет развитие российской логистики деятельность таможенных органов (2,10 балла).

Наибольшего внимания на наш взгляд заслуживают логистические модели стран ЕС и Китая, с точки зрения анализа эффективных механизмов формирования национальной логистической модели.

ЕС на данный момент представляет собой интегрированную в мировую экономику и развитую интернациональную группу стран, с интенсивно развивающейся логистической инфраструктурой. Логистическая система развивается в основном благодаря внедрению новых IT технологий в технологические схемы логистики и информационную систему<sup>2</sup>.

Европейские предприниматели, проектировщики и IT специалисты на постоянной основе создают специализированные программы для улучшения качества предоставляемых услуг и минимизации издержек. Например, итальянские специалисты на основе принципа перемещения муравьев в запутанных муравейниках, создали программу менеджмента логистическими потоками, которая позволяет минимизировать издержки за счет выбора менее затратных и оптимальных маршрутов. Европейские производители в сфере товарного обращения нашли существенные ресурсные резервы, которые компенсируют расходы по удовлетворению запросов потребителей в условиях постоянно нарастающей конкуренции. Модернизированные предприятия в дополнение к традиционным операциям, осуществляют тарировку и транспортировку готовой продукции, консолидацию и складскую обработку. Поэтому ЕС ежегодно расширяет ассортимент предоставляемых услуг и товаров за счет улучшения транспортно-логистических услуг. Главным отличием логистической модели ЕС от российской модели является модернизированная система предоставления услуг единичных поставок door-to-door supply chains, воздушные транспортировки, железнодорожные и автомобильные различных видов товаров.

Китай уступает европейской логистической системе по уровню организации и занимает 15 место рейтинга LPI. Совокупная стоимость объемов ТЛУ в 2019 году увеличилась на 25% по сравнению с 2018 годом, при этом непрерывный рост наблюдается на протяжении десятилетия. Зарубежные компании, такие как UPS, TNT, FedEx все больше обращают внимание на логистический рынок Китая и инвестируют в его дальнейшее развитие.

Формирование логистической инфраструктуры Китая на начальном этапе сталкивалось с рядом проблем. Основная из них - ограниченная специализация локальных операторов на отдельных участках ТЛУ, что сдерживало развитие общегосударственной целостной логистической системы и, как следствие, препятствовало межотраслевому сотрудничеству.

Дополнительной проблемой была госполитика в отношении ТЛУ, а именно то, что все ТЛУ находились в собственности государства. Это не позволяло сформироваться конкурентному рынку ТЛУ.

Сейчас, являясь членом ВТО, Китай привлекает иностранные инвестиции и оказывает содействие предприятиям зарубежной собственности (Wholly Foreign-Owned Enterprises). Страна ведет активную совместную работу с иностранными ТНК, целью которой является повышение конкурентоспособности до западного уровня (китайские операторы получают стимул к развитию, поскольку конкуренцию на рынке обостряют сильные западные игроки). Главными инструментами в конкурентной борьбе становятся информационные технологии - цифровизация и автоматизация логистических операций. Логистическая модель Китая отлична от таковой в ЕС и России: развитие ТЛУ финансируют преимущественно частные (негосударственные) компании, при этом государство обеспечивает координацию, согласованность действий частных инвесторов, разработку и соответствие стандартам.

На данный момент страны Западной Европы занимают лидирующие позиции по уровню развития ТЛУ, а также страны азиатского региона, но стоит отметить, что логистические модели этих стран не являются эталонными, так как в них существуют определенные недостатки, каждая из них сформирована под специфику экономики отдельных государств. Логистическая инфраструктура и инвестиционные проекты развиваются по определенным сценариям, опираясь на демографические, политические, географические особенности и уровня развития экономики отдельных регионов.

Рынок ТЛУ в России пока несопоставим с развитыми странами. Отметим положительную динамику: система логистики Почты России переживает модернизацию, значительные объемы средств федерального бюджета вкладываются в дорожное строительство, частные компании и региональные бюджеты инвестируют в развитие логистической инфраструктуры на региональном уровне. Для построения российской логистической модели необходимо осуществить ряд мероприятий с применением зарубежного опыта и передовых технологий, учитывая ландшафт и экономику нашей страны. При грамотном применении опыта передовых стран Россией, есть шанс повысить современные стандарты качества ТЛУ и вывести логистическую модель на новый уровень. Изучение особенностей региональных логистических систем, исследование их плюсов и минусов позволит сформировать научно обоснованный подход к формированию единой общенациональной логистической модели с тем, чтобы способствовать укреплению и росту объемов внешнеэкономического сотрудничества.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Дыбская В.В. Логистика: интеграция и оптимизация логистических бизнес-процессов в целях поставок- Москва: Эксмо, 2018. - 939 с.

<sup>2</sup> Доналд Дж. Бауэрсокс, Дэйвид Дж. Клосс Логистика: интегрированная цепь поставок. - Москва: Олимп-Бизнес, 2017. - 635 с.

<sup>3</sup> Global Rankings 2019-[Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://ipi.worldbank.org/international/global>(13.05.2020)

## FOREIGN EXPERIENCE IN THE FORMATION OF LOGISTICS INFRASTRUCTURE

© 2020 Abashina Elizaveta Andreevna  
Student

© 2020 Ivanova Natalia Igorevna  
Candidate of Economics, Associate Professor  
Samara State University of Economics  
E-mail: abaeliz97@yandex.ru, cleotasha@rambler.ru

**Keywords:** Logistics, logistic models, LPI index, transport and logistic services, foreign experience, modern technologies, logistic network.

The article is devoted to the analysis of national and foreign logistics models. The possibility of applying the foreign experience of advanced countries to the Russian logistics model was also assessed.

УДК 338

Код РИНЦ 06.00.00

## СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

© 2020 Балановская Анна Вячеславовна  
кандидат экономических наук, доцент  
Самарский государственный экономический университет

© 2020 Колсанов Артем Александрович  
магистрант  
Самарский университет государственного управления  
«Международный институт рынка»  
E-mail: balanovslay@mail.ru, aakolsanov@mail.ru

**Ключевые слова:** инновационная деятельность организации, среда функционирования, макроокружение, факторы воздействия, развитие, исследования, реабилитация.

Статья посвящена анализу среды функционирования малого инновационного предприятия, работающего в сфере разработки реабилитационных систем на основе технологий виртуальной реальности. Выделены основные факторы макроокружения, оказывающие наибольшее воздействие, проведен анализ их влияния на деятельность предприятия и на направления его развития в ближайшей перспективе.

Проблема развития инновационной деятельности малых инновационных предприятий, а также проблемы привлечения инвестиций для их развития актуальны для российской экономики<sup>1</sup>. Более того, рынок венчурных денег в России еще недостаточно развит. Возможность развития у данных организаций суще-

ствует как правила в основном за счет собственных источников, которые крайне ограничены. Одной из причин сложившейся ситуации являются высокие риски вложения в объекты такой предпринимательской деятельности. Именно поэтому, проведение стратегического анализа, позволяющего обосновано принимать решения о возможных направлениях развития, исследовать возможные сценарии изменения тех или иных процессов, учитывать влияние факторов внешней среды, является крайне важным направлением деятельности предприятия <sup>2</sup>.

ООО «Новые Технологии» - малое инновационное предприятие, занимающее ведущие позиции на рынке реабилитации в России и мире.

Компания со своими нейрореабилитационными продуктами работает во всех регионах России и планирует выходить на международный рынок. По итогам 2018 года количество медицинских учреждений, где стоят реабилитационные продукты компании, составляет 60 медицинских учреждений.

Одной из ключевых направлений деятельности компании является реализация инновационного проекта по созданию и серийному производству реабилитационных систем на основе технологий виртуальной реальности, тактильной обратной связи, БОС-технологий, Kinect и VCI.

Ключевыми продуктами является аппаратно-программные комплексы ReviVR и Revimotion.

Тренажер ранней реабилитации ReviVR - это аппаратно-программный комплекс для восстановления двигательной активности после инсульта, черепно-мозговых травм, атаксии и болезни Паркинсона. Система создана на основе технологий виртуальной реальности и биологической обратной связи. ReviVR совмещает визуальное, слуховое и тактильное воздействие на восприятие пациента с нарушением двигательной функции, имитируя процесс ходьбы. Система создана на основе технологий виртуальной реальности и биологической обратной связи. ReviVR совмещает визуальное, слуховое и тактильное воздействие на восприятие пациента с нарушением двигательной функции, имитируя процесс ходьбы. Происходит «запуск» шагательного рефлекса путем формирования тактильных ощущений от ходьбы на стопах пациента. Происходит адаптация пациента к вертикальному положению благодаря погружению в виртуальную реальность. Обеспечивается дополнительная мотивация пациента за счет визуализации процесса ходьбы от первого лица. Происходит восстановление нейронных связей, активация пластичности нервной системы и быстрое возвращение способности двигаться (подтверждено тестом баланса Берга и шкалой Фугл-Майера).

Игровой тренажер ReviMotion - это аппаратно-программный комплекс, предназначенный для реабилитации детей с разного рода нарушениями двигательной активности, в том числе для детей с ДЦП.

ReviMotion создан для пациентов с нарушениями двигательной функции верхних и нижних конечностей. В основе создания программной части - упражнения лечебной физкультуры. Система может применяться в реабилитационных центрах и дома, обеспечивая непрерывность процесса реабилитации.

Проект предполагает реализацию взаимодействия с рынком B2G и B2B. Целевой сегмент пользователей это государственные/частные медицинские учре-

ждения с реабилитационными, неврологическими, сосудистыми, травматологическими отделениями.

Основными причинами патологии опорно-двигательного аппарата являются инсульт и травматизм. Ежегодно случаев инсульта в России происходит до 500 тысяч, черепно-мозговых травм до 600 тысяч случаев, в мире такая отметка возрастает до 9 миллионов случаев. Потери экономики РФ от случаев инсульта ежегодно составляют 63 млрд. руб. прямых и 304 млрд. руб. непрямых расходов на пациентов и недееспособных инвалидов. В мире такая цифра начинается от 6.5 млрд. долл. до 12.5 млрд. долл. ежегодно. Заболеваемость с каждым годом увеличивается, инвалидность и нетрудоспособное население увеличивается. Таким образом, экономические потери мировой экономики с каждым годом возрастают. Так же ежегодно растёт количество детей с заболеваниями нервной системы. Сейчас в РФ насчитывается около 87 000 больных ДЦП.

Проекты предполагает реализацию взаимодействия с рынком B2G и B2B. Целевой сегмент покупателей это государственные/частные медицинские учреждения с реабилитационными, неврологическими, сосудистыми, травматологическими отделениями. Суммарное количество таких учреждений на территории Российской Федерации составляет около 1500 шт. В мире такая цифра достигает цифры в 15 000 учреждений данного типа. Также рассматривается работа с рынком B2C посредством аренды предполагаемого комплекса на дом.

В лице заказчиков уже выступали медицинские учреждения, реабилитационные центры и санатории Самарской Области и нескольких регионов европейской и азиатской части России. Прорабатывается стратегия выхода на международный рынок.

Для оценки возможностей и угроз для ООО «Новые Технологии» необходимо проанализировать внешнюю составляющую окружающей среды компании. Внешнее окружение компании необходимо изучать для того, чтобы проанализировать компоненты, с которыми она взаимодействует. Рассмотрим факторы макроокружения ООО «Новые Технологии» в PEST-анализе (см. таблицу).

Часть вышеуказанных факторов имеет косвенное влияние на рассматриваемый объект исследования, но при определении стратегии развития, принятии управленческих решений необходимо учитывать внешнее окружение компании, ее внешнюю среду, в которой она ведет свою деятельность и быть гибкой относительно нее.

Каждая группа факторов оказывает равномерное влияние на осуществление деятельности и затрагивает разные ее аспекты. Политические факторы при проведении PEST-анализа затрагивают правовой аспект в ведении деятельности.

Влияние политических факторов. Повышение пенсионного возраста государством расширяет группу риска развития различных заболеваний у работников, так как с старением возрастает и без того очень высокий риск получения различных неврологических и ОНМК-заболеваний. Это ведет к сокращению трудоспособного населения и увеличению количества случаев инвалидов, от чего увеличиваются прямые и непрямые расходы государства. Данное изменение внешней среды может повлиять на востребованность в эффективном реабилита



## Факторы PEST-анализ ООО «Новые Технологии»

<p><b>Политические факторы</b>  повышение пенсионного возраста расширяет группу риска развития различных заболеваний у работников;  усложнение законодательства в отношении регистрации медицинских изделий;  государственное регулирование отрасли;  государственное регулирование конкуренции, упор на импортозамещение;  возможное сокращение расходов на здравоохранение.</p>	<p><b>Экономические факторы</b>  нестабильная динамика курсов валют влияет на стоимость поставок и на изменение цены продуктов всех игроков на рынке;  рост цен на рынке информационных ресурсов и сырья;  изменение спроса на предлагаемые услуги и продукты;  налоговые льготы для малых инновационных предприятий и IT-компаний;  доля расходов государства и различных организаций на поддержку инноваций;  рост рынка медицинской реабилитации.</p>
<p><b>Социальные факторы</b>  при росте средней продолжительности жизни увеличивается группа риска пациентов с острым нарушением мозгового кровообращения (ОНМК);  негативное изменение стиля и уровня жизни увеличивает риск различных заболеваний;  меняется отношение к труду и отдыху, стресс увеличивает риск различных заболеваний;  демографические изменения, «омоложение» группы риска ОМНК.</p>	<p><b>Технологические факторы</b>  рост скорости внедрения инноваций;  доля технического устаревшего оборудования;  появление новых видов услуг;  появление конкурента на рынке;  доступ к новейшим технологиям.</p>

ционном оборудовании. Одновременно с этим, в связи со сложной политической ситуацией в мире и санкциями, государство сейчас активно лоббирует и поддерживает различные отечественные проекты и технологии, давая преимущество в конкуренции и делая упор на импортозамещение. Но при лоббировании государством компания сталкивается с другим набором политических факторов в виде усложнения процедуры получения регистрационных удостоверений для медицинских изделий и повышением требований к медицинским продуктам, собирающимся выходить на рынок РФ. Эти факторы периодически замедляют вывод продукта на рынок и могут нивелировать эффект инновационности технологии. При этом игроки на рынке сталкиваются с проблемой меняющихся приоритетов государства и меняющимся финансированием государством здравоохранения и, вследствие, неравномерного финансирования государственных медицинских учреждений и ОМС. Но в данный момент известно, что уже в ближайшие годы государство планирует увеличить расходы на здравоохранение, в том числе и на медицинскую реабилитацию, а также социальную поддержку инвалидов.

Экономические и демографические же факторы оказывают влияние, как на операционную, так и на финансовую деятельность, на ее финансовые издержки. Например, волатильность курса валют и рост цен на поставки и сырье влияют на

конечную стоимость продуктов компании, повышая ее. Но эти факторы одновременно влияют на всех игроков рынка, особенно на иностранных, усложняя им выход на рынок реабилитации РФ. Малому инновационному предприятию порой довольно трудно проводить масштабные медицинские исследования и требуется либо инвесторская, донорская или государственная поддержка. Тут и вмешивается фактор увеличения доли поддержки инноваций государством и частными организациями. Насыщенность и выход игроков на рынок показывает, что конкуренты поощряют новые разработки своих исследователей. Но государство и различные инвесторы дают возможность своей поддержкой ООО «Новые Технологии» не отстать от своих конкурентов и развивать свои технологии. Налоговые льготы для малого бизнеса, малых инновационных предприятий, компаний из IT-сферы позволяют компании оптимизировать свое налоговое обложение и направить больше ресурсов на развитие. В соответствии с аналитическими данными за последние несколько лет, известно, что объем рынка медицинской техники в 2018-2019 годах составил 260 млрд. рублей. В том числе, 24 300 млрд. рублей составила доля оборота медицинской техники для реабилитации.

Аналитические эксперты прогнозируют увеличение объема рынка медицинской техники и увеличение доли медицинской техники для реабилитации в 2020-2021 годах. Рост рынка реабилитации и спроса на реабилитационные услуги позволяет компании рассчитывать на успех в продвижении на рынок. Эти доводы подкрепляются социальными факторами. Остройшей проблемой сейчас является рост количества случаев инсульта, черепно-мозговых травм, неврологических заболеваний. Все эти случаи ведут к инвалидизации населения и потери рабочих человеко-часов государством. Одновременно с этой информацией мы видим, что растет средняя продолжительность жизни, которая расширяет группу риска. У новых поколений негативно меняется отношение к здоровому образу жизни, к отдыху, увеличивается время работы и стресс. Все это ведет к омоложению группы риска и к росту заболеваемости. В связи с этими факторами, высокоэффективные продукты компании уже пользуются большим спросом на рынке и этот спрос только увеличивается. Сохранять сильные позиции на рынке может помочь талантливая молодежь из сферы медицины и технологической отрасли, количество которой на рынке растет. Но компании необходимо искать талантливую молодежь для реализации разных направлений своих проектов и вкладывать больше денег в развитие. Это выдвинет компанию на еще больший уровень развития.

Из приведенной матрицы можно сделать вывод, что большое влияние на ООО «Новые Технологии» оказывает технологический фактор. Действительно, ведь компания оказывает именно технологические услуги - создает инновации, для чего нужно увеличивать расходы и расширять функционал. Требуется доступ к новым технологиям для проведения новых клинических исследований и расширения функционала продуктов компаний. Если компания не будет расширять функционал своих аппаратно-программных комплексов, то вырастет риск отставания от конкурентов и потери своих позиций в поставке новых прорывных технологий.

Рынок медицинской реабилитации насыщен и постоянно проводятся новые клинические исследования различными группами исследователей, которые являются либо инициативными специалистами, либо работают по заказу своей организации. Эти исследования приводят к появлению новых или укреплению старых игроков на рынке и технологий, что ведет к появлению новых услуг, являющимися конкурентными по отношению к услугам на основе технологии компании. По-настоящему прорывных технологий часто не появляется, но это не значит, что даже традиционные игроки не могут усовершенствовать свои технологии и переиграть продукты компании. Происходит рост скорости внедрения инноваций, в которых заинтересованы, как и государство, и сама отрасль, так и конкуренты на рынке.

Любой проект от возникновения идеи до полного своего завершения проходит через определенные ряд последовательных ступеней своего развития<sup>3</sup>. В быстроменяющейся внешней среде основная задача, которая стоит перед разработчиком, ускорить сроки выходы на рынок новых изделий. Таким образом, компании требуется все больше уделять внимания новым исследованиям и технологиям, что требует особых финансовых вливаний. Учитывая, что рынок сделок в РФ есть, как и грантовая поддержка, то можно утверждать, что государство и инвесторы готовы поддержать начинания и исследования компании.

---

<sup>1</sup> Аширов В.К., Волкодаева А.В., Выборнова Л.А. Разработка и принятие управленческих решений. - Издательство Самарского института управления, Самара, 2015.

<sup>2</sup> Анисимова О.Ю., Балановская А.В. Роль иностранных инвестиций в развитии Самарской области // Проблемы совершенствования организации производства и управления промышленными предприятиями: Межвузовский сборник научных трудов. 2016. № 1. С. 59-63.

<sup>3</sup> Хотяшева Инновационный менеджмент: Учебное пособие. 2-е изд. - СПб.: Питер, 2017.

## STRATEGIC ANALYSIS OF INNOVATIVE ACTIVITY OF THE ORGANIZATION

© 2020 Balanovskaya Anna Vyacheslavovna  
Candidate of Economics, Associate Professor  
Samara State University of Economics  
© 2020 Kolsanov Artem Aleksandrovich  
Student

Samara university of public administration «International institute of the market»  
E-mail: balanovslay@mail.ru, aakolsanov@mail.ru

**Keywords:** innovative activity of the enterprise, functioning environment, macroenvironment, influencing factors, development, researches, rehabilitation.

Article is devoted to the analysis of the environment of functioning of the small innovative enterprise working in the sphere of development of rehabilitation systems on the basis of tech-

nologies of virtual reality. The major factors of a macroenvironment making the greatest impact are allocated, the analysis of their influence on activity of the enterprise and on the directions of its development in the short term is carried out.

УДК 331.1

Код РИНЦ 06.00.00

## ОСОБЕННОСТИ ВНУТРИФИРМЕННОГО ОБУЧЕНИЯ ПЕРСОНАЛА В УСЛОВИЯХ САМОИЗОЛЯЦИИ И УДАЛЕННОЙ РАБОТЫ

© 2020 Богомолов Александр Евгеньевич  
студент

© 2020 Илюхина Лариса Алексеевна  
кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет  
E-mail: Bogomolov17331@yandex.ru, Laresa@inbox.ru

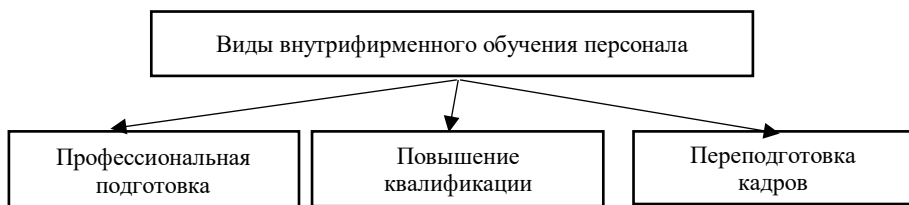
**Ключевые слова:** внутрифирменное обучение персонала, самоизоляция, удаленная работа, цифровой контент, мобильное обучение, микрообучение, дистанционный формат развития персонала.

Статья посвящена анализу внутрифирменного обучения персонала в условиях самоизоляции и удаленной работы. В статье представлены различные виды внутрифирменного обучения, преимущества и недостатки обучения персонала внутри компании. Представлены примеры наиболее распространенных методов обучения персонала в условиях самоизоляции, дана их краткая характеристика.

Любая компания нуждается в таком процессе, как обучение персонала. Необходимость в данном процессе может возникнуть по различным причинам: будь то найм новых сотрудников, перераспределение должностей между работниками или повышение работников в должности. Подобные ситуации в жизни любой компании происходят довольно часто, поэтому без обучения, не обойтись. Кроме того, в современных условиях из-за возникшей проблемы в виде пандемии в следствии коронавирусной инфекции, усложнилась работа практически всех организаций, это коснулось и процесса обучения персонала. Рассмотрим особенности организации внутрифирменного обучения в условиях самоизоляции и удаленной работы.

Обычно программа внутрифирменного обучения персонала подбирается индивидуально для конкретной организации и даже для конкретных работников. Обучение ориентировано на развитие персонала, а также на его подготовку к изменениям в организации.

Различают три вида внутрифирменного обучения: профессиональная подготовка, повышение квалификации, переподготовка кадров.<sup>1</sup>



*Рис. Виды внутрифирменного обучения персонала*

Разберем подробнее каждый из данных методов.

Первый - это профессиональная подготовка. Она представляет собой планомерное обучение и подготовку квалифицированных кадров. Данный вид обучения характерен для всех областей человеческой деятельности, которые владеют различными специальными умениями, знаниями, навыками, а также компетенциями. Данный вид внутрифирменного обучения в основном характерен для освоение новой профессии.

Второй вид внутрифирменного обучения - это повышение квалификации. Он представляет собой усовершенствование уже имеющихся у работников знаний, умений и компетенций. Это наиболее распространенный метод обучения, поскольку постоянно растут требования к знаниям в рамках любой профессии. Также данный вид обучения может использовать в тех случаях, когда сотрудник готов и утвержден к повышению в должности, и все, что ему необходимо - это получить недостающие знания по новой профессии.

Последний вид внутрифирменного обучения - это переподготовка кадров. Данный процесс представляет собой обучение сотрудников с целью получения новых знаний, умений, навыков в связи с необходимостью освоения новой профессии или из-за изменившихся требований к содержанию труда прежней профессии. Данный вид внутрифирменного обучения может быть полезен в том числе, когда происходят какие-либо организационные изменения в компании.

Мы разобрали, для каких целей и в каких формах в основном используется внутрифирменное обучение. Это не все, но основные цели применения внутрикорпоративного обучения. Для того, чтобы понимать специфику данного обучения и целесообразность его развития в компании, особенно в условиях самоизоляции и удаленной работы, рассмотрим достоинства и недостатки внутрифирменного обучения, представленные в таблице<sup>2</sup>.

Внутрифирменное обучение имеет множество достоинств, а также и недостатков. Именно из-за режима самоизоляции, который сильно усложнил процесс проведения обучения, многие преимущества внутрифирменного обучения превратились в недостатки.

После разбора плюсов и минусов внутрифирменного обучения стоит рассмотреть вопрос видов внутрифирменного обучения. Перейдем к более подробному разбору различных видов обучения. Их существует огромное количество, подходящих под разные организации и различные задачи. Однако мы рассмотрим лишь

те, которые различные компании активно используют в условиях самоизоляции, дистанционной работы и дистанционного обучения.<sup>3</sup>

### **Достоинства и недостатки внутрифирменного обучения персонала с учетом удаленной работы**

<b>Достоинства внутрифирменного обучения персонала</b>	<b>Недостатки внутрифирменного обучения персонала</b>
1. Полное соответствие требованиям организации. Так как организация разрабатывает систему обучения конкретно под существующую в компании должность, все обучение будет максимально направлено на то, чтобы кандидат подходил по всем критериям на данную должность.	1. Необходимость подготовки обучающего материала, особенно в условиях дистанционной работы. Мало того, что разработка материала для обучения - это процесс долгий и кропотливый, нуждающийся в тщательном анализе, но также его необходимо постоянно обновлять, поскольку происходит постоянное развитие организации, и старые методы и формы обучения могут не подойти к новым задачам.
2. Использование для обучения того же программного обеспечения, которое будет применяться и во время самого трудового процесса после обучения. Таким образом, обучение будет максимально приближено к реальной ситуации на будущей работе.	2. Отсутствие обмена опытом с сотрудниками не только других организаций, но даже с сотрудниками своей же организации в условиях самоизоляции. Получение информации от других работников организации является важным аспектом в обучении, поскольку есть возможность научиться тому, чего не будет на обучении. К сожалению, при дистанционном обучении данный аспект отсутствует.
3. Отсутствие психологического дискомфорта работников. На внутрифирменном обучении сотрудники практически все знают друг друга, поскольку работают в одной организации. Обучаться с незнакомыми людьми всегда сложнее, чем с теми, с кем уже знаком.	3. Дополнительная нагрузка на руководителей и специалистов, которые будут участвовать в процессе обучения. Это может привести к ухудшению работы отдельных сотрудников в рамках своей должности, поскольку возможна дополнительная нагрузка. К тому же, в настоящий момент процесс участия в обучении работников усложнился, поскольку дистанционное обучение - это нестандартный формат для многих сотрудников, и он требует времени на его освоение.
4. Экономическая выгода. Поскольку внутрифирменное обучение проходит непосредственно внутри фирмы, то и затраты на его проведение значительно меньше, чем были бы при внешнем обучении. Нет нужды в помощи со стороны наставников, и, следовательно, нет необходимости платить за эту помощь.	4. Отвлечение от обучения из-за текущих дел. Поскольку внутрифирменное обучение проходит в основном без отрыва от производства, то невозможно уделить все время обучению. Всегда будут возникать ситуации, когда придется отвлекаться от обучения для выполнения основных обязанностей.

Достоинства внутрифирменного обучения персонала	Недостатки внутрифирменного обучения персонала
5. Важное преимущество внутрифирменного обучения в условиях самоизоляции - это безопасность работников, что сейчас является приоритетом для любой организации.	5. Отсутствие возможности использовать во время обучения то же программное обеспечение и оборудование, что и на рабочем месте. Поскольку сотрудники работают из дома, то они не могут использовать обучающее оборудование, технические средства и симуляторы, которые используются в обучающих классах самой организации.
6. Возможность совмещения сотрудниками обучения, своей работы, а также бытовой жизни, поскольку в режиме самоизоляции они работают и обучаются у себя дома, что существенно экономит время работников.	6. Следующий недостаток является преимуществом внутрифирменного обучения, однако в условиях дистанционного обучения он теряет свою актуальность. Это сплоченность коллектива. Командой обучение сотрудников может сблизить их, «зарядить» командным духом, а также мотивировать работников на высокие результаты в работе, поскольку работать в сплоченном коллективе всегда гораздо приятнее и легче.

- Мобильное обучение. Суть данного метода обучения заключается в том, что процесс обучения проходит с помощью мобильных телефонов сотрудников. В современном мире люди привыкли к смартфонам и проводят с ними очень много времени. К тому же, в условиях самоизоляции, данный метод обучения становится еще более актуальным, поскольку обучение можно проходить, не выходя из дома.

- Переход на цифровой контент. Помимо того, что цифровизация значительно экономит средства на обучение, она еще упрощает процесс обучения для работника. Информация на цифровых носителях гораздо проще в использовании, её легче структурировать. Из-за пандемии коронавируса большинство компаний перешло на дистанционную работу. В таком режиме практически невозможно обеспечивать сотрудников бумажными носителями информации, к тому же это еще и небезопасно. А цифровой контент в наше время доступен и прост в использовании. Его использование в современном мире не только упрощает и ускоряет работу, но еще и сводит риски заражения сотрудников к нулю.

- Дистанционные видео конференции. Данный метод обучения очень хорошо подходит для использования в нынешней ситуации самоизоляции. Нет необходимости выходить из дома, информацию можно получать в любой точке мира, где есть возможность выхода в интернет. Обычно видео конференции проводятся в таких программах, как Zoom, Skype и Microsoft Teams.

- Микрообучение. Данный способ обучения немного связан с предыдущим, но заключается в том, что обучение проходит маленькими «порциями». Примерно по 10-20 минут. Данное время считается оптимальным для проведения такого вида обучения, потому что именно столько в среднем человек может быть полностью сконцентрирован на информации, не теряя интерес к этому. Микрообучение также позволяет доводить начатое дело до конца, потому что многие компании предлагают многочасовое обучение, от которого обучающиеся устают и быстро теряют интерес. Намного проще, когда процесс обучения разбит на несколько блоков, на каждый из которого дается время на отдых и усвоение информации.

- Использование технологий дополненной и виртуальной реальности. Данный способ усовершенствовать процесс обучения еще не набрал должную популярность в использовании, однако это не делает его плохим. К сожалению, на данный момент из-за своей дороговизны он еще не очень популярен. Однако использование современных технологий в обучении позволяет добиться более высокой степени вовлеченности сотрудников в процесс обучения. Данный метод обучения может позволить создать иллюзию того, что обучающиеся находятся рядом, с помощью шлемов виртуальной реальности, хотя в этот момент они могут находиться у себя дома, не нарушая режим самоизоляции. Главным недостатком данного метода обучения является дороговизна в использовании.

В заключении хотелось бы подметить, что не существует идеального и универсального метода обучения для каждой организации. Выбор конкретного метода всегда зависит от различных особенностей организации, её целей и задач развития. К сожалению, в условиях самоизоляции и дистанционной работы, выбор метода обучения значительно сужается, потому что не каждый метод внутрифирменного обучения возможен при таком режиме работы. Поэтому к вопросу выбора метода обучения необходимо подходить с тщательным анализом и прогнозированием получения необходимых знаний и навыков. Только в таком случае выбранный метод обучения принесет желаемые результаты и отдачу.

---

<sup>1</sup> Кязимов К.Г. Управление персоналом: профессиональное обучение и развитие // Учебник для СПО. 2020. - С 74-76.

<sup>2</sup> Консультирование в управлении человеческими ресурсами: учеб, пособие / под ред. Н.И. Шаталовой. М.: ИНФРА-М, 2016. - 221 с.

<sup>3</sup> Смирнова Е.В. Управление развитием самообучающейся организации на предприятиях легкой промышленности: дис. ... канд. экон. наук. Кострома, 2015.- 121 с.

<sup>4</sup> Опыт профессиональной подготовки персонала. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://fan-5.ru/entry/work-406595.php>.

<sup>5</sup> Пономарева О.С. Инновации как механизм повышения антикризисной устойчивости предприятия // В книге: АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ НАУКИ, ТЕХНИКИ И ОБРАЗОВАНИЯ. Тезисы докладов 76-й международной научно-технической конференции. 2018. - С. 240.



## PECULIARITIES OF INTERNAL REFERENCE STAFF TRAINING UNDER CONDITIONS OF SELF-INSULATION AND REMOTE WORK

© 2020 Bogomolov Alexander Evgenievich  
Student

© 2020 Ilyukhina Larisa Alekseevna  
PhD in Economics, Associate Professor  
Samara State University of Economics  
E-mail: Bogomolov17331@yandex.ru, Laresa@inbox.ru

**Keywords:** in-house training of personnel, self-isolation, remote work, digital content, mobile training, micro-education, remote format for personnel development.

The article is devoted to the analysis of in-house training of personnel in conditions of self-isolation and remote work. The article presents various types of in-house training, the advantages and disadvantages of staff training within the company. Examples of the most common methods of personnel training in conditions of self-isolation are presented, their brief description is given.

УДК 338

Код РИНЦ 06.00.00

## ФОРМИРОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОЙ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ

© 2020 Булавко Ольга Александровна  
доктор экономических наук, доцент

© 2020 Туктарова Лилия Равильевна  
кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет  
E-mail: vikigor163@mail.ru

**Ключевые слова:** формирование эффективной стратегии, развитие предприятия, экономический рост, виды стратегии, экспортная стратегия.

Статья посвящена исследованию подходов эффективной стратегии в целях поиска возможности перехода российских промышленных предприятий к стадии роста и перспективного развития. Специфика формирования стратегии объективно выводит на передний план совершенствование эффективности развития отраслей реального сектора экономики. В данной статье рассмотрены подходы, виды и перспективы разработки эффективной стратегии, экспортной стратегии в современных условиях хозяйствования.

Формирование эффективной стратегии связано со значительными трудностями, которые обосновываются особенностями реализации продукции на рынках.

Формирование и реализация этапов стратегического планирования и развития необходима как предприятиям товарного рынка, так и предприятиям реального сектора экономики.

В настоящее время заметен процесс трансформации в деятельности предприятий промышленного комплекса, а именно структурный поворот от производства (и экспорта) топливно-энергетических ресурсов к развитию высокотехнологичных и инновационных обрабатывающих отраслей.<sup>1</sup>

Таким образом, особо актуальным становится вопрос планирования деятельности компании, в процессе которого должны учитываться различные внешние и внутренние факторы, влияющие на эффективность ее деятельности.

Чаще всего современные стратегии предприятий формируются на основе системного подхода, даже при условии, что сделки по реализации продукции носить разовый характер.

Необходимость такого детального внимания к стратегии обосновывается тем, что в глобальной экономической среде существуют достаточно объемные рынки, и отказ от формирования стратегии приводит к фактической их потере. Также важно отметить, что стратегия представляет собой часть общего стратегического планирования в организации.

Анализируя исследования различных авторов по вопросам формирования и реализации стратегии, можно говорить о том, что чаще всего вопросы, которые раскрываются в ней, связаны с общими вопросами стратегического планирования.<sup>2</sup>

Из этого следует, что роль стратегии в деятельности организации может быть определена как анализ и выбор наиболее приоритетных для организации направлений деятельности на рынках.

Наиболее важным здесь является то, что при формировании стратегии особое значение приобретает тот объем ресурсов, которые находятся в распоряжении экономического субъекта, поэтому без должного их анализа любая стратегия будет нереализуема.

Разработка и обоснование стратегии связана с анализом других стратегий, формируемых в компании.

Так, например, частью стратегии является стратегия внутреннего и внешнего маркетинга, необходимость которой связана с созданием эффективного имиджа организации на рынках и использованием различных, характерных для конкретных рынков товаров и систем маркетинговых коммуникаций.

Исследуя практику деятельности отечественных предприятий, можно говорить о том, что чаще всего в основе стратегий лежат различные инструменты маркетинга, используемые на внешних и внутренних рынках. Выбор того или иного инструмента продвижения зависит от характеристик конкретного внешнего рынка, стадии жизненного цикла товаров, отраслевой специфики предприятия и других немаловажных факторов.

Проводя дальнейший анализ можно выделить следующие виды стратегий:

- инновационная стратегия, связанная с выходом на уже знакомый для компании рынок, но с новым товаром;
- стратегия диверсифицированного, которая принимается при включении в производственную программу предприятия новых видов продукции, которые напрямую не связаны с основной деятельностью;
- стратегия интернационализации реализуется, если целью выхода компании на внешний рынок является не только увеличение совокупного объема реализации компании, но и формирование собственных производственных мощностей в других странах;
- стратегия сегментации - основывается на выборе сегмента рынка, характеризующегося наличием скрытых возможностей для максимального насыщения продукцией, производимой предприятием;
- стратегия кооперации - представляет собой тесное сотрудничество с иностранными партнерами путем создания совместных предприятий, общей торговой марки, что позволяет использовать преимущества, связанные со знанием иностранным партнером особенностей рынка и возможностью использования производственных площадей и трудовых ресурсов партнера.

При реализации данной стратегии у компании будет постоянный рост объемов реализации при условии ненасыщенности рынка.

Нельзя не отметить недостатки данной стратегии, среди которых: большой объем затрат, необходимость формирования значительных запасов, которая возникает из-за быстрых темпов роста объемов реализации продукции; неопределенность динамики спроса на рынке из-за возможных изменений потребительских предпочтений.

Следующим этапом исследования является алгоритм, направленный на решение задачи масштаба экспансии.

Идея этого метода состоит в том, чтобы предприятия имели как можно больше возможности выхода на зарубежный рынок.

Надежность этого метода зависит от стабильности признаков, используемых для нормальной жизнедеятельности предприятий и возможности реализации экспортной стратегии.

В настоящее время выделяются компании, которые выбирают крупномасштабную деятельность на зарубежных рынках.

В случае реализации этой стратегии компании необходимо обеспечить наиболее качественное планирование ресурсного обеспечения деятельности, поскольку проникновение на рынок будет достаточно длительным.

При отсутствии значительного объема ресурсов компания может осуществить выход на внешний рынок через укрепление бренда, а также через проведение различных маркетинговых исследований, отражающих особенности ведения бизнеса в той или иной стране.

Для стратегии позднего проникновения характерно использование наработок конкурентов в области выхода на зарубежный рынок.

Данный тип стратегии характеризуется низким объемом запасов, необходимых для проникновения на рынок, не такими высокими затратами на маркетинг и т.д.

От выбора того или иного вида стратегии зависят направление и успех деятельности компании на внешнем и внутреннем рынке, а также объем необходимых ресурсов для ее реализации.

Разработка и реализация стратегий позволяют повысить эффективность деятельности организации в глобальной экономической среде.

Исследуя процесс формирования стратегии в современных организациях, можно отметить, что он тесно связан с общими процессами стратегического планирования.

Ключевым показателем, который применяется при формировании стратегии, является сбалансированность объемов сбыта продукции на внешнем и внутреннем рынке.

Наиболее важной частью разработки экспортной стратегии является определение приоритетов, направленных на четкое разделение ресурсов.

В связи с этим особое значение приобретает анализ производственного потенциала предприятия, определяющего совокупный объем производства продукции.

Таким образом, можно говорить о том, что перед началом разработки экспортной стратегии проводится анализ возможного объема производства продукции и прогнозирование на основе него возможных объемов реализации на внешнем рынке.

Показатели финансового состояния предприятия являются определяющими для формирования системы мер по его оздоровлению, направленному на вывод из кризисной ситуации.

Существуют две ключевые проблемы, которые могут появиться у компании в процессе ее функционирования: платежеспособность и доходность.

Таким образом, в современных условиях конкуренции необходимо, чтобы стратегия предприятия формировалась с учетом перспектив развития его деятельности.

Оптимизация ассортимента в современных условиях рынка становится объектом стратегического управления фирмой.

Затем она рассматривается с точки зрения усовершенствования процессов производства и сбыта товаров, обеспечения их прибыльности как наиболее важных элементов управления и эффективного использования текущих возможностей фирмы.

Соответствие ассортимента стратегическим целям бизнеса является главной задачей товарной стратегии предприятия.

Основным диагностическим этапом планирования товарной стратегии является анализ внешней и внутренней среды товарной стратегии, прежде всего,

предполагает принятие решений относительно определения сферы деятельности фирмы.

Для оценки работоспособности предприятий в части реализации стратегии необходимо провести SWOT-анализ с целью выявления сильных и слабых сторон, рассмотрения угроз и возможностей.

Для более детального исследования предприятиям нужно рассчитать прогнозные значения и проанализировать показатели деятельности предприятия на перспективу.

Данные аспекты исследования в части разработки стратегии должны способствовать повышению деловой активности, уровню конкурентоспособности, улучшению экономических показателей.

Ожидается, что современный глобальный экономический рост должен быть направлен на стимулирование инноваций, создание платформы для инвестиционного роста и эффективного развития промышленных предприятий<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Булавко О. А. Заступов А. В. Механизмы стимулирования инвестиционно-инновационного развития предприятий промышленного комплекса // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2016. № 8 (142). С. 42-47.

<sup>2</sup> Экономическая стратегия фирмы : учеб. пособие / под ред. А. П. Градова. - 3-е изд., испр. - СПб. : Спец-Лист, 2020. - 589 с.

<sup>3</sup> Стрельцов А.В., Яковлев Г.И., Булавко О.А. Совершенствование методов анализа вовлеченности промышленных предприятий и предпринимательских структур в мировые воспроизводственные цепочки. Вестник Самарского муниципального института управления. - 2019. - № 1. - С. 32-46.

## FORMING AN EFFECTIVE STRATEGY FOR THE DEVELOPMENT OF ENTERPRISES

© 2020 Bulavko Olga Alexandrovna  
Doctor of Economics, Associate Professor

© 2020 Tuktarova Liliya Ravilievna  
PhD in Economics, Associate Professor  
Samara State University of Economics

E-mail: vikigor163@mail.ru

**Keywords:** formation of an effective strategy, enterprise development, economic growth, types of strategies, export strategy.

The article is devoted to the study of effective strategy approaches in order to find the possibility of the transition of Russian industrial enterprises to the stage of growth and future development. The specifics of strategy formation objectively brings to the forefront the improvement of the development efficiency of the sectors of the real sector of the economy. This article discusses the approaches, types and prospects of developing an effective strategy, export strategy in modern business conditions.

## ПРИМЕНЕНИЕ RFID В ЛОГИСТИКЕ

© 2020 Ванина Мария Андреевна\*  
студент

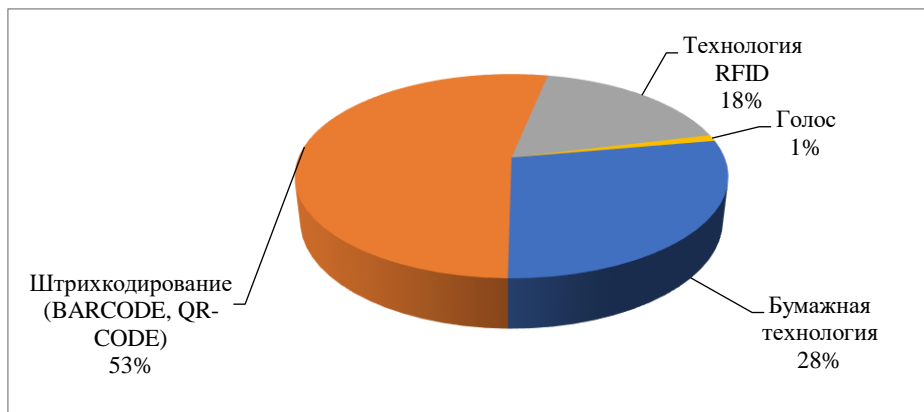
Самарский государственный экономический университет  
E-mail: vaninama@bk.ru

**Ключевые слова:** логистика, информационная логистика, RFID, штрих-кодирование, идентификация объектов.

В статье описано применение технологии RFID в логистике, проведено сравнение характеристик технологий RFID и штрих-кодирования, приведены условия целесообразности внедрения RFID в логистическую практику.

Внедрение инноваций, эффективное управление ресурсами, организация виртуального обслуживания в настоящее время невозможны без наличия развитой ИТ-инфраструктуры<sup>1</sup>.

Каждая организация, вне зависимости от вида деятельности, решает вопросы идентификации товарно-материальных ценностей, основных средств, офисных и складских документов. На российском рынке в настоящее время сложилось следующее соотношение использования различных технологии идентификации объектов<sup>2</sup> (см. рисунок).



*Рис. Использование различных технологии идентификации объектов на российском рынке*

\* Научный руководитель - Юдакова Ольга Васильевна, кандидат экономических наук, доцент.

Удельный вес технологий с применением радиочастотной идентификации (Radio Frequency IDentificati) не так велик - 18%.

RFID-метка - это миниатюрное запоминающее устройство, состоящее из антенны и микрочипа. Для считывания информации с метки используется ридер, вместе с которым они образуют особый метод автоматической идентификации объектов<sup>3</sup>.

RFID применяются в логистике, розничной торговле, в системах учета персонала. Данная технология основана на привязке к объекту его цифровых атрибутов, чем сходна со штрих-кодированием, но превосходит его в эксплуатации и по криптографической защите.

В таблице 1 проведено сравнение характеристик технологий RFID и штрих-кодирования<sup>4</sup>.

#### Сравнительный анализ технологий RFID и штрих-кодирования

Характеристики	Штрих-код	RFID
Цена	низкая	средняя и высокая
Габариты	малые	средние и малые
Уровень защиты от подделки	легко подделать	подделка практически невозможна
Дальность регистрации	до 4 м	до 100 м
Продолжительность срока использования метки	зависит от материала и способа печати	10 лет и более
Идентификация движущихся объектов	затруднена	да
Возможности считывания	чтение без прямой видимости невозможно	чтение даже скрытых меток
Возможность многократного использования метки	нет	да
Возможность одновременной идентификации нескольких объектов	невозможно	до 200 меток в секунду
Возможность использования стационарных и ручных терминалов	да	да
Устойчивость к влаге, температурному, механическому, химическому воздействию	зависит от материала	повышенная прочность и сопротивляемость
Подверженность помехам в виде электромагнитных полей	нет	есть
Возможность идентификации металлических объектов	да	да
Возможность введения в тело человека или животного	нет	да

Технология RFID - относительно новая для российских компаний, при этом используется многими международными компаниями достаточно давно. Так, Inditex начал вводить RFID в 2007 году<sup>5</sup>.

Компания с помощью своих инженеров и экспертов по логистике нашла решение повторного использования микросхем, которое минимизировало затраты и гарантировало, что устройства слежения не будут следовать за клиентами.

RFID-чипы применяют такие ритейлеры, как французская Oxyane Groupe (владелец сети спортивных товаров Decathlon), Marks & Spencer, Wal-Mart, Gerry Weber International AG.

Логистика является одним из наиболее перспективных направлений использования RFID, именно в ней эта технология была использована впервые - в системах автоматизации контроля транспортировки и складирования товаров.

В логистике использование данной технологии позволяет ускорить погрузку и разгрузку, приемку товаров, контролировать перемещение товарных остатков. RFID по сравнению в полуавтоматическим и ручным сбором данных позволяет обеспечить наилучшую прослеживаемость, а, следовательно, приводит к наибольшему сокращению издержек.

С помощью RFID-систем можно автоматически собирать огромное количество информации о перемещении объектов. Бизнес-процессы компании становятся более прозрачными, время на получение информации о движении объектов значительно сокращается, информация становится более достоверной.

Если сравнить прием поддона с двадцатью пятью промаркированными коробками (вскрытие поддона, считывание каждой метки, сравнение с заказом, упаковка), то при использовании штрих-кодирования время приема составляет примерно 17 минут, а при использовании RFID-меток - 30 секунд. Таким образом, время на проведение инвентаризации можно сократить в десятки раз<sup>6</sup>.

Основные условия целесообразности внедрения RFID:

- маркировка должна охватывать 100% объектов учёта. В противном случае нахождение и идентификация немаркированных объектов в группе с маркированными сводит на нет выигрш от использования технологии RFID.

- использование в как можно более длинной цепочке, желательно от производства до розничного продавца, что позволяет использовать все преимущества технологии.

- маркировка (в т.ч. сама метка) должна быть существенно дешевле продукции. В частности, этого можно добиться, маркируя возвратную тару или групповую упаковку, в таком случае стоимость маркировки распределяется на весь срок службы тары или на стоимость товаров в упаковке.

Кроме технических особенностей применения технологии RFID, существует объективная проблема при оценке эффективности её применения. Это связано с тем, что, не имея сейчас точного средства измерения текущей эффективности процессов, российские компании не могут оценить возможный эффект внедрения RFID в полной мере.

---

<sup>1</sup> Агафонова А.Н., Яхневая И.В. Развитие ИТ-инфраструктуры рынка как условие обеспечения эффективного взаимодействия субъектов бизнеса // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2019. № 11 (181). С. 42-48



<sup>2</sup> Российский информационный портал [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://rfidnews40.ru/>

<sup>3</sup> Путилина М.В. RFID-технологии в продвижении //Журнал Проблемы современной экономики (Новосибирск). - 2014. - <https://cyberleninka.ru/article/n/rfid-tehnologii-v-prodvizhenii>

<sup>4</sup> Проекты и продукты на основе RFID-технологий [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.ids.by/>

<sup>5</sup> Lariviere Marty. Implementing RFID at Zara [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://operationsroom.wordpress.com/2014/09/18/implementing-rfid-at-zara/amp/>

<sup>6</sup> Карпова А. Эффективность, преимущества и сложности внедрения RFID [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://idexpert.ru/reviews/mirovoy-opyt-ispolzovaniya-rfid-v-logistike/>

## RFID APPLICATION IN LOGISTICS

© 2020 Vanina Maria Andreevna  
Student  
Samara State University of Economics  
E-mail: [vaninama@bk.ru](mailto:vaninama@bk.ru)

**Keywords:** logistics, information logistics, RFID, bar coding, object identification.

The article describes the application of RFID technology in logistics, compares the characteristics of RFID technology and bar coding, provides conditions for the appropriateness of introducing RFID into logistics practice.

УДК 338

Код РИНЦ 06.00.00

## ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ АКЦИЙ РОССИЙСКИХ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫХ КОМПАНИЙ

© 2020 Вишневер Вадим Яковлевич  
кандидат экономических наук, доцент  
Самарский государственный экономический университет  
E-mail: [ab3535@mail.ru](mailto:ab3535@mail.ru)

**Ключевые слова:** рынок телекоммуникационных компаний, инвестиционная привлекательность акций, конкурентная стратегия, конкурентные преимущества, МегаФон, МТС, Ростелеком.

В статье осуществлен анализ российского рынка телекоммуникационных компаний в современных условиях, выявлены особенности их инвестиционной привлекательности.

Рынок ценных бумаг телекоммуникационных компаний представляет в себе процессы купли-продажи и выпуск самих ценных бумаг.

Участники рынка - это либо сами общества, которые выпускают ценные бумаги, либо инвесторы, которые вкладывают свои денежные средства, либо посредники, у которых роль продвижения ценностей от эмитента до инвестора.

Но, бывают такие случаи, когда физическое лицо или юридическое может быть в одно и то же время и инвестором, и посредником, и эмитентом. При этом целью у всех будет - увеличение капитала.

Рынок ценных бумаг телекоммуникационных компаний разделяется на первичный, в котором происходит первоначальное размещение акций всех инвесторов, и вторичный, в котором акции могут перепродаваться без ограничений.

Особенностями первичного рынка являются:

1. Инвестор должен владеть более полной достоверной информацией, которая в свою очередь позволит ему принять правильный выбор ценных бумаг, для того чтобы в дальнейшем инвестировать в них свои денежные средства.

2. Он делится на публичный и частный.

Особенности вторичного рынка:

1. Ценные бумаги в основном служат не для извлечения из них выгод от дивидендов, а для получения прибыли от их перепродажи.

2. Показатель развития рынка ценных бумаг формируется за счет развития вторичного рынка.

3. Он делится на биржевой и внебиржевой.

4. Уровень вторичного рынка зависит от первичного.

Рынок ценных бумаг телекоммуникационных компаний находится на уровне развития и стремится к стабилизации.

Телекоммуникационные компания представляют следующие виды услуг:

1. Услуги местной, международной, междугородной телефонии;

2. Спутниковой связи;

3. Мобильной связи;

4. Документальной связи с передачей информации;

5. Прочие услуги.

Особенности российского рынка ценных бумаг телекоммуникационных компаний состоят в следующем:

1. Происходит быстрый рост сегмента мобильных телекоммуникаций;

2. Набирает обороты стремительный темп развития Интернета;

3. Увеличивается конкуренция;

4. Бизнесы во многом зависят от информации и развития рынка ценных бумаг телекоммуникационных компаний.

Объектом рынка телекоммуникационных компаний являются их акции, так как они представляют под собой долевые ценные бумаги, которые действуют без конкретного срока погашения, вследствие чего права по акциям остаются за держателем на весь срок существования акционерного общества.

Рынок ценных бумаг телекоммуникационных компаний вместе с прибылью имеет возможность нести и риски.

Для того, чтобы уметь управлять рисками необходимо соблюдать величину маржи, также проверять трейдинговую деятельность

Инвестиционная привлекательность имеет серьезную роль в экономике, а в частности для развития и стабильности хозяйствующих субъектов.<sup>1</sup>

Инвестиционная привлекательность означает насколько заинтересованы инвесторы вкладывать свои денежные средства в какую-либо телекоммуникационную компанию.

Акции являются самыми доступными ценными бумагами, и они привлекательны тем, что держатели акций не несут ответственности по обязательствам организации.

Привлекательность основывается исходя из рыночной оценки деятельности компании; личного предпочтения и ограниченности инвестиции инвесторов; рыночной конъюнктуры.

Следует оценивать инвестиционная привлекательность акций российских телекоммуникационных компаний основываясь на анализе финансово-экономических показателей деятельности компании.<sup>2</sup>

Инвесторы должны учитывать стандартные признаки акции: доходность, надежность, ликвидность.

Доходность компании даёт возможность оценивать количество прибыли, которое можно получить инвестору после приобретения ценной бумаги. Прибыль формируется через изменение курса акций или через получения дивидендов. Надежность акции тесно связана с надежностью деятельности компании. Ликвидность акции означает возможность продать или купить ценные бумаги в любой момент времени.

На рынке ценных бумаг телекоммуникационных компаний инвесторы акцентируют свое внимание на рост абонентской базы, рост выручки, и на показатель прибыли.

На рынках необходимо осуществлять комплексную оценку операционных параметров.

Для достижения доверия инвесторов необходимо вести комплексный контроль изменений всех параметров.

Акции формируют уставный капитал компании и тем самым являются возможностью для ведения бизнеса.

Целями анализа инвестиционной привлекательности различных компаний являются:

1. Оценка достигнутого уровня инвестиционной привлекательности.
2. Определение целесообразности вкладывания ресурсов.
3. Определение сильных и слабых сторон инвестиционного портфеля компании,

4. Формирование качественной аналитической информации для принятия управленческих решений.

Предмет анализа инвестиционной привлекательности телекоммуникационных компаний - производственные-хозяйственные операции, итоговые финансовые результаты.

Объект анализа инвестиционной привлекательности - телекоммуникационная компания.

Задачи анализа инвестиционной привлекательности:

1. Выявить и проанализировать факторы, влияющие на состояние инвестиционной привлекательности компании.

2. Оценить риски и последствия инвестиционных вложений.

3. Выявить перспективы роста показателей инвестиционной привлекательности и резерв.

4. Разработать комплекс управленческих решений, которые эффективно повлияют на увеличение уровень инвестиционной привлекательности,

5. Разработать методику оценки качественных признаков инвестиционной привлекательности.

В современных условиях применяются три подхода к оценке инвестиционной привлекательности телекоммуникационных компаний:<sup>3</sup>

1. Бухгалтерский подход, который заключается в оценке внутренних факторов и показателей финансового состояния компании.

2. Рыночный подход, при котором оцениваются внешние факторы.

3. Комбинированный подход, при котором оцениваются и внутренние и внешние факторы.

В России на телекоммуникационном рынке доминируют четыре компании. «Мегафон» - крупнейшая компания, предоставляющая услуги мобильной связи, деятельность которой осуществляется во всех регионах России, Таджикистане, Южной Осетии и Абхазии. На 2019 год компания имела 75,9 млн абонентов.

Акции этой компании на Московской бирже представлены с 2011 года.

Данная компания интересна, как и для розничных и корпоративных клиентов, государственных организаций так и телекоммуникационных операторов. Выручка складывается исходя из платежей потребителей этих услуг.

Конкуренты компании «Мегафон» - МТС, Ростелеком, ВымпелКом.<sup>4</sup>

Компания «МТС» - ведущий телекоммуникационный оператор в России и СНГ. «МТС» на 2019 год компания имела 78,1 млн абонентов.

Начиная с 2000 года акции МТС котируются на Нью-йоркской фондовой бирже и на Московской бирже с 2003 года. «МТС» популярна благодаря высоким дивидендам, которые получают держатели ее акций.

В собственности компании «МТС» находится мощная оптоволоконная магистраль, которая была построена для перепродажи сетевого трафика региональным провайдером.<sup>5</sup>

«Ростелеком» - это российская телекоммуникационная компания, которая предоставляет услуги:

1. местной и дальней телефонной связи;
2. передачи потребителям телевизионного сигнала;
3. широкополосного доступа в интернет.

«Ростелеком» устойчиво находится на первом месте в России на рынке платного телевидения (более 10 млн потребителей) и широкополосного доступа в интернет (более 13 млн пользователей). Качественное осуществление услуг связи непрерывно возрастает, что и служит главной причиной притока новых потребителей. Корпорация повышает свою операционную эффективность и производительность труда, в то же время оптимизируя численность сотрудников. В итоге большинство профессиональных участников рынка ценных бумаг утверждают, что акции компании имеют хороший потенциал к росту.

---

<sup>1</sup> Авдюшина М.А., Явэнь М. Инвестиционная привлекательность акций российских компаний. //Актуальные проблемы корпоративного менеджмента на современном этапе. Хабаровск, 2018. С. 3-7.

<sup>2</sup> Пономарева Е.А. Современные тенденции оценки телекоммуникационных компаний. //Российский экономический интернет журнал. 2019, №2. С. 66.

<sup>3</sup> Красовская А.Н. Оценка инвестиционной привлекательности акций на примере компаний отрасли телекоммуникационного сектора. //Современные технологии: актуальные вопросы, достижения и инновации. Пенза, 2018. С. 43-47.

<sup>4</sup> Вишневер В.Я. Конкурентоспособность телекоммуникационных компаний в современных условиях // Наука XXI века: актуальные направления развития: сб. науч. ст. VIII Междунар. науч.-практ. конф., 5 февр. 2019 г. [редкол.: Г.Р. Хасаев, С.И. Ашмарина (отв. ред.) и др.] - Самара: Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2019. -Вып. 1. Ч. 1. - С.185-190

<sup>5</sup> Потапов Р.А. Тенденции развития телекоммуникационной отрасли и компании «МТС». //Отраслевые задачи в эпоху цифровизации. Перспективы реализации и риски. М., 2020. С. 581-586.

## INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF SHARES OF RUSSIAN TELECOMMUNICATIONS COMPANIES

© 2020 Vishnever Vadim Yakovlevich  
Candidate of Economics, Associate Professor  
Samara State University of Economics  
E-mail: ab3535@mail.ru

**Keywords:** telecommunications companies' market, investment attractiveness of shares, competitive strategy, competitive advantages, «MegaFon», MTS, Rostelecom companies.

The article analyzes the Russian market of telecommunications companies in modern conditions, reveals the features of their investment attractiveness.

## СТРАТЕГИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

© 2020 Волкодаева Арина Валерьевна  
кандидат экономических наук, доцент

Самарский филиал Московского городского педагогического университета

© 2020 Балановская Анна Вячеславовна  
кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

© 2020 Колсанов Артем Александрович  
магистрант

Самарский университет государственного управления  
«Международный институт рынка»

E-mail: arina-21@mail.ru, balanovslay@mail.ru, aakolsanov@mail.ru

**Ключевые слова:** стратегия, развитие, направления, инновационная деятельность предприятия, среда функционирования, факторы воздействия, анализ, реабилитация, конкурентные преимущества.

Статья посвящена выработке направлений стратегического развития малого инновационного предприятия, работающего в сфере разработки реабилитационных систем на основе технологий виртуальной реальности. В результате проведенного анализа и выявленных возможностей предложены варианты развития основных инновационных сфер деятельности организации, позволяющие добиться преимуществ в конкурентной борьбе в долгосрочной перспективе.

Современные организации вынуждены функционировать в быстроменяющемся и крайне агрессивной внешней среде. С одной стороны, такое влияние можно оценить как негативной, с другой стороны, перед организациями открываются возможности, которые были бы им недоступны в случае стабильного внешнего рынка, характеризующегося большим количеством конкурентов. Для сохранения устойчивого развития руководство должно иметь четкую стратегию развития организации, которая в процессе реализации может претерпеть ряд корректировок<sup>1</sup>. Стратегия ликвидирует разрыв между «где мы находимся» и «где мы хотим быть».

Любые стратегические меры, предпринимаемые фирмой, носят рискованный инновационный характер, потому что они, так или иначе, основаны на нововведениях в его экономическом, производственном или сбытовом потенциалах. Стратегия развития фирмы предусматривает обеспечение использования научно - технических достижений в области организации, техники и технологии, т.е. комплекса инноваций.

Стратегические инновационные цели формируются в виде декларации о намерениях, на основе которой определяются предпринимательская концепция, страте-

гии, реализующие эту концепцию, а так разрабатывается система оперативного плана, обеспечивающих реализацию стратегий.

Средствами достижения целей, т.е. стратегиями, в этих случаях служат как интенсивное развитие всех элементов производственно-хозяйственной системы предприятия, так и их инновационное развитие<sup>2</sup>. Первые обеспечивают постепенное нарастание потенциала и его сохранение, вторые дают возможность резко повысить его уровень, преодолеть накапливающийся технологический разрыв, приобрести новое качество потенциала.

Необходимо отметить, что сущность современного этапа развития как национальной экономике в целом, так и отдельных предприятий отражает такая категория, как «инновационное развитие», которая достаточно широко в последние годы освещалась в отечественной и зарубежной литературе<sup>3</sup>.

Появляется достаточно большое количество инновационных организаций, одной из которых является ООО «Новые Технологии». Это малое предприятие, занимающее ведущие позиции на рынке реабилитации в России и мире.

Компания надежно и эффективно оказывает высокотехнологические услуги, направленные на проведение научно-исследовательских, опытно-конструкторских работ и разработку IT-проектов. ООО «Новые Технологии» оказывает услуги по инжинирингу, проектированию, проведению опытов и исследований, составлению бизнес-планов и построению бизнес-модели проекта. За 3 года работы на российском рынке компания прошла серьезный путь от небольшого стартапа до одного из крупнейших поставщиков инноваций в России. Наблюдается большая кооперация между специалистами компании, Технопарка и научной базой СамГМУ.

Компания может оказывать подрядческие услуги, но основной целью ставит развитие своих технологических продуктов.

За период своей работы компания организовала коллектив единомышленников, увлечённых единой стратегией развития предприятия, и способные решать острые и неординарные задачи и быть в авангарде современных тенденций развития медицинской и социальной реабилитации, технологий в области медицины.

ООО «Новые Технологии» работает по следующим направлениям:

1. Научно-исследовательские работы.
2. Опытно-конструкторские работы.
3. IT-разработка.
4. Консалтинговые услуги по маркетингу и продажам.

За время деятельности компании накоплен бесценный опыт оказания услуг разного рода. Опыт команды компании в реализации 15 проектах совершенно разных направлений позволяет брать компании на себя смелость реализовывать проекты разного масштаба. Ключевой деятельностью компании является создание и коммерциализация реабилитационных аппаратно-программных комплексов.

Главным преимуществом компании является сотрудничество с одним из ведущих исследовательских центров страны - СамГМУ и сотрудничество с крупной технологической базой Самарской области, Технопарком СамГМУ. Это позволяет ставить высокий уровень реализации проектов, постоянно иметь крупные заказы и иметь технологическое преимущество в лице партнеров.

СамГМУ является мощной научно-образовательной средой, где развитие инноваций считается приоритетным направлением работы вуза. Для достижения качественных результатов в этой сфере деятельности с 2013 года в университете действует собственный производственный Технопарк.

Деятельность Технопарка СамГМУ направлена на создание прототипов различной аппаратуры и систем, производство опытных образцов, разработку технологий и мелкосерийное производство.

Конкурентами по продукции является израильская корпорация Tutor, производитель продуктов для реабилитации «Lokomat», российские компании Орторент и БекаРУС.

На данный момент это главные из конкурентов по продукции на рынке. Они являются конкурентом по техническому оснащению больниц системами реабилитации благодаря своей финансовой мощи и бренду. Это создает компании непростую конкуренцию, но в данный момент главные преимущества в виде цены продукта, технической новизны и импортозамещения на стороне малого инновационного предприятия Новые Технологии.

ООО «Новые Технологии» занимает сильные позиции среди представленных компаний домашнего региона и ближайших. В среднем в год заключается около 10 новых контрактов, а также компания выигрывает около 10 тендеров в год и становится соисполнителем во многих инновационных проектах такого крупного заказчика как СамГМУ и его молодых ученых.

Компания выполняет многие работы сама, в некоторых случаях переключая работы на соисполнителя. Также, для медицинских изделий покупает материалы для изготовления как у российских, так и у иностранных компаний. IT-услуги проводит сама, периодически привлекая фрилансеров для наращивания темпов разработки.

ООО «Новые Технологии» является крупным российским поставщиком новых технологий в сфере реабилитации.

Компания выстраивает в России свою собственную сеть поставок через различных региональных дистрибьютеров, организовывая стабильный канал продаж.

База покупателей компании с каждым годом увеличивается и на 2020 год составляет более 50 медучреждений. Как бы ни была идеальна компания, всегда существуют и слабые стороны, и весомые угрозы. Проанализируем внешнюю и внутреннюю среду компании, чтобы определить сильные и слабые стороны, а также благоприятные возможности и вероятные угрозы (см. таблицу).

Для стратегического управления организации особенно важны ее сильные стороны, поскольку они представляют собой краеугольные камни стратегии и на них должно опираться достижение конкурентных преимуществ. При всем при этом, эффективная стратегия не может зародиться без вмешательства в слабые стороны.

Рассматриваемый субъект является зарекомендовавшей себя компанией среди медицинских специалистов на рынке реабилитационных услуг, поэтому среди факторов внешней и внутренней среды, слабые стороны отражены в большей степени.

Ключевыми проблемными зонами компании являются слабые стороны из SWOT-анализа. Для охвата всего российского рынка потребуется производить гораздо больше аппаратно-программных комплексов. Учитывая, что российский



рынок реабилитации в основном состоит из B2G-сегмента, то проявляется слабая сторона малого инновационного предприятия. Компания может попасть в большую дебиторскую задолженность из-за отсрочки платежа государственными учреждениями. Эту проблему мог бы решить большой частный рынок как в США или Европе, но в России он слишком мал и является небольшим кусочком в выручке компании. Помимо охвата российского рынка требуется срочно выводить свои продукты на иностранные рынки пока новизна технологий и эффективность продукта является его уникальным торговым предложением. Сильные стороны компании являются хорошими сдерживающими факторами слабых сторон, но если не найти новых финансовых ресурсов, то нынешних ресурсов может не хватить для масштабирования компании и для защиты ее интересов.

### Матрица SWOT-анализа ООО «Новые Технологии»

<p><b>Возможности</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Рост заболеваемости и количества слу-чаев, требующих реабилитационных услуг;</li> <li>2. Государственная поддержка реабилита-ции;</li> <li>3. Увеличение трат государством на ОМС и компаниями на ДМС;</li> <li>4. Рост рынка поддержки оборудования и постпродажного обслуживания;</li> <li>5. Заинтересованность лидерами мнений международного рынка реабилитации в поддержке высокоэффективных аппара-тно-программные комплексы (АПК) компании.</li> </ol>	<p><b>Угрозы</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Большое количество конкурентов на международном рынке;</li> <li>2. Появление на рынке новых продуктов с использованием аналогичных техноло-гий;</li> <li>3. Изменения в законодательстве в части хранения и обработки персональных дан-ных;</li> <li>4. Патентные тролли;</li> <li>5. Неудовлетворения спроса на продук-цию из-за малого производства.</li> </ol>
<p><b>Сильные стороны</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Доказанная высокая эффективность АПК;</li> <li>2. Значительная клиентская база за не-большой срок существования компании;</li> <li>3. Малая доля брака, высокое качество продукта;</li> <li>4. Частое внедрение новых версий и тех-нологий;</li> <li>5. Зарекомендованный имидж компании;</li> <li>6. Команда является главным фактором развития компании;</li> <li>7. Ведение новых испытаний;</li> <li>8. Запатентованные продукты.</li> </ol>	<p><b>Слабые стороны</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Малый объем охваченного рынка;</li> <li>2. Не проработан выход на международ-ный рынок;</li> <li>3. Долгая регистрация новых версий про-дукта;</li> <li>4. Дорогостоящие клинические исследо-вания;</li> <li>5. Малый объем B2B-сектора реабилита-ции в РФ.</li> </ol>

Сфера нейрореабилитации очень активно развивается в 21 веке, поэтому конкурентные разработки с уникальными технологиями могут уже в ближайшем времени выйти в свет и составить серьезные проблемы компании. Чтобы оста-ваться конкурентоспособной на рынке, компании требуется проводить новые ис-

следования и внедрения, патентование и регистрацию медицинского комплекса, которые в медицинской сфере традиционно имеют высокую стоимость. Все эти факторы наводят на главную проблему любого стартапа обладающего прорывной технологией. Тяжело масштабировать свою историю без ресурсов и возникает огромный риск потери конкурентного преимущества на рынке. ООО «Новые Технологии» набрала хорошую скорость охвата рынка и закрепления экспертности компании. У компании отличный научный, финансовый и маркетинговый потенциал благодаря сильным сторонам и возможностям. Но компании требуется проводить новые исследования, патентования, регистрацию изделий в РФ и на международном рынке, масштабировать производства для охвата рынка и удовлетворения спроса на рынке. В связи с этим требуется срочное привлечение дополнительного финансирования, которое позволит закрыть все слабые стороны и нивелировать будущие угрозы.

---

<sup>1</sup> Балановская А.В., Романенко М.А. Стратегический подход к повышению конкурентоспособности организации // Экономика в теории и на практике: актуальные вопросы и современные аспекты. Сборник статей II Международной научно-практической конференции. 2019. С. 160-163.

<sup>2</sup> Аширов В.К., Волкодаева А.В., Выборнова Л.А. Разработка и принятие управленческих решений. - Издательство Самарского института управления, Самара, 2015.

<sup>3</sup> Балановская А.В., Романенко М.А. Выбор стратегии повышения конкурентоспособности организации на рынке услуг // Наука и инновации - современные концепции. Сборник научных статей по итогам работы Международного научного форума. 2019. С. 23-31.

## STRATEGIC DIRECTIONS OF DEVELOPMENT OF INNOVATIVE ACTIVITY OF THE ORGANIZATION

© 2020 Volkodayeva Arina Valeryevna  
Candidate of Economics, Associate Professor  
Samara Branch of the Moscow City Pedagogical University

© 2020 Balanovskaya Anna Vyacheslavovna  
Candidate of Economics, Associate Professor  
Samara State University of Economics

© 2020 Kolsanov Artem Aleksandrovich  
Undergraduate  
Samara University of Public Administration

«International Institute of the Market»

E-mail: arina-21@mail.ru, balanovslay@mail.ru, aakolsanov@mail.ru

**Keywords:** strategy, development, directions, innovative activity of the enterprise, operating environment, impact factors, analysis, rehabilitation, competitive advantages.

The article is devoted to the development of directions for the strategic development of a small innovative enterprise working in the field of rehabilitation systems development based on

virtual reality technologies. On the basis of the analysis and identified opportunities, options for the development of the main innovative areas of the organization's activities are proposed, which allow achieving competitive advantages in the long term.

УДК 336

Код РИНЦ 06.00.00

## СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ГАРАНТИИ

© 2020 Горгодзе Татьяна Евгеньевна

кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: gorgodze\_t@mail.ru

**Ключевые слова:** социальные гарантии, экономические гарантии, гарантия, право, социально-правовое государство, безработица, выплаты, льготы, налог.

В статье изучаются теоретические подходы к определению понятия социально-экономических гарантий, рассмотрены основы российского законодательства, регулирующие и обеспечивающие соблюдение прав и свобод граждан. Уделено внимание социальным и экономическим гарантиям, рассмотрены меры поддержки, осуществляемые Правительством РФ в период распространения коронавирусной инфекции и в условиях сложной финансово-экономической обстановки.

Гарантии прав человека - это необходимый и важный элемент правового статуса личности. В условиях современной нестабильности и финансово-экономического кризиса социально-экономические права и гарантии личности приобретают все большую значимость.

В Конституции РФ и других нормативно-правовых актах предусмотрены как правовые, так и иные средства защиты экономических прав и свобод человека, которые должны рассматриваться как основа социально-экономических гарантий жизни современного общества.

Следует заметить, что именно социально-экономическая сфера жизнедеятельности общества является наиболее сложной и противоречивой во взаимоотношениях человека, и государства, а поэтому многие механизмы упорядочения жизни общества действуют «по умолчанию», что несет в себе скрытый разрушительный потенциал дестабилизации отношений.

Именно поэтому вопрос о наличии действенного механизма социально-экономических гарантий является основой прав человека и гражданина, что в настоящее время приобретает особую остроту. В связи с этим назрел вопрос о необходимости формирования и реализации социально-экономической политики исходя из современных политических, социальных, юридических, культурно-нравственных и иных позиций. Одновременно следует помнить, что речь должна

идти, прежде всего, об обеспечении социальных и экономических гарантиях прав всех членов нашего общества<sup>1</sup>.

Поскольку при создании системы социально-экономических гарантий прав личности обеспечивается защита всех субъектов от возможного произвола, либо преступного посягательства, то данная система защиты должна обеспечиваться на уровнях защиты интересов человека, общества и государства.

В Конституции РФ и других нормативно-правовых актах предусмотрены как правовые, так и иные средства защиты экономических прав и свобод человека, которые должны рассматриваться как основа социально-экономических гарантий жизни современного общества.

Следует заметить, что именно социально-экономическая сфера жизнедеятельности общества является наиболее сложной и противоречивой во взаимоотношениях человека, и государства, а поэтому многие механизмы упорядочения жизни общества действуют «по умолчанию», что несет в себе скрытый разрушительных потенциал дестабилизации отношений.

Именно поэтому вопрос о наличии действенного механизма социально-экономических гарантий является основой прав человека и гражданина, что в настоящее время приобретает особую остроту. В связи с этим назрел вопрос о необходимости формирования и реализации социально-экономической политики исходя из современных политических, социальных, юридических, культурно-нравственных и иных позиций. Одновременно следует помнить, что речь должна идти, прежде всего, об обеспечении социальных и экономических гарантиях прав всех членов нашего общества.

Поскольку при создании системы социально-экономических гарантий прав личности обеспечивается защита всех субъектов от возможного произвола, либо преступного посягательства, то данная система защиты должна обеспечиваться на уровнях защиты интересов человека, общества и государства.

В ст. 2 Конституции Российской Федерации предусматривается не только признание, но и соблюдение, защита прав и свобод человека и гражданина в качестве неотъемлемой обязанности государства перед гражданами. Б.С. Эбзеев отмечает следующее: «...правовое государство не в праве, а обязано в своем законодательстве предусматривать и реально гарантировать гражданами соблюдение этих прав»<sup>4</sup>.

Сущность конституционных гарантий заключается в обязательном исполнении государством обязанностей в области реализации прав граждан. Само слово «гарантия» произошло от французского языка, от слова «garantie», что означает «обеспечение». Под гарантиями юристами и экономистами, а также исследователями в других областях, в частности, и Мордовец А.С. понимает систему социально-экономических, политических, нравственных, юридических и иных условий и способов, которые способны формировать и создавать равные условия для жизни всех граждан вне зависимости от пола, возраста, национальной принадлежности и т.д.

Авакян С.А. под социально-экономическими гарантиями понимает материальные, вещественные, духовные и правовые условия, создающие реальные

возможности для исполнения обязанностей человека и гражданина и обеспечивающие их охрану от незаконных ограничений и посягательств<sup>9</sup>. Таким образом, под конституционными социально-экономическими гарантиями понимаются все способы и методы, условия и средства, благодаря которым обеспечиваются права человека, закрепленные в Конституции Российской Федерации и выступающих в качестве обязанности государства и органов. Уваров А.А. считает, что значение конституционных гарантий прав и свобод личности состоит в том, что в первую очередь, они становятся важным элементом социальной, политической, экономической жизни и при принятии различного рода решений по вопросам государственной жизни.

Глухарева Л.И. определяет конституционные права человека как условия и средства, благодаря использованию которых возможно целенаправленное воздействие на среду и поведение людей для обеспечения прав<sup>6</sup>.

Изучая классификацию прав, можно выделить объективные, экономические, политические, социальные, юридические и идеологические гарантии. Под экономическими гарантиями подразумевается обеспечение таких условий участия субъектов в экономике, при котором оно возможно в полноценном объеме. В первую очередь, к экономическим правам и гарантиям относится многообразие форм собственности, единство экономического пространства и условий для осуществления предпринимательской деятельности, свобода экономической деятельности. Одной из гарантий соблюдения экономических прав личности является экономическое и материальное поощрение организаций, существование и функционирование которых вносит большой вклад в развитие экономики государства и повышение экономического рейтинга страны, репутации ее на международном рынке в конкретной отрасли.

Так, в 2020 г. Россия столкнулась с проблемой возникшей пандемии из-за распространения коронавирусной инфекции, и государством был предпринят ряд мер для сохранения экономической стабильности и поддержки предприятий: был введен ряд льгот. В конце весны 2020 г. Правительством РФ было принято несколько постановлений, целью которых являлась поддержка малого и среднего бизнеса в период сложной экономической ситуации:

- были приостановлены выездные проверки и взыскание задолженностей;
- были приняты меры по обеспечению отсрочки платежей по уплате страховых взносов на период до полугодя;
- были перенесены сроки сдачи отчетности<sup>7</sup>.

Для индивидуальных предпринимателей в качестве поддержки были приостановлены выездные проверки сроком до 31 мая 2020 года, что означает, что в период распространения инфекции и посткарантинный период не будут выноситься решения о проведении выездных налоговых проверок, будут приостановлены проверки расчета и уплаты налогов по сделкам между взаимозависимым лицам, не проводятся и не будут проводиться проверки соблюдения валютного законодательства, не будут составляться акты и решения налоговых органов в рамках выездных и повторных проверок, будет приостановлен срок рассмотрения возражений на акты налоговых проверок и т.д. Также в качестве мер под-

держки Правительство РФ разрешило индивидуальным предпринимателям временно отсрочить следующие платежи:

- было принято решение о переносе сроков сдачи налоговых деклараций по налогу на добавленную стоимость и расчетов по страховым взносам до 15 мая 2020 г.

- было принято решение о переносе сроков сдачи всех видов отчетности сроком на 3 месяца<sup>7</sup>.

Для юридических лиц и коммерческих организаций были предоставлены следующие экономические гарантии и льготы:

- оплата налогов на прибыль, УСН, ЕСХН перенесены на 6 месяцев;

- авансовые платежи по налогам так же были смещены на 6 месяцев;

- налог по патентной системе налогообложения, срок уплаты которого приходится на 4-й квартал 2020 г. был так же перемещен на 4 месяца;

- НДСЛ так же разрешили уплатить позже, вплоть до 15 июля 2020 г.

Отсрочка платежей (или рассрочка) была предоставлена физическим и юридическим лицам, в случаях, если деятельность конкретного предприятия соответствует перечню видов деятельности ОКВЭД, на которых распространилось данное обеспечение и поддержка или в случае, если доходы организации снизились более, чем на 10% по сравнению с предыдущим годом. Среди самых пострадавших отраслей из-за распространения коронавирусной инфекции числятся следующие: отрасль авиаперевозок и аэропортовая деятельность, автоперевозки, культурные предприятия и компании досуга и развлечений, туристский бизнес, отрасль общественного питания и компании, предоставляющие услуги населению. Одним из наиболее оцененных предложений стало внедрение моратория на 6 месяцев на подачу заявления кредиторов о банкротстве компании. Так же было принято решение об установке уникальной кредитной ставке в 8,5%<sup>7</sup>.

Поднятие уровня социально - экономической жизни населения, создание условий для благоприятного развития и чувства достойной степени защищенности, зависит и от общества, и от конкретного индивида в целом. Так как нормативно правовое закрепление прав, это только первоначальный этап в достижении материально благополучия, государство закрепляет нормы и предоставляет пути их реализации, на человека же, находящегося в этом государстве и обществе, возлагается основная обязанность по достижению благополучия. Он в праве, использовать свои способности, права, заниматься предпринимательской деятельностью, и использовать иные возможности, не противоречащие законам данного государства.

Активное участие государства в обеспечении социально- экономических правах имеет свое плюсы, в том, что необходимо соблюдать социальную справедливость, и социальное равенство. Особенно это прослеживается в рыночных отношениях трудящихся, так как если рассматривать пример некоторых стран, там рыночные отношения отделены от государства, таким образом это способствует неравенству населения и прежде всего нарушает принципы социального государства.

Социальная политика государства позволяет предупредить и разрешить многие социальные проблемы, такие как безработица, низкий уровень защиты уязвимых слоев населения, увеличение демографического роста. Реализация социальной функции в Российском государстве также осуществляется через социальные программы.

В России на сегодняшний день реализуются социальные программы по следующим направлениям:

- программы доходов и цен;
- программы занятости населения;
- программы охраны здоровья и развитие здравоохранения;
- программы социальной защиты и поддержки незащищенных слоев населения;
- программы поддержки многодетных семей, родители, воспитывающих детей в одиночку;
- программы развития образования и культуры.

В 2020 г. россияне столкнулись с серьезной проблемой - безработицей. ощущаемое в масштабах всего народного хозяйства. От масштабов безработицы зависят основные микро- и макроэкономические показатели: уровень издержек, прибыли, рентабельности; уровень реального объема ВВП, инфляции, размер налоговых поступлений в бюджет, уровень и качество жизни населения. В.В. Путин относительно безработицы представил следующие особенности ситуации в стране: «Россия нуждается в долгосрочных системных действиях по борьбе с безработицей. Экстренные антикризисные меры сработали, рынок труда обрёл стабильность. По данным официальной статистики на март 2020 г. 3,5 млн. человек не могут найти работу. Помогать им нужно новыми способами». С этой целью Правительством Российской Федерации постоянно разрабатываются новые, подходящие под ситуацию в конкретный период меры, направленные на сглаживание ситуации с безработицей. Одним из последних таких шагов было повышение в апреле 2020 г. размера пособия по безработице до минимального размера оплаты труда (до 12 130 руб.)<sup>5</sup>.

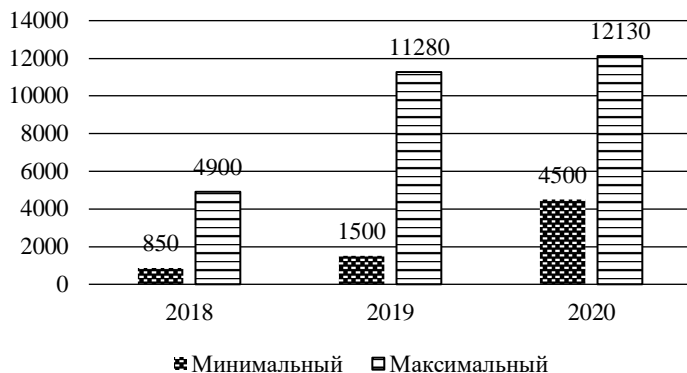
Система социальной поддержки граждан, оставшихся без работы, ежегодно совершенствуется, что подтверждается динамикой размера минимального и максимального размера выплат пособий по безработице.

На рисунке представлена динамика размера минимальной и максимальной величин пособия по безработице за 2018-2020 гг.

В 2020 г. в условиях пандемии, вызванной коронавирусной инфекции, минимальный размер пособия по безработице согласно Постановлению Правительства РФ от 27.03.2020 № 346 был повышен с 1500 до 4500 в период с 1 мая по 30 августа 2020 г.).

Для обеспечения социальных прав и гарантий, правительством РФ было принято решение о назначении выплат от государства, на которые рассчитывают 27,4% млн детей. 39,73% из претендующих - (или 9,6 млн.) детей находятся в возрасте от 3-х до 7 лет. В качестве поддержки россиянам в рамках социальной политики: предоставили возможность получения одновременно до нескольких

новых выплат, среди которых - 10 тыс. руб. на детей в возрасте до 16 лет, 5 тыс. руб. на детей младше 3-х лет<sup>5</sup>.



*Рис. Динамика размеров минимальной и максимальной величин пособия по безработице, руб.<sup>5</sup>*

Социальная политика, по сути, представляет программу перераспределения доходов и бюджетных средств с целью решения острых общественных проблем государства. Осуществление социальной политики происходит благодаря поступлению средств из фондов, финансированию отраслей социальных услуг по образованию и здравоохранению. Согласно Конституции Российской Федерации, каждый гражданин имеет право на жизнь, на неприкосновенность частной и личной жизни, защиту прав и свобод, право на образование, медицинское обслуживание и т.д. Россия - светское социальное государство, реализующее множество социальных программ, которые направлены на совершенствование системы здравоохранения, образования, повышение экологического уровня безопасности, улучшение уровня жизни и т.д.

Социальные программы в Российском государстве реализуются на 3-х уровнях - местном, региональном и федеральном. Эффект от реализации социальных программ достигается за счет взаимодействия государства и частных институтов, задаче которых является повышение уровня благосостояния населения, поддержание достойного уровня жизни и т.д. (см. таблицу).

Анализируя данные, приведенные в таблице, можно сделать вывод, что больше всего средств государство выделило на развитие социальной программы, связанной с пенсионной системой, субсидирование составило порядка 30 млрд руб., в то время как на здравоохранение выделено порядка 4 млрд руб.

В Российском государстве большое внимание уделяется также развитию программ образования и культуры, по противодействию обороту наркотических веществ, активно продвигается идея о необходимости занятий спортом и физической культурой. Каждая из программ подкреплена нормативно-правовым актом, так, к примеру, программа по развитию здравоохранения регулируется Постанов-



лением Правительства Российской Федерации от 15.04.2014 № 345 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Обеспечение общественного порядка и противодействия преступности».

**Программы Правительства РФ по улучшению уровня жизни и стабилизации социальной ситуации в Российской Федерации\***

Наименование программы	Цель социальной программы	Задачи программы	Срок Реализации (годы)	Выделено средств из бюджета (млрд руб.)
1	2	3	4	5
Развитие Здравоохранения	Обеспечить доступность медицины и повысить качество медицинских услуг	- обеспечить приоритет профилактики в сфере охраны здоровья; - повысить эффективность оказания медицинской помощи; - внедрение инновационных методов диагностики.	2015-2022	≈ 4 млрд. руб.
Развитие пенсионной системы	Создание условий для приемлемого уровня пенсионного обеспечения, обеспечение устойчивости пенсионной системы	-совершенствование системы управления обязательного пенсионного страхования; - формирование пенсионных прав граждан в современной пенсионной системе; -совершенствование института накопительной составляющей пенсионной системы; - развитие досрочного негосударственного пенсионного обеспечения.	2015-2020	≈ 30 млрд. руб.
Социальная программа обеспечения порядка и противодействия преступности.	Повышение качества и эффективности противодействия преступности	-обеспечение безопасности дорожного движения; -формирование доверия к органам внутренних дел РФ и т.д.	2016-2022	≈ 8 млрд. руб.

Составлена автором на основе размещенных документов в справочно-правовой системе «КонсультантПлюс».

Таким образом, можно утверждать, что в настоящее время в Российском государстве активно реализуется политика в области социальной функции: из бюджета выделяются средства на финансирование социальных программ, разрабатываются новые программы и проекты по развитию государства. Расходы и финансирование являются открытой информацией, и государственными органами ежеквартально выкладываются отчеты о расходах на реализацию тех или иных социальных программ и план выполнения и реализации таковых, и государством разрабатываются все новые методы социально-экономической поддержки граждан с целью реализации социально-экономической политики государства и повышения уровня жизни граждан.

---

<sup>1</sup> Малько А. В., Пономаренков В. А. Жизнь современного общества социально-факторный анализ. М., 2015 С. 37.

<sup>2</sup> Пономаренков В.А. Социальная факторная природа запрета в правовой политике и правовой жизни общества // Кол. монографии: «Запреты в праве и правовой политике: общетеоретический и отраслевой аспекты» / под. Ред. А.В. Малько. - М. РИОР: Инфра - М. 2018.

<sup>3</sup> Хартия Европейского Союза об основных правах: Комментар. / под ред. С.Ю. Кашкина. М., 2001. С. 146-147.

<sup>4</sup> Баранов В. М. Б. С. Эбзеев // Юридическая техника. 2007. №1. [Электронный источник]. - режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/b-s-ebzeev> (дата обращения: 14.07.2020).

<sup>5</sup> В Росстате рассказали, сколько детей получают новые выплаты от государства. [Электронный источник]. - Режим доступа: <https://rg.ru/2020/05/14/v-rosstate-rasskazali-skolko-detej-poluchat-novye-vyplaty-ot-gosudarstva.html> (дата обращения: 14.07.2020)

<sup>6</sup> Глухарева Л.И. Субъективные права, основные права, права человека: единство и различия. [Электронный источник]. - Режим доступа: [https://www.rsu.ru/upload/main/vestnik/eup/11\\_2009.pdf](https://www.rsu.ru/upload/main/vestnik/eup/11_2009.pdf) (дата обращения: 14.07.2020).

<sup>7</sup> Коронавирус: налоговые льготы для предпринимателей в условиях пандемии. [Электронный источник]. - Режим доступа: <https://domsovet.tv/instruction/koronavirus-nalogovye-lgoty-dlya-predprinimatelej-v-usloviyakh-pandemii/> (дата обращения: 14.07.2020)

<sup>8</sup> Справочная информация: «Размер пособия по безработице» (Материал подготовлен специалистами КонсультантПлюс». [Электронный источник]. - Режим доступа: Баранов В. М. Б. С. Эбзеев // Юридическая техника. 2007. №1. [Электронный источник]. - режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/b-s-ebzeev> (дата обращения: 14.07.2020).

<sup>9</sup> Avak'yan S. A. (Ed.). Konstitutsionnoe pravo: entsiklopedicheskii slovar' [Constitutional Law: Encyclopedic Dictionary]. Moscow, Norma Publ., 2000. 676 p.

## SOCIO-ECONOMIC WARRANTIES

© 2020 Gorgodze Tatyana Evgenievna  
PhD in Economics  
Samara State University of Economics  
E-mail: gorgodze\_t@mail.ru

**Keywords:** social guarantees, economic guarantees, guarantee, law, social and legal state, unemployment, payments, benefits, tax.

The article studies theoretical approaches to the definition of the concept of socio-economic guarantees, considers the fundamentals of Russian legislation that regulate and ensure the observance of citizens' rights and freedoms. Attention is paid to social and economic guarantees, the support measures implemented by the Government of the Russian Federation during the spread of coronavirus infection and in difficult financial and economic conditions are considered.

УДК 338.48

Код РИНЦ 06.71.57

## ФОРМИРОВАНИЕ ЛОЯЛЬНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ

© 2020 Гранкина Светлана Валерьевна

кандидат экономических наук, доцент

© 2020 Семенова Мария Сергеевна

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: svetav\_grankina@mail.ru, mariia.sem98@gmail.com

**Ключевые слова:** лояльность, туризм, туристские услуги, лояльность потребителей туристской организации, лояльный покупатель.

Статья посвящена определению признаков лояльного покупателя туристских услуг, факторов лояльности, влияющих на отношение к туристской компании. В результате исследования установлено, что туристской организации «АРТ трэвел» при разработке программы лояльности следует ориентироваться на достижение ряда целей.

Туризм - одна из наиболее развивающихся отраслей мирового сектора услуг. Благодаря тому, что туризм в России быстро развивается, растет конкурентоспособность на рынке туристских услуг. Для успешного функционирования на этом рынке организациям необходимо учитывать потребности своих клиентов и стремиться производить на них благоприятное впечатление. Этому может помочь внедрение программы лояльности для клиентов, которая позволяет привлечь новых клиентов и превращать их в клиентов с истиной лояльностью.

Исследователи выделяют признаки лояльных покупателей. Среди них основными признаками принято называть такие, как удовлетворенность качеством услуг, распространение информации о товаре и услуге среди своих знакомых, постоянное приобретение услуг у определенной организации, игнорирование предложений конкурентов данной организации, позитивный образ организации в глазах потребителя, постоянство совершения покупок.<sup>1</sup>

Таким образом, постоянный клиент периодически обращается за услугами к организации, в то время как лояльный клиент не просто обращается к услугам организации, но и получает удовлетворение от процесса приобретения услуг.

Кроме того, потребители хотят к себе доброжелательного отношения и индивидуального подхода от туристской компании, в которую они обратились и помимо этого хотят, чтобы всех и сомнения, связанные с приобретением услуги в данной фирме. Опыт показывает, что к таким факторам относятся:

1. Стандарты качества.
2. Разнообразие ассортимента.
3. Качество обслуживания.
4. Индивидуальный подход.
5. Всевозможные скидки.
6. Наличие сопутствующих услуг.
7. Положительный имидж организации.

Однако данный перечень может варьироваться, так как факторы лояльности для каждого клиента могут различаться, поскольку у всех свои представления об идеальной компании и его сотрудниках. Для выявления приоритетов своих клиентов туристской фирме необходимо периодически проводить опросы своей целевой аудитории. Это позволяет понять, что является наиболее важным для потребителей при взаимодействии с компанией: обслуживание, скидки и акции, широкий ассортимент или дополнительные услуги.

Можно выделить факторы, влияющие на отношение к туристской компании:

1. Личные.
2. Социальные.
3. Ситуационные.<sup>2</sup>

Для того чтобы увеличить число лояльных клиентов у компании необходимо создать потребность, сформировать положительную репутацию бренда компании, отработать процесс взаимодействия сотрудника компании с клиентом. Именно для этого компании разрабатывают и проводят программы лояльности.

В работе «Поведение потребителей» Блэквел отмечает, что целью компании, ориентированной на потребителей, должен стать переход обычных клиентов в «друзей», а впоследствии в «фанатов».

Для сотрудников туристской фирмы самое выгодное сотрудничество с клиентом-фанатом, поскольку это выгодно для обеих сторон. Сотрудничество для обеих сторон. Для клиента-фаната это выгодно, так как он становится приверженником одной туристской компании, в которой уже зафиксированы его предпочтения и возможности, что, в конечном итоге позволяет экономить время на стадии выбора услуги и подбирать максимально приближенный к запросам потребителя турпродукт.

Для турфирмы в целом такие клиенты важны, так как именно они оставляют положительные отзывы и рекомендуют туристскую компанию своим знакомым.

Рядом авторов была разработана пирамида лояльности, в которой стадии отношений клиента к компании соотносят с этапами жизненного цикла. Все эти этапы направлены на создание взаимовыгодных отношений между клиентами и фирмой.<sup>3</sup> Фазы пирамиды представлены на рис. 1.



*Рис. 1. Пирамида лояльности К. Балашова*

Первая фаза - восприятие компании. На этой фазе необходимо уделить внимание образу туристской компании в глазах потенциальных клиентов. Для этого часто прибегают к брендингу.

Вторая фаза - стабильность и активность использования продуктов и услуг компании. Клиент начинает активно и часто прибегать к использованию услуг компании. На этом этапе возможен RFM-анализ - инструмент, позволяющий проводить на основе прошлых операций и действий сегментировать и строить прогноз на их поведение.

В процессе анализа выделяются три группы:

1. *Recency* (давность) - давность сделки. Вероятность повторного обращения клиента в турфирму зависит от количества времени, которое прошло с момента покупки.

2. *Frequency* (частота) - количество сделок. Вероятность повторного обращения в компанию зависит от количества сделанных покупок.

3. *Monetary* (деньги) - сумма сделок. Вероятность повторного обращения зависит от суммы потраченной на приобретения тура.

Третья фаза - удовлетворенность всех функциональных потребностей и ожиданий клиента.

Уровень удовлетворенности клиента зависит от соотношения опыта с ожиданиями от взаимодействия с выбранной компаний.

Четвертая фаза - высокая ценность отношения с компанией для клиента. На этой стадии клиент максимально лоялен к компании, так как она удовлетворяет все его запросы. Пятая фаза - лояльность.

Проведя анализ деятельности турфирмы «АРТ трэвел», определив, что привлекает постоянных клиентов в ней, выделим цели создания программы лояльности для нее (рис. 2).

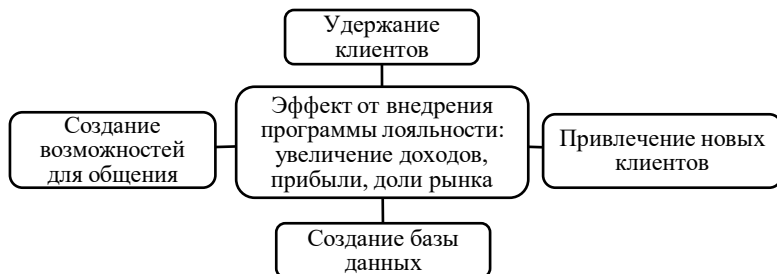


Рис. 2. Цели создания программы лояльности для компании

Таким образом, разработка программы лояльности для «АРТ трэвел» позволит ей удовлетворять не только интересы своих клиентов, переводя их на уровень клиент-фанат, но повысить эффект функционирования компании на рынке туристских услуг. Формирования лояльности клиентов станет одним из конкурентных преимуществ данной компании.

---

<sup>1</sup> Квартальный, В.А. Стратегический менеджмент в туризме: Современный опыт управления. Москва, 2018.

<sup>2</sup> Данилюк, Н.В. Обеспечение конкурентоспособности организаций сферы услуг на основе методов управления качеством. Санкт-Петербург, 2016.

<sup>3</sup> Андреева, А.Ю. Новые технологии интенсивного развития туристической индустрии. - Москва: ЮРГУ, 2019.

## FORMATION OF LOYALTY OF TOURISM CONSUMERS

© 2020 Grankina Svetlana Valeryevna

Candidate of Economics, Associate Professor

© 2020 Semenova Maria Sergeevna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: svetav\_grankina@mail.ru, mariia.sem98@gmail.com

**Keywords:** loyalty, tourism, travel services, consumer loyalty of a tourism organization, loyal customer.

The article is devoted to the identification of signs of a loyal buyer of tourism services, loyalty factors that affect the attitude to the travel company. As a result of the study, it was established that the ART Travel tourist organization, when developing a loyalty program, should focus on achieving a number of goals.

## РЕСУРСНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ Г.О. САМАРА ПО РАЗВИТИЮ СПОРТИВНО-ЗРЕЛИЩНОГО ТУРИЗМА

© 2020 Гранкина Светлана Валерьевна  
кандидат экономических наук, доцент  
© 2020 Серебренников Владислав Михайлович  
студент

Самарский государственный экономический университет  
E-mail: svetav\_grankina@mail.ru, raven9b@yandex.ru

**Ключевые слова:** туризм, спортивно-зрелищный туризм, потенциал, ресурсный потенциал, спортивные мероприятия.

Статья посвящена анализу инфраструктурного элемента ресурсного потенциала г.о. Самара по развитию спортивно-зрелищного туризма. В результате исследования установлено, что г.о. Самара имеет потенциал для дальнейшего развития спортивно-зрелищного туризма.

Туризм является одной из крупнейших сфер экономики, которая в современном мире динамично развивается. С каждым годом намечается тенденция развития от пассивного туризма к активному, у людей формируется потребность в посещении различных мест, событий, мероприятий.

Событийный туризм - это один из видов туризма, который привязан к определенным датам, связанным с конкретными мероприятиями. Такими мероприятиями могут быть события делового, культурного, спортивного или природного характера.<sup>1</sup>

Особое место в событийном туризме занимают спортивные мероприятия. В России, например, пользуются большой популярностью футбольные и хоккейные матчи, а в США - баскетбольные и бейсбольные. Спортивные мероприятия позволяют на регулярной основе привлекать тысячи и десятки тысяч туристов, при этом получая деньги с трансляций. Поэтому можно утверждать, что спортивный событийный туризм имеет большой потенциал и активно используется.

При оценке перспектив развития туризма оценивают туристский потенциал - он потенциал включает в себя историко-культурный, природно-ресурсный, социальный и профессионально-кадровый потенциал. В состав экономического потенциала входит инфраструктурный, информационный, финансовый, инвестиционный, управленческий потенциал.

Рассмотрим инфраструктурный элемент туристского ресурсного потенциала г. о. Самара.

Развитие спорта в Самаре находится на достаточно высоком уровне. Спорт является неотъемлемой составляющей каждого человека.

Представим характеристику наиболее значимых спортивных сооружений г. о. Самара.<sup>2</sup>

1) Ледовый дворец спорта ЦСК ВВС вместимостью 3 тыс. человек, расположенный в центре города по ул. Молодогвардейской, д.222 был построен в 1966 г. Здесь расположен ледовый каток для хоккейных матчей самарского клуба «ЦСК ВВС Самара», соревнований по фигурному катанию, концертов и др. массовых мероприятий. В конце 2016 г. окончательно было принято решение снести дворец спорта и построить на его месте новую арену на 5 тыс. человек.

2) Дворец легкой атлетики по ул. Физкультурная, д.101. В помещении Дворца спорта имеются бассейн для занятий греблей на байдарках и каноэ, боксёрский ринг, помосты для штангистов, столы для игры в настольный теннис, оборудован тир. Есть также медицинские кабинеты, финские бани, душевые. В легкоатлетическом манеже можно проводить соревнования по всем видам лёгкой атлетики. В период с 1994 по 2008 гг. принимал международный легкоатлетический турнир «Кубок губернатора».

3) Физкультурно-спортивный комплекс «Ипподром - Арена», расположенный на территории известного Ипподрома, открытый осенью 2014 года. ФСК предназначен для проведения спортивных соревнований и учебно-тренировочного процесса по хоккею и фигурному катанию, плаванию и обучению плаванию детей, массового катания на коньках, занятий фитнесом, аэробикой.

4) Спортивный комплекс «Динамо» в центре города (ул. Толстого, д.97а), в состав которого входят игровые поля и площадки, беговые дорожки. Здесь проводятся различные соревнования, городские мероприятия, концерты, зимой заливается каток.

5) Спортивный комплекс «Волга» (пр. Масленникова, д.1) вместимостью 2 тыс. человек был построен в 1928 г. В 90-х был продан и превращен в рынок, а к концу 2000-х вновь стал спортивным объектом. Здесь проводились матчи Кубка области среди мужчин и юношей по футболу.

6) Спортивный комплекс «Локомотив» в центре города по ул. Агибалова, 7 включает стадион, бассейн, тренажерный зал, теннисный корт, зимой - каток.

7) Стадион «Металлург» на окраине города (ул. Строителей, 1) вместимостью 33 тыс. человек (10-й в России) - ранее был домашним стадионом футбольного клуба Российской футбольной премьер-лиги «Крылья Советов». Средняя посещаемость стадиона в футбольном сезоне 2016/2017 составила 6,7 тыс. человек (в предыдущие годы - 12-15 тыс.).

8) Плавательный спортивный комплекс ЦСК ВВС на берегу Волги (Волжский пр., д.10). Крупнейший плавательный комплекс в городе Самаре. Включает в себя открытый (круглогодичный) и закрытый бассейны (длина дорожек 50 м), тренажерный зал, игровой, теннисный и шейпинг-залы, комплекс саун, гостиницу.

Отдельно стоит отметить футбольный стадион «Самара Арена», на котором проводились матчи Чемпионата мира по футболу 2018.<sup>3</sup>

Однако показатели инфраструктурного обеспечения спорта в Самаре далеки от идеальных. Самарская область по обеспеченности спортивными сооружениями находится в числе регионов с самыми низкими показателями. Так, в рамках



государственных программ бюджетного финансирования за 10 лет было построено 12 спортивных объектов (56 место из 85), а из внебюджетных источников 140 (14 место из 85). По той же статистике, обеспеченность Самарской области спортивными сооружениями составила всего 21,5% (76 место из 85).<sup>4</sup>

Боксерские залы предусмотрены в далеко не всех спортивных сооружениях. В Самаре их меньше, чем в области. Так, боксерская инфраструктура присутствует в Спортивном комплексе «Грация» (ул. Физкультурная, 116) и Дворце спорта (ул. Физкультурная, 101). По области подобные объекты находятся в г. Отрадный («Спортивно-оздоровительный комплекс»), г. Новокуйбышевск (ФСК «Патриот»), спортивно-оздоровительный лагерь «Юность», с. Жигули (туристическо-оздоровительный комплекс «Звездный»).

Ежегодно в Самарской области проводится более 80 областных массовых спортивных мероприятий, в которых принимают участие более 400 тысяч жителей Самарской области.<sup>5</sup>

Поскольку спортивно-зрелищные мероприятия имеют временный характер, следовательно, на время их проведения наблюдается полная загрузка спортивного комплекса, а в остальное время данные комплексы используются для различных целей и приносят прибыль. Эффективно развивающийся спортивно-зрелищный туризм способствует увеличению региональных бюджетов, формированию позитивного имиджа.

Важным элементом организации спортивно-зрелищных мероприятий является размещение спортсменов, тренеров, их команды, а также зрителей. С этой позиции присутствует специфика организации данного вида туризма (кроме почти всегда конкретного и, чаще всего, короткого время пребывания) - планирование размещения должно быть отдельным для данных категорий.

Спортсменам мирового и даже российского уровня нужен лучший сервис, который может быть представлен, у них часто есть особые требования и предпочтения. Так, многие мировые футболисты, хоккеисты, баскетболисты и, в меньшей степени, боксеры предпочитают роскошное размещение. С другой стороны, болельщики, приезжающие на матчи (игры, бои) своих команд и спортсменов, как правило, довольствуются малым - они не склонны тратить много денег. Небольшие траты болельщиков компенсируются их многочисленностью и частотой посещения (например, в футболе). Все это, очевидно, имеет место при более или менее высоком уровне и частоте проведения спортивно-зрелищных мероприятий, которого, пока в Самаре нет.

Таким образом, рассмотрев ресурсный потенциал г.о. Самара по развитию спортивно-зрелищного туризма, можно сделать вывод, что туристский потенциал г. о. Самара является приемлемым для организации событийного тура, позволяя развивать спортивно-зрелищный туризм, но требует внимания в части современных спортивных объектов и доступных средств размещения.

<sup>1</sup> Носкова, Е.П., Прыгунова, М.И., Егоров, Д.О. Событийный туризм в контексте международных спортивных мероприятий // Туризм как фактор модернизации экономики и развития регионов Материалы I Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. под общ. ред. А. Н. Полухиной. 2016. С. 281.

<sup>2</sup> Пряхина, Е.М., Гусакова, Д.А., Ницетов, А.А. Анализ спортивных объектов г. Самара, их влияние на жизнь населения // Научное сообщество студентов XXI столетия. Гуманитарные науки: сб. ст. по мат. XIX междунар. студ. науч.-практ. конф. № 4 (2019).

<sup>3</sup> Саямова Я.Г. Лебедева Е.В. Развитие туристической отрасли Самарской области в рамках подготовки к чемпионату мира по футболу FIFA 2018 // Инновационные достижения науки и техники АПК, Кинель, 2018. С.784-787.

<sup>4</sup> Департамент туризма Самарской области. Официальный сайт. - URL: <http://dt.samregion.ru/infrastructure/catalog/> (дата обращения 5.06.2020).

<sup>5</sup> Савченко С.А., Крючкова Н.А. Региональный аспект развития рынка услуг // Современная экономика: актуальные вопросы, достижения и инновации. сборник статей XVIII Международной научно-практической конференции. 2018. С. 120-123.

## RESOURCE POTENTIAL G.O. SAMARA FOR THE DEVELOPMENT OF SPORTS AND TOURISM

© 2020 Grankina Svetlana Valeryevna  
Candidate of Economics, Associate Professor  
© 2020 Serebrennikov Vladislav Mishailovich  
Student  
Samara State University of Economics  
E-mail: svetav\_grankina@mail.ru, raven9b@yandex.ru

**Keywords:** tourism, sports and entertainment tourism, potential, resource potential, sporting events.

The article is devoted to the analysis of the infrastructure element of the resource potential of the city of Samara for the development of sports and entertainment tourism. As a result of the study, it was established that Mr. Fr. Samara has the potential for the further development of sports and entertainment tourism.

УДК 658

Код РИНЦ 06.81.00

## УПРАВЛЕНИЕ ОТКЛОНЕНИЯМИ ОТ БЮДЖЕТА

© 2020 Динукова Олеся Анатольевна  
кандидат экономических наук, доцент  
Самарский государственный экономический университет  
E-mail: odinukova@yandex.ru

**Ключевые слова:** бюджетирование, бюджет, анализ отклонений, факторный анализ.

Рассмотрены сущность и этапы составления бюджета, отмечена важность бюджетного контроля, перечислены факторы, вызывающие отклонения, представлена схема факторного анализа отклонений.

Бюджетирование побуждает менеджеров заглядывать вперед и планировать будущее, можно предвидеть возможные проблемы, а потенциальные возможности - использовать. Бюджетирование обеспечивает план действий для всей организации, а также информирует о целях, которые могут быть достигнуты, а также мотивирует сотрудников к улучшению результатов их деятельности<sup>1</sup>.

Методы, используемые при подготовке бюджета, различаются для разных организаций, однако можно выделить следующие этапы характерные для многих организаций:

1. Обсуждение деталей бюджетной политики и основных принципов бюджета. Отправной точкой для подготовки годового бюджета является долгосрочный план. Менеджеры, ответственные за подготовку бюджета, должны знать, как их планы на бюджетный период будут согласовываться с задачами и стратегией организации.

2. Определение факторов, которые сдерживают объем выпускаемой продукции. Например, уровень деловой активности может быть ограничен нехваткой главного ресурса, например, квалифицированной рабочей силы. Бюджет для него должен быть составлен прежде всех других бюджетов.

3. Первичная подготовка операционных бюджетов.

4. Обсуждение и согласование бюджетов. Следует проанализировать операционные бюджеты с учетом их взаимосвязи. В результате может оказаться, что некоторые бюджеты не сбалансированы с другими бюджетами и поэтому нуждаются в доработке.

5. Окончательное утверждение бюджета. Когда все бюджеты согласованы друг с другом, они сводятся в финансовый план.

6. Проверка исполнения бюджета. Процесс бюджетирования не заканчивается после того, как бюджеты будут приняты. Фактические результаты должны регулярно сопоставляться с теми результатами, что были предусмотрены в бюджете. Если расхождения находятся в пределах компетенции руководства, следует осуществлять корректирующее воздействие, чтобы взять под контроль причины расхождений и добиться того, чтобы расхождения не возникали в будущем.

Рассмотрим более подробно последний этап. Бюджетный контроль - это этап управления компанией, включающий в себя применение бюджетов для сопоставления с фактическими результатами, определение причин различий, и осуществление соответствующего управляющего воздействия для исправления неудовлетворительных результатов<sup>2</sup>.

Контроль отклонений предполагает:

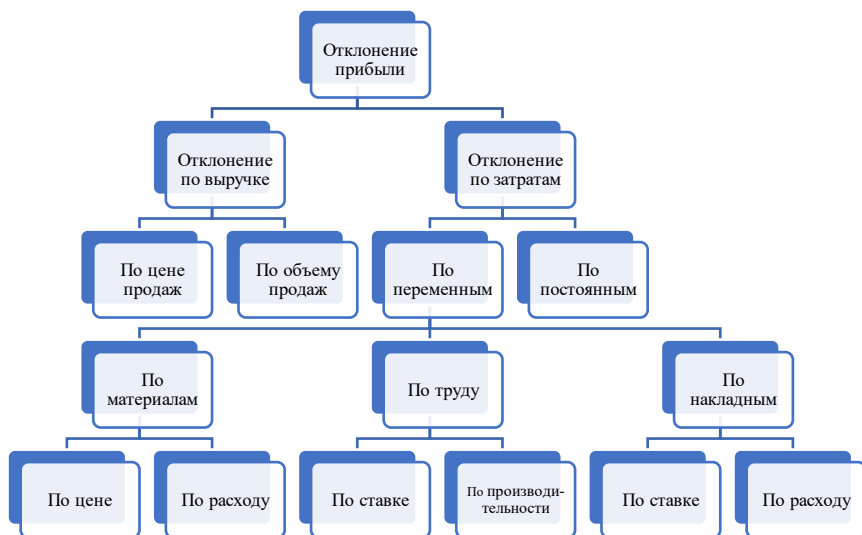
- Оценку величины и допустимости отклонения
- Выявление причин отклонения
- Выявление ответственных за отклонение
- Действия по устранению причины, корректировке бюджета и т.д.

Факторный анализ является наиболее оптимальным способом анализа отклонений<sup>3</sup>. Отклонения могут быть вызваны влиянием разных факторов:

- Изменение объемов деятельности
- Изменился спрос на продукцию

- Нехватка производственных мощностей
- Дефицит в снабжении сырьем
- Проблемы с персоналом
- Изменение цен (реализации или на ресурсы)
- Конъюнктура рынка
- Результат выбранной конкурентной стратегии
- Отражение качества ресурса (продукции)
- Особенности организации снабжения или применяемых условий оплаты
- Изменение расхода ресурсов
- Эффективность деятельности
- Погрешности нормирования.

Схема факторного анализа отклонений представлена на рисунке.



*Рис. Схема факторного анализа отклонений*

Например, отклонения по основной заработной плате определяются следующим образом:

$$\text{По ставке} = (S_n - S_f) * Q_f$$

$$\text{По производительности} = (Q_n - Q_f) * S_n,$$

где  $S_f$  - ставка оплаты труда (в час) фактическая;

$S_n$  - ставка оплаты труда (в час) нормативная;

$Q_f$  - фактически отработанное время;

$Q_n$  - нормативное время работы (нормо-часы), пересчитанное по гибкому бюджету, исходя из фактических объемов деятельности.

В результате анализа отклонений осуществляется проверка:

- суммарное отклонение = сумме всех элементарных отклонений,

выявляются благоприятные и неблагоприятные отклонения, определяется вклад отдельных составляющих в общий результат, анализируются причины отклонений и делаются выводы по следующим направлениям:

- Управляемость причин
- Ответственные лица
- Поощрения/наказания
- Устранение причин нежелательных отклонений.

Кроме того, отклонения могут подсказать, почему фактические результаты оказались хуже или лучше, чем ожидалось. Возникающие отклонения по затратам могут объясняться причинами, в том числе высокой и низкой результативностью деятельности, ошибками при бюджетировании и задании нормативов, а также изменениями внешних факторов<sup>4</sup>. Благодаря своевременному и объективному анализу отклонений менеджер получает ценную информацию о происходящем в разных сегментах деятельности предприятия и о том, что именно надо «перенастроить» для улучшения ситуации.

1. Динукова О.А. Бюджетирование трудовых затрат // IX Междунар.науч.-практ. конф. «Региональные проблемы преобразования экономики: интеграционные процессы и социально-экономическая политика региона», г. Махачкала, 05 декабря 2018 г., С.546-548. <https://elibrary.ru/item.asp?id=37128032>

2. Концевая С.Р., Остаев Г.Я., Концевой Г.Р. Внутренний управленческий контроль: система бюджетирования // Наука Удмуртии. 2018. №1 (83), С.87-90. <https://elibrary.ru/item.asp?id=32475580>

3. Харисова Ф.И., Сингатулина Л.Б., Многофакторный анализ отклонений от бюджета расходов на вознаграждение персонала // Аудит и финансовый анализ. 2012. С.206-219. <https://elibrary.ru/item.asp?id=18273633>

4. Динукова О.А. Оценка влияния трудовых факторов на объем производства и реализации продукции // Проблемы развития предприятий: теория и практика: материалы 18-й Междунар. науч.-практ. конф., 18-19 декабря 2019 г. - Самара: Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2019, С.13-16. <https://elibrary.ru/item.asp?id=42550980>

5. Контроль исполнения бюджета. Анализ отклонений. Практика. URL: <https://alfaseminar.ru/budgeting/2>

## MANAGING VARIANCE FROM THE BUDGET

© 2020 Dinukova Olesya Anatolievna  
Candidate of Economics, Associate Professor  
Samara State University of Economics  
E-mail: [odinukova@yandex.ru](mailto:odinukova@yandex.ru)

**Keywords:** budgeting, budget, deviation analysis, factor analysis.

The essence and stages of budgeting are considered, the importance of budget control is noted, the factors that cause deviations are listed, and the scheme of factor analysis of deviations is presented.

## АНАЛИЗ ПОДХОДОВ В ОЦЕНКЕ СТОИМОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

© 2020 Заступов Андрей Владимирович

кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: oiler79@mail.ru

**Ключевые слова:** оценка стоимости предприятия, инвестирование, производство, научно-технический прогресс.

В статье рассмотрены виды оценки стоимости предприятия, цели инвестирования, приведены доводы важности инвентаризации, а также анализ современных предприятий, инвестирующих в свое производство.

Оценка бизнеса - это определение стоимости всей организации или ее части, включающих оценку всех помещений, оборудования, задолженностей, персонала, машин, сырья, запасом и так далее. А также отдельно оценивается ее рентабельность, доходы прошлых и будущих лет, производится сравнение с существующими бизнесами, занимающихся схожей деятельностью<sup>1</sup>. После полной оценки предприятия на основании полного анализа определяется реальная оценка бизнеса и выявляется его способного приносить прибыль. Для достижения всех целей, необходимо знать возможности предприятия, а именно его оценку, фондовооруженность, рентабельность и показатели оборачиваемости.

Остановимся на оценке стоимости предприятия, потому что именно при результате оценки стоимости можно сделать выводы о деятельности организации, определить дельнейшие действия для улучшения ситуации, а также направить материальные потоки на слабые звенья.

Существует 3 подхода определения стоимости бизнеса.

Первый - это доходный подход. Он включает в себя методы оценки стоимости объекта оценки, основанные на определении ожидаемых доходов от реализуемой деятельности. В данном случае стоимость бизнеса исчисляется на основе доходов будущих периодов с учетом дисконтирования<sup>2</sup>. На основе этого подхода можно определить: способно ли предприятие осуществлять долгосрочные инвестиционные проекты, ответить на вопрос, что является основным источником дохода и как максимально извлечь прибыль из второстепенных источников, а также определить, на что направить инвестиционные средства.

Второй подход в определении стоимости предприятия - сравнительный. Суть этого подхода заключается в сравнение предприятия с подобным ему, учитывая все аспекты производственных процессов.

Алгоритм оценки исходя из сравнительного подхода следующий<sup>3</sup>.

1. Полная информация об аналогичных производствах и проданных пакетах акций;
2. Отбираются организации по определенным критериям:
  - сходство в отрасли;
  - тип продукта;
  - объем производства;
  - положительная тенденция в развитии;
  - уровень менеджмента
3. На третьем этапе проводится финансовый анализ и соотносятся организации, найденные в предыдущем этапе. Выявляются лидеры и основные конкуренты.
4. Выбор и расчет стоимостных (ценовых) мультипликаторов;
5. Установление итоговой величины.

Данный подход можно использовать для сравнения компаний в целях инвестирования, с учетом инвестиционных рисков<sup>4</sup>. Например, каким оборудованием и персоналом обладает то или иное предприятие, в какую организацию лучше вложить средства для получения наибольшей прибыли.

И последний - это затратный подход. Он базируется на определении затрат в ходе производства, а также связанные с заменой устаревшего или незапланированного износа. Затратами на замещение объекта оценки являются затраты, необходимые для создания аналогичного объекта с использованием материалов и технологий, применяющихся на дату оценки. В данном подходе ориентируются на два основных метода: чистых активов и ликвидационной стоимости.

Первый применяется только в тех случаях, когда компания располагает значительными материальными активами и в дальнейшем наблюдается, что она будет продолжать свою деятельность .

Что касается метода ликвидационной стоимости, то он осуществляется в случае, когда его деятельность может прекратиться, в результате банкротства.

Ликвидационная стоимость - это такая стоимость, которую собственник предприятия может получить при ликвидации предприятия и раздельной продаже его активов.

Из вышеперечисленного можно сделать вывод, что материальные активы можно и нужно оценивать постоянно для нормального функционирования и развития организации в целом. Нематериальные активы - это произведения литературы, науки, программы для электронных вычислительных машин, изобретения, секреты производства (know how), товарные знаки, репутация, бренд. Все эти активы также играют важную роль в оценке предприятия. Из результатов оценочной деятельности, не только руководитель предприятия, но и сторонний инвестор понимает, насколько предприятие развито, идет в ногу со временем и может быть конкурентоспособным в отрасли.

Для оценивания нематериальных активов прежде всех необходимо иметь документальную базу, подтверждающую факт владения нематериальными акти-

вами. Нематериальные активы могут быть, как приобретены у контрагента, так и созданы внутри организации.

Оценку данного вида активов можно производить 2 способами:

- Первоначальная оценка (производится на момент принятия объектов к бухгалтерскому учету, исчисляется в денежном выражении в размере оплаты в любой форме, например как сумма, уплаченная или начисленная при приобретении);

- Последующая оценка (осуществляется на конец отчетного года по текущей рыночной стоимости)<sup>5</sup>.

В России достаточно много предприятий, работающих на старых станках. В связи с этим, они работают не на полную мощность, банкротятся и закрываются. Я считаю, что это связано с плохим управлением, нерациональным использованием средств, невозможность ответить по своим обязательствам перед контрагентами. И именно подход по затратам должен быть использован совместно с плановой проверкой на производстве. Чтобы выявить нерациональное расходование средств и направить инвестиции на улучшение оборудования и условий труда. Но также нельзя точно винить во всех бедах руководство предприятий, в Российской Федерации не идеальна законодательная база и нет возможности здраво оценивать ситуацию на рынке на 5 - 10 лет вперед. Ко всему вышеперечисленному можно также отнести высокий уровень фискальной нагрузки, который не позволяет предприятиям находящимся на первоначальных этапах деятельности, увеличить рынок сбыта продукции, сделать, иногда даже огромный шаг от микробизнеса в малый и уж тем более в средний.

Говоря об оценке предприятия, нельзя не упомянуть об инвентаризации. Ведь именно после тщательной проверки имущества, осуществляется подсчет стоимости предприятия.

Основными целями инвентаризации являются:

- Определение наличия имущества не только на складе, но и по данным бухгалтерии;

- Выявление материально-производственных ресурсов;

- Проверка правильного отражения имущества и обязательств с учетом их рыночной стоимости;

- Возможность проследить соблюдение правил содержания и эксплуатации оборудования.

Порядок и сроки проведения инвентаризации устанавливает руководитель. В следующих случаях инвентаризация обязательна<sup>6</sup>:

- при аренде, продаже, покупке

- перед годовой бухгалтерской отчетностью

- при смене руководства

- в случаях хищения и кражи

- в случае ЧП

- при реструктуризации.



Согласно статистическим данным Федеральной службы государственной статистики, основные материальные потоки направлены на здания и сооружения (примерно 43% от всего количества), а также машины, оборудование, транспортные средства (34 %). Конечно, по сравнению с общим количеством инвестиций, а их порядком 17959,0 млрд. руб., это достаточно большие вложения. Но по факту эти средства идут в лидирующие отрасли: добыча полезных ископаемых (18%) (нефть и природный газ (10,5%)), обрабатывающее производство (14,7%), транспортировка и хранение (17%)<sup>7</sup>.

Анализируя динамику инвестиций в основной капитал по видам основных фондов за 2017 и 2018 год, можно сказать, что рост есть, но не значительный.

Таким образом, можно сделать вывод о важности плановой оценки стоимости предприятия для нормального существования на конкурентном рынке и инвестиционной деятельности.

---

<sup>1</sup> Кэхилл, М. Инвестиционный анализ и оценка бизнеса: Учебное пособие / М. Кэхилл. - М.: ДиС, 2012. - 432 с.

<sup>2</sup> Заступов А.В. Инновационное развитие предприятий промышленных отраслей в условиях цифровой модернизации экономики // Бизнес. Образование. Право. 2020. № 1 (50). С. 244-250.

<sup>3</sup> Спиридонова, Е.А. Оценка стоимости бизнеса: Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е.А. Спиридонова. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 299 с.

<sup>4</sup> Заступов А.В. Комплексная оценка механизмов управления рисками в нефтедобыче // Экономика и управление собственностью. 2013. № 2. С. 21-27.

<sup>5</sup> Землянский, О.А. Оценка стоимости предприятия (бизнеса): Учебник для бакалавров / В.И. Бусов, О.А. Землянский, А.П. Поляков; Под общ. ред. В.И. Бусова. - М.: Юрайт, 2013. - 430 с.

<sup>6</sup> Заступов А.В. Совершенствование системы налогового администрирования в нефтяном секторе // Экономика и управление собственностью. 2012. № 4. С. 48-51.

<sup>7</sup> Россия в цифрах 2019 Краткий статистический сборник / Росстат - М., 2019. - 549 с.

## ANALYSIS OF APPROACHES TO THE VALUATION OF THE ENTERPRISE

© 2020 Zastupov Andrey Vladimirovich  
Candidate of Economics, Associate Professor  
Samara State University of Economics  
E-mail: oiler79@mail.ru

**Keywords:** enterprise valuation, investment, production, scientific and technological progress.

The article discusses the types of valuation of the enterprise, the purpose of investment, the reasons for the importance of inventory, as well as the analysis of modern enterprises investing in their production.

## ПОДГОТОВКА И УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ НА ПРИМЕРЕ КУЙБЫШЕВСКОГО ФИЛИАЛА ОАО «РОССИЙСКИЕ ЖЕЛЕЗНЫЕ ДОРОГИ»

© 2020 Заступов Андрей Владимирович  
кандидат экономических наук, доцент  
Самарский государственный экономический университет  
E-mail: oiler79@mail.ru

**Ключевые слова:** развитие, адаптация, персонал, безопасность труда, охрана труда, профессиональные программы, обучение.

В статье рассмотрены вопросы подготовки и управления персоналом на предприятии. Представлены конкретные предложения по управлению рисками на производстве. Рассмотрена подготовка и повышение квалификации на базе Куйбышевского учебного центра профессиональных квалификаций.

Рассмотрим вопросы управления организацией обучения персонала на примере Куйбышевской железной дороги - филиала ОАО «РЖД». Начнем с приема персонала. Кроме уже существующих традиционных инструментов отбора кандидатов, таких как: рассмотрение резюме, соответствие занимаемой должности образованию, собеседование и профотбор на профессии, связанные с обеспечением безопасности движения поездов, сегодня внедряется система тестирования, которая позволит определить степень надежности потенциальных работников при приеме на рабочую профессию, их склонность следовать установленным правилам и регламентам, соблюдать технику безопасности<sup>1</sup>.

С 3 февраля 2020 г. проводится тестирование кандидатов, рассматриваемых на вакантные рабочие профессии, с использованием дистанционных инструментов оценки, до принятия решения о трудоустройстве. Отчет «Надежность сотрудников» будет иметь шкалу результатов и позволит на «входе» установить барьер для недобросовестных, безответственных кандидатов с девиантным поведением.

Следующим важным элементом является адаптация, которая осуществляется на основании Положения по адаптации работников ОАО «РЖД», утвержденное распоряжением ОАО «РЖД» от 29 декабря 2015 года №3128р.

Всем без исключения работникам при приеме проводится вводный инструктаж по охране труда, с которым знакомятся под роспись.

Обязательным этапом для каждого вновь принятого работника является прохождение первичной адаптации, включающей ознакомление с местом работы, функционалом, принятыми нормами и правилами, корпоративной культурой, и адаптации в должности, в рамках которой «стажер» закрепляется за опытным наставником<sup>2</sup>.

Также ежегодно для рабочих хозяйств движения, инфраструктуры, тяги, ремонта пути и энергоснабжения проводится коммуникационно-тренинговый проект «Молодой профессионал», направленный на формирование ответственного отношения к труду и неукоснительного соблюдения правил и норм охраны труда.

С целью повышения ответственности руководителей за организацию работы по обеспечению охраны труда, промышленной и пожарной безопасности, при назначении на должность проводится тестирование по вопросам безопасности производственных процессов, включающее в себя 40 вопросов по 11 темам (распоряжение ОАО «РЖД» от 20 января 2017 г. № 110р).

Подготовка и повышение квалификации рабочих кадров и служащих дороги проводится в Куйбышевском учебном центре в соответствии с Положением об организации профессионального обучения в ОАО «РЖД» № 907р. Немаловажное значение при обучении кадров придается вопросам охраны труда. Одноименный предмет присутствует во всех рабочих планах и программах, обучение по которым проводится в учебном центре. Продолжительность данного предмета составляет от 26 часов до 2 (курсы целевого назначения -20 часов) в зависимости от срока обучения. Все программы обучения для работников локомотивного хозяйства содержат также предмет «Действия работников локомотивных бригад в аварийных и нестандартных ситуациях» и вопросы культуры безопасности.

В Куйбышевском учебном центре профессиональных квалификаций постоянно применяются новые педагогические методы, но в последний год наиболее актуальными стали: практико-ориентированный и имитационный методы обучения.

Основной целью практико-ориентированного подхода является формирование у обучающихся профессиональных компетенций практической работы и соблюдение требований охраны труда, понимания того, где, как и для чего полученные компетенции применяются на практике<sup>3</sup>. Новые примерные программы профессионального обучения, разработанные на основании профессиональных стандартов, предусматривают до 40 % учебного времени на проведение практических занятий. При этом, по программам старого формата на данный вид занятий отводилось не более 5%. Практические занятия проводятся как на учебных полигонах подразделений учебного центра, так и на базе структурных подразделений дороги.

Порядок проведения практического занятия, отчет по результатам, требования охраны труда при выполнении действий полностью прописаны в методических рекомендациях, разработанных преподавателями. Разработка данных документов стало первостепенным для преподавателей центра.

Активное применение имитационного метода, связано с поступлением в учебный центр за последние два года 10 тренажерных комплексов нового поколения по локомотивному хозяйству, 2 тренажерных комплекса и 1 VR-тренажер для профессии «Дежурный по поезду». Имитирование профессиональной деятельности с помощью тренажеров формирует навыки - действия, которые в результате многократных повторений становятся автоматическими.

В текущем году оснащение учебного центра тренажерными комплексами продолжится, к поставке запланировано 9 тренажерных комплексов машиниста

электровоза и машиниста тепловоза. В результате к 2021 году Куйбышевский учебный центр будет полностью обеспечен современными тренажерными комплексами подготовки локомотивных бригад.

Активное применение имитационного метода, связано с поступлением в учебный центр за последние два года 10 тренажерных комплексов нового поколения по локомотивному хозяйству, 2 тренажерных комплекса и 1VR-тренажер для профессии «Дежурный по поезду». Имитирование профессиональной деятельности с помощью тренажеров формирует навыки - действия, которые в результате многократных повторений становятся автоматическими<sup>4</sup>.

В текущем году оснащение учебного центра тренажерными комплексами продолжится, к поставке запланировано 9 тренажерных комплексов машиниста электровоза и машиниста тепловоза. В результате к 2021 году Куйбышевский учебный центр будет полностью обеспечен современными тренажерными комплексами подготовки локомотивных бригад.

В учебном центре постоянно проводится работа, направленная как на повышение качества образовательных программ (апробация пилотных программ и предоставление рекомендаций по изменению, актуализация программ не реже 1 раза в 3 года), также на повышение квалификации педагогического коллектива. В среднем за 3 года на 1 преподавателя приходится по 2,3 курса повышения квалификации. Все преподаватели проходят педагогическую переподготовку, курсы повышения квалификации по педагогическому мастерству и охране труда. Наиболее актуальны для преподавателей стажировка на заводах изготовителях новой техники и оборудования для железнодорожного транспорта. Данный вид повышения квалификации за 3 года прошли 26 преподавателей, на текущий год запланировано - 18. Требование к наличию опыта практической деятельности, применению интерактивных форм обучения, постоянное повышение квалификации объясняет средний возраст преподавателей - 45 лет.

В целях доступности образовательной среды на сервере учебного центра создан ресурс «Учебные материалы», в котором преподаватели размещают учебно-методические разработки, необходимые для проведения учебных занятий, в том числе и по предмету «Охрана труда». В настоящее время к данному ресурсу имеют доступ более 200 работников всех дирекций, но среди них нет работников, отвечающих за соблюдение требований охраны труда на производстве.

Завершающим этапом обучения работников является оценка качества усвоенного материала. С целью организации данного направления работы преподавателями постоянно проводится срез знаний обучающихся как в начале и по окончании обучения, так и в процессе обучения. Проверка знаний для работников локомотивных бригад проводится посредством АСПТ. Для всех остальных профессий контроль знаний проводится только посредством компьютерного тестирования в системе МуTestX<sup>5</sup>. За последние три года преподавателями разработано 378 тестов в данной системе, в том числе и по охране труда. Проведение контроля знаний посредством указанных систем не допускает предвзятого отношения преподавателей к обучающимся, качество знаний отражается в электронном формате.

По итогам 2019 года только дирекции по тепловодоснабжению в полном объеме удалось обучить своих работников, выявленных проверкой. Наименьший процент обученных в дирекции тяги и дирекции инфраструктуры, 20,8% и 29,1% соответственно.

Не все дирекции правильно планируют обучение данных курсов. Так в дирекции тяги числятся более 4 тысяч работников, которые должны пройти обучение на данных курсах, но за 2 года прошли обучение всего лишь 730 человек, в плане на 2020 год - 509 человек. С учетом периодичности прохождения обучения и средним объемом обучения, чтобы обучить всех причастных работников по данной программе, дирекции тяги потребуется более 10 лет.

Еще один важный вопрос, которому служба управления персоналом уделяет особое внимание, - соблюдение трудовой дисциплины<sup>6</sup>. В этой связи, проводятся следующие мероприятия:

- разрабатываются мероприятия по укреплению трудовой дисциплины;
- издаются и распространяются информационные аншлаги для размещения на стендах;
- рассматриваются вопросы соблюдения трудовой дисциплины на кадровых комитетах, селекторных совещаниях;
- при комиссионных осмотрах, внезапных проверках и.т.д. выявляются нарушения режима труда и отдыха;
- проводится информирование и распространение методических материалов (сайт, мессенджеры и.п.);
- осуществляется контроль за соблюдением трудовой дисциплины в период обучения с принятием мер (дисциплинарные взыскания, возмещение затрат, увольнение)<sup>7</sup>.

Службой управления персоналом Куйбышевской железной дороги на постоянной основе осуществляется мониторинг обучения работников железной дороги по обязательным программам с разбивкой по категориям, направлениям обучения и по дирекциям.

---

<sup>1</sup> Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебник. М.: ИНФРА-М. 2019. - 336 с.

<sup>2</sup> Кукина С.Д. Повышение квалификации персонала на коммерческих предприятиях // Известия Волгоградского государственного технического университета. 2015. № 5 (145). С. 181-183.

<sup>3</sup> Заступов А.В. Резервы повышения эффективности нефтеперерабатывающего комплекса на примере предприятий ОАО «НК «Роснефть» Самарской области // Нефть. Газ. Новации. 2012. № 11 (166). С. 90-94.

<sup>4</sup> Пахунов А.В. Возможности повышения качества подготовки специалистов промышленных предприятий // Инициативы XXI века. 2017. № 1-2. С. 31-33.

<sup>5</sup> Заступов А.В. Инновационное развитие предприятий промышленных отраслей в условиях цифровой модернизации экономики // Бизнес. Образование. Право. 2020. № 1 (50). С. 244-250.

<sup>6</sup> Тишина С.В. Переподготовка кадров и повышение квалификации // Аллея науки. 2017. Т. 2. № 9. С. 124-126.

<sup>7</sup> Заступов А.В. Управленческий менеджмент как фактор улучшения использования трудовых ресурсов на предприятиях нефтяной отрасли // Интервал. Передовые нефтегазовые технологии. 2004. № 2-3 (61-62). С. 59-61.

## PREPARATION AND MANAGEMENT OF PERSONNEL BY EXAMPLE OF KUIBYSHEV BRANCH OF RUSSIAN RAILWAYS OJSC

© 2020 Zastupov Andrey Vladimirovich  
Candidate of Economics, Associate Professor  
Samara State University of Economics  
E-mail: oiler79@mail.ru

**Keywords:** development, adaptation, personnel, labor safety, labor protection, professional programs, training.

The article addresses the issues of personnel training and management at the enterprise. Specific proposals for occupational risk management are presented. The preparation and advanced training on the basis of Kuibyshev training center of professional qualifications is considered.

УДК 338  
Код РИНЦ 06.00.00

## СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К АНАЛИЗУ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ

© 2020 Игошина Наталья Аклимовна  
кандидат экономических наук, доцент  
© 2020 Тарасова Анна Сергеевна  
магистрант

Самарский государственный экономический университет  
E-mail: bume63@mail.ru, tar\_anutka1998@mail.ru

**Ключевые слова:** финансовый результат, прибыль, этапы анализа, трудовые ресурсы, средства труда, предметы труда, критерии и оценка эффективности деятельности, темпы роста.

В статье рассмотрены этапы проведения анализа финансовых результатов деятельности хозяйствующего субъекта на макро- и микроуровне экономики.

Экономический кризис замедлил развитие многих российских компаний, новые вызовы времени в отечественной экономике актуализируют поиск резервов повышения эффективности их деятельности.

Одной из важнейших характеристик эффективности коммерческой деятельности организации является финансовый результат. Анализ финансовых результатов

деятельности предприятия дает понимание, насколько эффективно оно работает. Финансовые результаты являются важнейшими объективными измерителями эффективности деятельности хозяйствующего субъекта.

Финансовый результат позволяет увидеть итоги хозяйственной деятельности компании, определить прибыльность или убыточность организации. Эта информация крайне важна ее руководству, ведь она позволяет грамотно планировать и координировать стратегию развития фирмы, осуществлять внутреннее управление и т.п. Представляется, что менеджменту организации важно не только определить финансовый результат его деятельности, но и проанализировать полученные данные по результатам анализа. В связи с этим, становится необходимым, не только обосновать экономическое содержание финансового результата деятельности предприятия, но определить цель, задачи и основные этапы его проведения, а также определить методику анализа.

В публикациях ученых экономистов определены цели и задачи анализа финансовых результатов, исследовано его экономическое содержание. Так, например, финансовый результат определен как «экономический итог хозяйственной деятельности организации, характеризующийся величиной полученной прибыли/убытка»<sup>1</sup>. Также финансовый результат трактуется как «итог отношений, предопределенный расчетами между хозяйствующими субъектами, движением денежных средств, денежным обращением, использованием денежных средств за определенный период»<sup>2</sup>.

В настоящее время существуют различные подходы к анализу финансового результата деятельности предприятия. Так, например, Шеремет А. Д. и Сайфулин Р. С., отмечают, что «финансовый результат деятельности предприятия выражается в изменении величины его собственного капитала отчетного периода»<sup>3</sup>. Савицкая Г. В. отмечает, что «финансовые результаты деятельности предприятия характеризуются суммой полученной прибыли и уровнем рентабельности»: «прибыль - это часть чистого дохода, который непосредственно получают субъекты хозяйствования после реализации продукции»<sup>4</sup>.

Главной целью анализа финансовых результатов является получение информации о прибыли, ее величине, динамике, структуре и возможных резервах их увеличения. Для этого используются разные методики, с помощью которых можно составить прогноз величины прибыли или убытка на будущий период.

Рассмотрим основные этапы анализа финансовых результатов деятельности предприятия:

- на первом этапе анализируются источники информации результатов деятельности, например, по направлениям и видам деятельности;
- на втором этапе проводится анализ состава, структуры и динамики финансовых результатов, выявляются отклонения;
- на третьем этапе анализируются факторы, влияющих на изменение финансовых результатов;
- на четвертом, заключительном этапе, обобщаются результаты анализа, выявляются резервы повышения прибыли организации, осуществляется прогноз его развития.

Представленные этапы анализа финансовых результатов в полном объеме позволят не только оценить результаты деятельности предприятия, но и определить резервы роста прибыли.

Во время осуществления анализа используются такие методы изучения финансовых отчетов как:

Сравнительный анализ - применяется, когда анализируются показатели отчетности с подобными показателями конкурентов;

Анализ относительных показателей отчетности проводится, как правило, за определенный период (год, квартал, месяц) по группам показателей;

Факторный анализ, позволяет выявить влияние отдельных факторов, рассчитанных по разным алгоритмам.

Для оценки финансовых результатов деятельности предприятия значительную роль играет факторный анализ прибыли.

На величину прибыли оказывают влияние изменение различных факторов, таких как: цена и объем реализованной продукции, её структуры; исчисление себестоимости отдельных видов продукции и выбор способов распределения накладных расходов и другие.

Для анализа финансовых результатов важным является анализ показателей рентабельности продаж. Рентабельность продаж характеризует удельный вес прибыли в составе выручки от реализации продукции. Снижение рентабельности продаж показывает, что конкуренция на рынке снизилась, и наблюдается снижение спроса на продукцию. На рентабельность продаж также оказывают влияние факторы изменения цены и себестоимости продукции.<sup>4</sup>

Представляется, что в анализе финансовых результатов приоритетными являются анализ состава и структуры финансовых результатов, факторный анализ прибыли и анализ рентабельности, и другие направления аналитических работ: например, изучение количественных и качественных характеристик, установление критериев и оценка эффективности деятельности предприятия, в соответствии с целями и задачами менеджмента.

Анализ финансовых результатов деятельности хозяйствующего субъекта на микроуровне экономики должен опираться на макроэкономические закономерности и институциональные принципы. Исходя из этого положения, важным является определять, в первую очередь, наличие или отсутствие выполненных критериев эффективной хозяйственной деятельности. К этим критериям относятся, например, выполнение требований опережающего роста результативных показателей над темпами роста показателей, которые являются причинами изменения этих результативных показателей.

В отношении финансовых результатов деятельности хозяйствующего субъекта на микроуровне экономики эти требования сводятся к тому, что темпы роста финансовых результатов должны опережать темпы роста показателей, являющихся причинами возникновения финансовых результатов. К таким показателям следует отнести все ресурсные и объемные показатели деятельности хозяйствующего субъекта на микроуровне экономики. Например, в первую группу таких показателей войдут величины трудовых ресурсов (численность, количество отработанного времени и подобное). Ко второй группе показателей будут относиться количественные характе-



ристики средств труда (стоимостной объем основных фондов всего и по видам, фонды станочного времени и подобное)<sup>5</sup>.

Третья группа причинных показателей для анализа финансовых результатов деятельности хозяйствующего субъекта на микроуровне экономики будет включать количественные характеристики предметов труда (их стоимостной объем всего и по видам, коэффициенты полезного использования сырья, материалов и подобное).

На основе сопоставления темпов изменения каждого причинного показателя с темпом роста финансовых результатов деятельности хозяйствующего субъекта на микроуровне экономики получают оценки финансовой эффективности использования каждого вида производственных ресурсов. Здесь важно учесть, что значение имеют не только опережающие темпы роста финансовых результатов над темпами роста производственных ресурсов, но и соотношение опережений или отставаний по отдельным видам этих ресурсов. Представляется, что приоритетные опережения от более важных к менее важным должны быть в следующей последовательности ресурсов: трудовые ресурсы, средства труда и предметы труда. Такое утверждение согласуется с тем, что первый вид ресурсов занимает более активную позицию в бизнес-процессах, так как без участия трудовых ресурсов не начинается ни один из хозяйственных процессов в конечном итоге.

---

<sup>1</sup> Жилыева М.А. Методы анализа финансовых результатов деятельности предприятия // Высшее образование для XXI века: роль гуманитарного образования в контексте технологических и социокультурных изменений. - 2019. - С. 457-463.

<sup>2</sup> Панина И.В., Жуганова В.А. Методические подходы к анализу финансовых результатов деятельности организации // Апрельские научные чтения имени профессора Л. Т. Гиляровской. - 2019. - С. 156-160.

<sup>3</sup> Шеремет А. Д. Методика финансового анализа / А. Д. Шеремет, Р. С. Сайфулин, Е.В. Негашев. 2-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2002.

<sup>4</sup> Савицкая Г. В. Методика комплексного анализа хозяйственной деятельности: Краткий курс / Г. В. Савицкая. 4-изд, испр. М.: ИНФРА-М, 2012.

<sup>5</sup> Фомин В.П. Аналитическая составляющая успешного управления финансовыми результатами (практический аспект) /В. П. Фомин, П. В. Фомин // Экономический анализ: теория и практика. - 2015. - № 36. - С. 12-25

## MODERN APPROACHES TO ANALYSIS OF FINANCIAL RESULTS

© 2020 Igoshina Natalia Aklimovna  
Candidate of Economics, Associate Professor

© 2020 Tarasova Anna Sergeevna  
Undergraduate  
Samara State University of Economics  
E-mail: bume63@mail.ru, tar\_anutka1998@mail.ru

**Keywords:** financial result, profit, stages of analysis, manpower, means of labor, labour items, criteria and evaluation of performance, growth rate.

The article considers the stages of analysis of the financial performance of the economic entity at the macro and micro level of the economy.

## ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ИННОВАЦИИ ПО СОЗДАНИЮ ИНСТИТУТОВ РАЗВИТИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА, СОДЕЙСТВУЮЩИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ РОСТУ И ЗАНЯТОСТИ НАСЕЛЕНИЯ

© 2020 Карпенко Ольга Анатольевна  
кандидат экономических наук

© 2020 Левченко Лариса Владимировна  
кандидат экономических наук, профессор  
Самарский государственный экономический университет  
E-mail: Olga180008@yandex.ru

**Ключевые слова:** ликвидность, платежеспособность, эффективность управления, оборотные активы предприятия, выплаты по обязательствам, коэффициент текущей и абсолютной ликвидности, задолженность.

В работе рассматриваются вопросы развития интеллектуального капитала человека. Исследованию подлежат новые современные институты развития человека - консультационные мероприятия по вопросам создания и развития своего дела и консультирование по вопросам построения индивидуальной карьерной траектории. При этом рассматриваются этапы проведения консультаций для успешного достижения человеком своих целей.

Происходящие изменения на рынке труда и в сфере занятости населения в настоящее время требуют от человека нового поведения в своей профессиональной деятельности, будь то работа по найму или собственная фирма. Человек должен быть современно интеллектуально развитым и иметь собственную тактику и стратегию построения своей карьеры или развития бизнеса. Здесь ему определено необходима консультационная помощь как для собственного развития, так и для развития предприятия, на котором он работает. Оказание подобных консультаций является своеобразным инновационным институциональным решением, вариантом создания институтов развития и помощи людям. В связи с этим можно выделить 2 актуальных и возможных в настоящее время направления институциональных изменений, требующих организации обучающих и консультационных мероприятий по формированию и развитию интеллектуального капитала, которые рассмотрим подробнее.

I. Консультирование по созданию и развитию интеллектуального или инновационного бизнеса.

Процесс формирования интеллектуального капитала людей, связанный с открытием своего дела - инновационного старт-ап - предприятия, или производства интеллектуальных товаров и услуг несомненно требует консультаций и новых институциональных решений. Для создания своего дела необходима руководящая команда и привлечение партнеров на начальном этапе принятия решения о

запуске нового предприятия. После того, как было принято решение об открытии своего дела, следуют несколько этапов его запуска.

Но прежде отметим, что любое дело развивается успешно и приносит прибыль только в том случае, когда человек занимается им с удовольствием, не столько ради денег, сколько ради самого дела, саморазвития и самореализации, когда он получает удовольствие от самого процесса и когда ему хочется этим заниматься.

### 1. Формирование бизнес-идеи

Вместе с этим, не менее важно и то, что бизнес должен приносить прибыль. В этой связи предстоит найти бизнес-идею, которую можно коммерциализировать. Здесь необходимо определить, какие инновационные товары и услуги человек может предложить потребителям, которые смогут принести доход и окупиться хотя бы в течении года. Как правило, здесь мы имеем ввиду какой - либо инновационный, интеллектуальный продукт или услугу, которую мы бы хотели запустить на рынок.

### 2. Изучение рынка

Прежде чем взяться за реализацию своей бизнес-идеи, нужно внимательно изучить рынок, на котором планируется работать: прояснить, за счет чего выживают конкуренты, прояснить, что человек сам может предложить, и определить, в чем будут заключаться его основные конкурентоспособные черты. Здесь нужно проведение мониторинга конкурентов, который можно провести самостоятельно, либо с помощью услуг консалтинговых компаний.

В отношении интеллектуальных продуктов и услуг основной проблемой является их доработка до рыночных потребностей и создание их максимально понятными для потребителя. Также необходимо собрать информацию о возможных будущих новых конкурентах, если такие имеются, и о производителях товаров-заменителей и товаров-комплектантов.

### 3. Проведение экономических расчетов

На данном этапе необходимо составление подробного бизнес-плана, благодаря которому можно будет понять, на что рассчитывать. Он необходим в случаях привлечения денежных средств (ссуд, кредитов) со стороны или привлечения к реализации планов развития фирмы потенциальных партнеров, которые могут вложить собственный капитал или технологию, а также в случае привлечения инвесторов, которые затем будут получать свой процент на капитал.

### 4. Юридическое оформление предприятия

В российском законодательстве предусмотрено несколько организационно-правовых форм хозяйствующих субъектов, а также налоговых систем и режимов, которые необходимо выбрать для себя, зарегистрироваться, встать на учет и оформить документы, в том числе расчетный счет в банке и лицензию, если это необходимо.

Малое предприятие (например, производство приборов) может быть оформлено как индивидуальный предприниматель. Но в случае его развития и расширения с привлечением крупных инвесторов, придется зарегистрировать акционерное общество.

## 5. Применение стартового капитала

На начальном этапе открытие дела требует вложений. Это может быть аренда помещения, регистрация предприятия, закупка оборудования и материалов, зарплата наемным работникам, и многое другое. Для этого необходимо располагать суммой, достаточной для того, чтобы открыть предприятие и продержаться до тех пор, пока бизнес начнет приносить прибыль. Стартовый капитал может быть собственным и заемным (банки и инвесторы), а также это может быть выигранный грант или тендер.

## 6. Подбор сотрудников

Любой бизнес (если его вести официально и с соблюдением всех финансовых и юридических требований) состоит из большого количества процессов. Кроме основного бизнес-процесса необходимо заниматься и рядом неосновных, но обязательных процессов (например, бухгалтерский учет, транспортировка грузов, перевозка, программное обеспечение и т.п.). Можно заниматься всем самому человеку, либо нанять и трудоустроить сотрудников, либо на какие-то направления привлекать услуги аутсорсинга.<sup>1</sup>

В интеллектуальном производстве, особенно, если оно носит инновационный характер, обязательно должны непосредственно присутствовать исследователи, разработчики и специалисты, занимающиеся исследованиями или НИОКР.

## 7. Запуск предприятия

Это заключительный этап перед запуском производства, на котором руководитель должен провести подготовительные мероприятия в зависимости от своего выбора: заключить договора аренды, охраны помещений и т.д., сделать ремонт в помещении, установить оборудование, оформить страницу в социальных сетях, запустить свой сайт, дать объявления в СМИ, запустить рекламу (если это необходимо) и т.д.

## 8. Развитие предприятия

Для развития предприятия нужен общий стратегический план того, каким человек будет видеть свое предприятие через 5, 10 лет, каких целей он должен достигнуть, а также спланированные тактические действия по выпуску продуктов и услуг, взаимоотношениями с органами власти и конкурентами, тактику общения с поставщиками и покупателями и др.

Таким образом, ведение и построение своего дела требует грамотного подхода, предпринимательских навыков и наличия определенных компетенций финансового, юридического и профессионального характера.

II. Консультирование в построении индивидуальной карьерной траектории. Данный институт является совершенно новым, но очень востребованным в настоящее время и представляет собой разновидность институтов развития человека.

В большинстве случаев даже при весьма успешных примерах движение человека по карьерной лестнице происходит спонтанно, во многом зависит от мнения руководства и не контролируется самим человеком. Но продвижение будет гораздо более эффективным, и, что самое главное, осознанным, если подойти к этому вопросу более серьезно и грамотно. Проектированием своей карьерной траектории можно заниматься лично, а можно также прибегнуть к услугам кон-

сультантов по карьере. Проектирование карьерной траектории также проводится в несколько этапов, которые рассмотрим более подробно.

### 1. Составление резюме и прохождение собеседований

В настоящее время, особенно в условиях кризиса, при трудоустройстве необходимо написать грамотное, презентабельное, нетривиальное, резюме, чтобы выделиться себя на фоне других и заинтересовать работодателя, а также выгодно презентовать себя на собеседовании, где показать свои сильные стороны, достоинства, успешный опыт работы, а также указать, чем он может быть выгоден для компании или конкретной должности.

Многие соискатели идут по пути «от вакансий», просматривая требования к должностям и соотнося их со своими возможностями. Но есть и более легкий путь «от собственного резюме», когда грамотное и положительно выделяющее человека резюме, запущенное на сайты по трудоустройству, приводит к тому, что ему приходят предложения, а также к тому, что, приехав на собеседование по одной вакансии, кандидата в итоге могут взять на другую, более престижную и высокооплачиваемую должность.

Плюсом к этому является важность проявления на собеседовании психологической устойчивости, адекватной самооценки, признания своей профессиональной ценности, талантов и достижений. При этом не нужно переступать через себя и устраиваться на работу не по душе, менее подходящую или менее оплачиваемую, если вы считаете, что на большее не способны или не достойны большего, т.к. потом человек в итоге не выдерживает работы не в своей среде и вынужден уходить.

### 2. Устройство на работу и прохождение начального этапа трудовой деятельности.

После устройства на работу необходимо хорошо зарекомендовать себя в коллективе, показать грамотным, инициативным и интересующимся специалистом в своем отделе, в компании, в своей сфере деятельности. Затем нужно стать ключевым и незаменимым сотрудником.

### 3. Становление ведущим или главным специалистом в своем отделе, экспертом в своей области знаний.

Следом за тем, как человек овладевает необходимыми основными профессиональными «жесткими» навыками, нужно обязательно развить в себе «гибкие» навыки - коммуникационные, общественные и социальные и выстроить отношения по горизонтали и по вертикали, сформировать связи, а также навыки самопрезентации и подачи себя, которые также важны на современных предприятиях<sup>2</sup> (создание собственных фото в социальных сетях и презентабельного вида на рабочем месте, и, что особенно важно, - при участии в совещаниях, конференциях и т.д.).

Идеальный сотрудник должен обладать качествами ответственности, трудолюбия, любознательности, инициативы, доброжелательности и коммуникации, готовности помочь, но не позволять садиться себе на шею. В настоящее время трендовой тенденцией успешных сотрудников является широкий кругозор зна-

ний и компетенций, желательно в нескольких смежных областях деятельности при этом с одновременной узкой экспертной специализацией в одной отрасли.

В настоящее время все более возрастает интеллектуально-профессиональная деятельность людей, и особенно инновационная и проектная деятельность на стыке наук и различных областей и сфер деятельности, на пересечении которых создаются инновационные проекты и новые продукты, инновационные компании и новые решения и т.д.<sup>3</sup> Например, создание моделей искусственного интеллекта, разработка бизнес-программ и программ обучения, проектирование медицинского оборудования и маркировок, стилистические услуги в технотроструктурах, логистика экопроектов и т.д. Это является хорошей возможностью для собственного профессионального развития. Современный рынок труда и система общественно-экономического устройства требует совмещения специальностей и областей знаний, с одной стороны - их расширение, а с другой - углубление. Все активнее появляются научные исследования на стыке наук и даже предполагается коллективная защита дипломных проектов с участием специалистов из различных отраслей.

#### 4. Начало работы на руководящих должностях.

Далее, когда вы начинаете работать на руководящей должности, у вас начинается период активного построения карьеры. Здесь у многих людей опять же это продвижение складывается спонтанно, они особо не прилагают усилий к ее построению. Но лучше, если начиная работать на одном месте, человек сразу будет видеть свою примерную траекторию, видеть в перспективе свою следующую должность. Тогда он сможет более осознанно подойти к работе, принятию решений и выполнению задач, к отношениям в коллективе, а также к своему дополнительному обучению, возможно - получению второго высшего или дополнительного образования и сможет стать более компетентным и лучше подготовиться к следующему этапу. К примеру, начав работать специалистом 1 категории в управлении, вы затем переходите на должность ведущего специалиста в отдел, затем становитесь заместителем начальника и начальником отдела, и в итоге - заместителем директора по определенным вопросам и директором. Здесь важны только знания и навыки человека, его желание работать и развиваться в коллективе. Таким образом, в общем виде существует от 5 до 10 ступеней карьерного роста. Естественно, что в реальности эта траектория может корректироваться и отходить от изначального видения, детали могут меняться, но главное - общее движение вперед и повышение.

5. Переход на более высокие руководящие должности и в топ-менеджмент компаний, который был рассмотрен нами ранее.

Заметим, что в карьере важно своевременно видеть и не упускать свои шансы и возможности для повышения, а также учиться влиять на окружающую действительность и эти возможности создавать.

Отметим также, что в настоящее время успешные люди практикуют не просто несколько областей деятельности, но построение нескольких карьер. К примеру, это может быть карьера одного из руководителей компании, профессора в университете и эксперта или советника в какой-либо области (финансовый со-

ветник, например) или творческая карьера писателя детских сказок, к примеру. Вариантов может быть множество, главное - реализовать свои качества, природные склонности и таланты.

6. Дальнейшее продвижение с расширением областей знаний и сферы деятельности.

В дальнейшем возможен переход на государственную службу или параллельное занятие общественной деятельностью, проектами, вхождение в руководящий состав других предприятий, более крупных холдингов и т.п.

В построении карьерной траектории профессиональные консультанты используют методы, подходящие разным типам людей - рациональным и эмоциональным. Составляются профили для рациональных людей, в которых рассматриваются их сильные стороны и зоны развития, и на него накладываются типичные должности, которые могут подойти, а затем, после дальнейшего развития, - и более высокие должности. Для эмоциональных людей профиль - это скорее профессиональный стиль, который включает образы и интуицию, на которые затем накладываются проекты, направления деятельности и должности на них.

7. Период накопления и активной передачи знаний, навыков и опыта.

Здесь человек уже предпенсионного и пенсионного возраста сосредотачивается на передаче своих знаний и опыта более молодому поколению, обучению тех, кто мог бы продолжить его дело в будущем. Это преподавательская, наставническая, менторская, кураторская деятельность, консультирование и простое общение. В этот период происходит активное накопление интеллектуального капитала у человека, отдающего знания и его развитие в качестве наставника, управляющего человеческими ресурсами. При этом он может сохранять за собой свою профессиональную должность. Если в своей жизни он занимался построением нескольких карьер, то вполне возможно, что если одна из них с возрастом заканчивается, то другая, творческая, к примеру, будет продолжать успешно развиваться.

Таким образом, в настоящий момент в целях развития интеллектуального капитала и содействия повышению занятости необходимо проведение консультационных и иных мероприятий по вопросам построения карьерной траектории, открытию и развитию своего дела.

---

<sup>1</sup> Комаров В.Ф., Выжитович А.М. Условия применения аутсорсинга на предприятии // Вестник НГУ. Серия. Социально-экономические науки. - 2013. - Выпуск 2. - С. 157-165.

<sup>2</sup> Шишилов В. Перечень навыков soft-skills и способы их развития. Библиотека управления. Корпоративный менеджмент. Режим доступа: [https://www.cfin.ru/management/people/dev\\_val/soft-skills.shtml](https://www.cfin.ru/management/people/dev_val/soft-skills.shtml)

<sup>3</sup> Макаров В.Л. К вопросу о проектной экономике // Актуальные проблемы экономической теории. - 2013. - № 3 (62). - С. 8- 12.

# INSTITUTIONAL INNOVATIONS TO CREATE INSTITUTIONS FOR THE DEVELOPMENT OF INTELLECTUAL CAPITAL THAT PROMOTE PROFESSIONAL GROWTH AND EMPLOYMENT

© 2020 Karpenko Olga Anatoljevna  
Candidate of Economics  
© 2020 Levchenko Larisa Vladimirovna  
Candidate of Economics, Professor  
Samara State University of Economics  
E-mail: olga180008@yandex.ru

**Keywords:** innovative enterprises, intellectual goods and services, institutional solutions, career trajectory, heavy and flexible skills, self-presentation skills.

The paper deals with the development of human intellectual capital. New modern institutions of human development are subject to research - consulting activities on the creation and development of their business and consulting on the construction of an individual career trajectory. In this case, the stages of consultation for the successful achievement of a person's goals are considered.

УДК 334  
Код РИНЦ 02.10.00

## СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СИСТЕМЫ И ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ИННОВАЦИИ ПО ФОРМИРОВАНИЮ И РАЗВИТИЮ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ РЕСУРСОВ И КАПИТАЛА

© 2020 Карпенко Ольга Анатольевна  
кандидат экономических наук  
© 2020 Левченко Лариса Владимировна  
кандидат экономических наук, профессор  
Самарский государственный экономический университет  
E-mail: Olga180008@yandex.ru

**Ключевые слова:** профессиональная ориентация, надпрофессиональные навыки, сетевые профессии, инновационное мышление, технологии e-learning.

Статья посвящена исследованию основных современных проблем образовательной сферы. Рассматриваются конкретные и общесистемные проблемы как общего, так и среднего профессионального и высшего образования. В завершение предлагаются институциональные инновации в образовательной сфере, касающиеся введения расширенной трехэтапной системы проведения профориентационных мероприятий и дополнительного обучения надпрофессиональным навыкам. Также в статье отмечаются ведущие тренды развития современных университетов.



Современное развитие интеллектуальных ресурсов, возможностей и условия формирования интеллектуального капитала в целом характеризуется ускорением и большой практической направленностью.

В современной российской системе образования накопилось множество проблем, волнующих большинство семей с детьми. Помимо вопросов оплаты труда, технического оснащения и финансирования учебных заведений, существуют проблемы, напрямую касающиеся учебного процесса и развития интеллектуальных качеств человека, основные из которых рассмотрим подробнее.

I. Проблемы современного школьного образования в целом носят системный характер. Среди которых можно выделить несколько наиболее волнующих современных родителей.

1. Чрезмерная нагрузка на учащихся, увеличение требований. Сейчас образовательная сфера переживает определенный кризис, связанный с трудностями ЕГЭ и поступлением в вузы. В этой связи главной проблемой является поиск возможностей снижения нагрузки на учащихся школ и повышение общедоступности высшего образования. Очевидно, что необходимо снизить нагрузку на учащихся без снижения качества обучения по профильным предметам.

2. Требование углубленного изучения непрофильных предметов, связанное с введением обязательного ЕГЭ по физике и истории. Соответственно, нужно отменить нагрузку по изучению непрофильных предметов и введения ЕГЭ по ним.

3. Перевод контрольных мероприятий по гуманитарным предметам, требующего субъективного оценочного суждения ученика, в тестовый режим ЕГЭ, например, литературы, истории, географии.

4. Проблемы, связанные с введением режима обучения в удаленном формате. В семьях возникают трудности с распорядком дня ребенка, режимом труда и отдыха. В связи с постоянной работой за компьютером наблюдается снижение концентрации внимания, быстрая утомляемость, нервозность и даже возрастание психологических проблем. Отдельно идут технические сложности и перебои с работой интернета и параллельно с ними всплывают финансовые проблемы, ведь не у всех семей есть возможность организовать для каждого ребенка индивидуальное рабочее место с компьютером. Здесь необходима дополнительная адресная материальная помощь семьям по оснащению организационной техникой и необходимыми школьными принадлежностями и проведение дополнительных консультаций по удаленной учебе.

5. Проблемы, связанные с развитием заболеваний гиподинамии и ожирения у детей в связи с тем, что обучение большому количеству материала требует сидения в одной позе по многу часов. К отсутствию свободного времени для прогулок и физической нагрузки добавляется дефицит времени для полноценного отдыха и сна, в связи с чем у детей и подростков также происходит ухудшение здоровья.

Следствием указанных проблем являются еще более серьезные проблемы молодежи, носящие общесистемный характер.

1) Появление учащихся, прослушавших курс средней школы, но не сумевших получить аттестат о среднем образовании. Как следствие этого, они не могут

устроиться на работу и поступить на учебу. Для решения этой проблемы нужно своевременно переводить неуспевающих детей в классы коррекции, вводить систему репетиторства по основным предметам и следить за их успеваемостью.

2) Дети, у которых тестовая система и режим удаленного обучения привели к снижению психического и физического здоровья. Здесь нужно контролировать состояние здоровья и развития ребенка. Как вариант уменьшения подобных последствий необходимо проводить медицинские осмотры перед проведением тестов и выдавать разрешения, а также вводить обязательное дежурство медиков на экзаменах.

3) Абитуриенты, чьи знания не получили подтверждения результатами ЕГЭ, которые оказались ниже их реальных знаний, в итоге не прошли по баллам в желаемые вузы. В качестве решения можно предложить ввести в школах дополнительно психологические консультации, тренинги и обучающие семинары по снижению напряженности и стресса при прохождении тестов.

II. Проблемы среднего профессионального и высшего образования в целом более связаны с деятельностью преподавателя.

1. Преподавание заведомо устаревших или устаревающих знаний. По словам Л. Волковой, «Система школьного и профессионального образования катастрофически не успевает за развитием науки и техники и за скоростью обновления знаний. К наиболее актуальным реформам системы образования нужно отнести ее информатизацию, внедрение технологий e-learning (дистанционного электронного образования). Существующая схема подготовки учебных пособий требует изменений: время, необходимое на их подготовку, печать и дистрибуцию, столь велико, что к тому моменту, когда учебное пособие попадает студентам, определенная часть его содержания оказывается устаревшей. Точно так же не соответствуют реалиям некоторые методические и методологические подходы и решения. Технологии e-learning, во-первых, значительно ускоряют скорость доставки знаний к обучаемым, а во-вторых, сокращают общепринятые темпы их усвоения. В качестве примера, услышанного на международной конференции по дистанционному обучению, можно привести тот факт, что теория относительности Эйнштейна на специализированном факультете и по классической схеме изучается целый семестр, а с применением технологий e-learning - может быть освоена за три недели, причем без ущерба для качества приобретенных знаний!».<sup>1</sup> Такие технологии позволяют существенно экономить время как студентов, так и преподавателей.

2. Устаревание материально-технической базы как в учебных заведениях, так и на производствах. Проблемой является слабо развитая производственная база, на которой будут изучаются, тестироваться и работать новые приборы, модели и устройства, создаваемые в технических колледжах и вузах. Она отстает от реальной производственной базы ведущих отраслевых предприятий. Бывает и так, что новый прибор, к примеру, для экономии воды в промышленности, разработан и готов к эксплуатации, но сама производственная база предприятия настолько устарела, что прибор даже невозможно поставить на старое оборудование и пр.

III. Проблемы, связанные с изменениями на современном рынке труда. За последние 3 года происходит все больше случаев потери работы в связи с устареванием отдельных профессий и появляется необходимость выбора новой профессии, обучения и трудоустройства. В 2020 году на рынке труда произошло резкое увеличение количества удаленной работы и массовый толчок к развитию новых сетевых профессий, которые из разряда профессий будущего плавно переходят в разряд профессий настоящего (сетевой врач, преподаватель, консультант и т.д.).<sup>2</sup> Вместе с тем в открытом доступе сравнительно мало аналитической информации о перспективных и востребованных профессиях в будущем. И прежде чем начинать учебу новой профессии, необходимо понять верно ли это направление дальнейшего развития человека, для чего может понадобиться курс современных профориентационных мероприятий. Кроме того, на время обучения новой профессии человеку среднего возраста, обремененного семьей, понадобится возможность стороннего заработка.

Вместе с этим зачастую людям требуется дополнительное обучение для развития современных надпрофессиональных навыков, которым не учат в современной системе образования.

Таким образом, можно выделить общие проблемы, существующие на всех ступенях обучения:

1. Быстрое устаревание знаний,
2. Чрезмерная нагрузка на учащихся в связи с введением ЕГЭ,
3. Гиподинамия и трудности учебы в удаленном режиме,
4. Проблема загруженности преподавательского состава, которая особенно остро стоит в вузах,
5. Проблема отсутствия комплекса профориентационных мероприятий для взрослых,
6. Проблема недостаточного финансирования учебных заведений и устаревания производственных мощностей, что особенно актуально для школ и бюджетных учреждений, а также низких заработных плат преподавателей,
7. Проблема развития надпрофессиональных навыков современного человека.

Определенные проблемы из представленного перечня носят системный и институциональный характер, и для их решения требуются изменения на уровне государственной политики - проблемы устаревания знаний и недостаток финансирования учебных заведений. Но в отношении профориентационных мероприятий, проблем развития надпрофессиональных навыков и другим вопросам можно попытаться предложить решения в современных общественно-экономических условиях. Итак, можно выделить 2 актуальных и возможных в настоящее время направления образовательных и институциональных изменений, требующих организации обучающих и консультационных мероприятий по формированию и развитию интеллектуального капитала:

- I. Система профориентационных мероприятий,
  - II. Развитие надпрофессиональных навыков современного человека.
- I. Система профориентационных мероприятий

В связи с быстрой сменой направлений интеллектуального профессионального развития человека усиливается важность и необходимость проведения своевременной профессиональной ориентации. По нашему мнению, ее целесообразно проводить в 3 этапа:

1. Первичная профессиональная ориентация - до момента выбора профессионального направления обучения,

2. Вторичная профессиональная ориентация - на начальном этапе обучения, на 1-2 курсах техникумов и колледжей и на 1-3 курсах вузов,

3. Третичная (поздняя) профессиональная ориентация - на этапе трудовой деятельности в связи с устареванием профессии и необходимостью получения новой и сменой деятельности.

При этом значение профориентации на втором и особенно на третьем этапах возрастает. Рассмотрим этапы более подробно.

1. Первичная профессиональная ориентация

На этапе обучения в старших классах общеобразовательной школы подростки сталкиваются с необходимостью выбора предметов для ЕГЭ, которые послужат пропуском к поступлению в ВУЗы. Фактически они, не обладая знаниями о современном рынке труда и его тенденциях вынуждены выбирать будущую профессию. А между тем, эта информация должна быть для них доступна. Здесь подросткам и их родителям требуется прохождение совместной профессиональной ориентации в целях устранения существующих разногласий и проблем взаимопонимания.

2. Вторичная профессиональная ориентация

В связи с постоянными изменениями в современном мире и новыми потребностями рынка труда зачастую после окончания вузов специалисты оказываются невостребованными и вынуждены самостоятельно искать сначала доходное занятие по своим силам и возможностям, а затем самостоятельными средствами дообучаться или обучаться заново. Студентам необходима вторичная профессиональная ориентация и обеспечение возможности переходить на обучение по другим специальностям или совмещать обучение по двум специальностям на третьем, четвертом и пятом курсах. И для этого им нужно иметь возможность начать работать по первоначально выбранной специальности уже на первом - втором курсах, чтобы увидеть (или не увидеть) свое место в данной профессии.

Университеты же в настоящее время должны стать лидерами реформистских преобразований и главными разработчиками инноваций, а также максимально грамотно организовать обучение и подстройку работника под меняющийся рынок труда и обеспечить своевременное обучение новым профессиям.

3. Поздняя (третичная) профессиональная ориентация

Данная профориентация должна проводиться для людей средних лет с первым образованием и опытом работы, профессия которых устарела или которые столкнулись с необходимостью выбора новой специальности. Им также нужны знания о современных тенденциях на рынке труда, но кроме этого, помощь при выборе верного направления развития: направления обучения, дальнейшего тру-

доустройства и, что немаловажно, поиск заработка и работы в том числе на содержание семьи в период обучения.

Вместе с тем в настоящее время проводятся лишь профориентационные мероприятия в центрах довузовской подготовки при крупных вузах и отдельных техникумах, которые занимаются в основном рекламой своего заведения, разъяснением условий приема на обучение, набором студентов и отбором слушателей подготовительных курсов. Вместе с тем, они не обеспечивают всего комплекса профориентационных мероприятий, в том числе занятий с психологом, обзора современного рынка труда и его последних тенденций, которые бы обеспечивали человеку видение полной картины современных профессий и направлений и возможность выбора профессии в соответствии со своими способностями. Профориентационные мероприятия должны представлять собой комплекс последовательных мероприятий.

- Первая встреча - собеседование, определение ситуации, требующей помощи и корректировки,
- Проведение профориентационных тестов и индивидуальных консультаций, в том числе психологических,
- Определение направления дальнейшего обучения, подготовки и трудоустройства, возможно нескольких направлений,
- Выбор учебного заведения,
- Прохождение вступительных испытаний,
- Выбор фирм - работодателей на период учебы,
- Составление резюме, подготовка документов, их рассылка,
- Прохождение собеседований,
- Получение направления на обучение и работу.

Индивидуальные мероприятия, консультации, встречи должны проводиться единолично, а проведение профориентационных тестов, составление резюме и подготовка документов могут проводиться в группах. В результате обращения в профориентационный центр ожидается появление у человека определенности и устойчивости в дальнейшем направлении развития, сознательный выбор этого направления и начало новой деятельности.

## II. Развитие надпрофессиональных навыков современного человека

В настоящее время существует более 15 надпрофессиональных навыков развития современного человека, практически необходимых в повседневной, в том числе профессиональной жизни. Как правило, человеку нужны если не все надпрофессиональные навыки, то большая их часть. Они требуют обучения, но комплексные обучающие программы или центры обучения надпрофессиональным навыкам в настоящее время отсутствуют и представлены лишь отдельные направления обучений (например, финансовая грамотность, изучение языков, повышение ИТ-навыков). Перечислим надпрофессиональные навыки, которые могут пригодиться в жизни и работе современному человеку. Это инновационное мышление, повышение финансовой, юридической и ИТ-грамотности, экологичное мышление и бережливое производство, эффективная организация работы и деятельности и навык тайм-менеджмента, системное мышление и управление

проектами, работа с людьми, межотраслевая коммуникация и клиентоориентированность, работа в условиях неопределенности и в удаленном режиме, психическая устойчивость и эмоциональный интеллект, мультиязычность и мультикультурность, навыки ведения социальных сетей и самопрезентации.<sup>3</sup>

Развитие надпрофессиональных навыков является важным современным трендом в развитии образования, но не единственным. Знания быстро устаревают после выхода из университета и невозможно определить, что из них пригодится бывшим студентам. Современным учащимся предстоит сменить за жизнь несколько профессий и учиться как минимум несколько раз в жизни. Современные университеты медленно начинают адаптироваться. Сейчас можно выделить 5 трендов развития современного высшего образования.<sup>4</sup>

1. Междисциплинарность, при которой студенты изучают не предметы, а общие темы с точки зрения комбинаций различных предметов, как близких и связанных друг с другом, так и противоположных, в том числе технических и гуманитарных, что дает широкий кругозор и формирует полную картину.

2. Практическая направленность. Ведущие вузы, например, ГУ ВШЭ, планируют перейти от защиты дипломов к групповым защитам проектов, для чего создают бизнес-инкубаторы, обеспечивают экспертную поддержку проектов и поиск инвесторов, чтобы сразу перейти к их запуску.

3. Активные формы и методы обучения (семинары, дискуссии, коллоквиумы, практические занятия) при активном участии студентов и развитие онлайн-систем и платформ обучения и смешанного обучения.

4. Самостоятельность студентов при выборе двух и более профильных областей и желаемого сочетания предметов. Это дает чувство ответственности и самостоятельный контроль за своим развитием.

5. Глобализация и востребованность зарубежных дипломов, рост образовательной мобильности и студенческого туризма, значения международного общения, олимпиад и конференций.

Таким образом, мы видим, что существующие проблемы в сфере образования диктуют необходимость его качественных, в том числе системных изменений, направленных на снижение и смягчение негативных последствий тестовой системы и удаленного учебного формата, введение расширенного процесса проведения профориентационных мероприятий и обучения новым современным навыкам, росту самостоятельности и практичности в обучении.

---

<sup>1</sup> Волкова Л., Чепуренко А.Ю., Марголит Г.Р., Гостомельский А. Барьеры на пути инноваций в России. Режим доступа: <https://fom.ru/posts/10707>

<sup>2</sup> Атлас новых профессий. Новые профессии. Режим доступа: <http://atlas100.ru/catalog/>

<sup>3</sup> Атлас новых профессий. Надпрофессиональные навыки. Режим доступа: [http://atlas100.ru/future/crossprofessional\\_skills/](http://atlas100.ru/future/crossprofessional_skills/)

<sup>4</sup> Черепанова Ю. Школа будущего: пять трендов, которые совершат революцию в высшем образовании. 08.07.2020. Режим доступа: <https://yandex.ru/turbo/s/forbes.ru/karera-i-svoy-biznes/404527-shkola-budushchego-pyat-trendov-kotorye-sovershat-revolyuciyu-v-vysshem>

# MODERN PROBLEMS AND TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF THE EDUCATIONAL SYSTEM AND INSTITUTIONAL INNOVATIONS FOR THE FORMATION AND DEVELOPMENT OF INTELLECTUAL RESOURCES AND CAPITAL

© 2020 Karpenko Olga Anatoljevna  
Candidate of Economics  
© 2020 Levchenko Larisa Vladimirovna  
Candidate of Economics, Professor  
Samara State University of Economics  
E-mail: olga180008@yandex.ru

**Keywords:** professional orientation, supra-professional skills, network professions, innovative thinking, e-learning technologies.

The article is devoted to the study of the main modern problems of the educational sphere. The article considers specific and system-wide problems of both General and secondary vocational and higher education. Finally, the authors propose institutional innovations in the educational sphere, which include the introduction of an expanded three-stage system of career guidance and additional training in supra-professional skills. The article also highlights the leading trends in the development of modern universities.

УДК 338  
Код РИНЦ 06.00.00

## АСПЕКТЫ ДОВЕРИЯ К БРЕНДУ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

© 2020 Карпов Иван Алексеевич  
кандидат экономических наук, доцент  
Самарский государственный экономический университет  
E-mail: karpovivan79@yandex.ru

**Ключевые слова:** бренд, преимущества продвижения в сети Интернет, психологический феномен доверия, мошенничество в сети Интернет.

В статье рассмотрен один из распространенных негативных моментов, связанных с коммерческими взаимоотношениями в сети Интернет, и его влияние на бренд коммерческой компании.

Актуальным направлением для работы коммерческих организаций в настоящее время является среда интернет. Непосредственным преимуществом ее для бизнеса является упрощенный поиск потенциальных клиентов, обусловленный широкими возможностями по настройке рекламы, разнообразием рекламных площадок, форм для продвижения товара. Кроме того преимуществом можно считать относительно упрощенный способ сбора информации по оценке эффек-

тивности мероприятий по продвижению для его дальнейшей оптимизации. Можно сказать, что существующие технологические возможности, сформированные тенденции по поиску, отбору информации органично интегрировали онлайн среду в жизнь современного человека. Крупные компании, используя существующие технические возможности, получают широчайший спектр информации по каждому из своих потенциальных клиентов. Для обработки «big data» информации применяются соответствующие программные продукты, которые способны формировать персонализированные предложения, наиболее привлекательные для потенциальных клиентов. Еще одним несомненным преимуществом является интерактивность среды, что позволяет обеспечить для компаний обратную связь в коммуникациях с потребителем со всеми сопровождающими преимуществами: возможность выявления негативного отношения к предложениям, возможность быстрого ответа на вопросы, работу замечаниями и т.д.

Однако при этом часть информации попадает к недобросовестным участникам рынка. Причем большинство потенциальных покупателей осознают, что наиболее привлекательной сферой для мошенничества является интернет.<sup>1</sup> То есть можно говорить о данном явлении как об одном из наиболее существенных недостатков данного медиаканала. Так в сложившихся условиях вынужденного массового перехода в онлайн предпринимательство из-за ограничений офлайн торговли, как следствие коронавируса, наблюдается увеличение мошенничества в сети. По некоторым сферам объем подобной, мошеннической рекламы превысил ее размеры от добросовестных рекламодателей. Также многообразным являются формы мошенничества. Например, специалисты Сбербанка выделяют следующие наиболее популярные схемы мошенничества: предложение товара по крайне низкой цене; искусственный технический сбой на сайтах объявлений; «фейковые» службы доставки.<sup>2</sup> Эти схемы направлены на то, чтобы простимулировать человека перевести денежные средства на указанные счета мошенников. Все это приводит к тому, что усилия мошенников приносят свои плоды. Отметим, что подобный недостаток интернета как медиаканала либо фактически игнорируется исследователями в сфере маркетинга, рекламы, либо на нём не заостряется внимание. Рассмотрим влияние мошенничества от имени известных брендов на их деятельность.

Первоначально кратко охарактеризуем основные ключевые особенности брендов, их преимущества для потребителей. В первую очередь отметим, что бренд для покупателя это некий набор положительных, эмоционально окрашенных характеристик. Замеры изменения физиологических характеристик человека при выборе бренда позволяют сформулировать такой вывод. Возможности по проведению нейромаркетинговых исследований убедительно подтверждают данный факт. Именно удовольствие связанное с выработкой дофамина лежит в основе принятия положительных покупательских решений.<sup>3</sup> Как справедливо отмечают Егорова Е.С., Храпкина А.В. бренды создают ожидания ценности от приобретения товара, они представляют собой некое обещание ценности.<sup>4</sup> То есть покупатель ожидает получение положительных эмоций от покупки бренда, от его характеристик.



Одной из наиболее значимых черт бренда является его способность вызывать доверие у своего покупателя. Обязательность наличия этой характеристики для бренда подчеркивается многими исследователями.<sup>5</sup> И хотя категорию «доверие» принято рассматривать с позиций философии и психологии, тем не менее, ее значимость для описания взаимоотношений брендом не подлежит сомнению, а разработанное описание доверия как психологического феномена позволит более глубоко взглянуть на данную проблему. Под доверием принято подразумевать некоторую предсказуемость во взаимоотношениях.<sup>6</sup> То есть бренд должен предсказуемо иметь определённый уровень качества, обладание брендовой вещью должно приводить к подчеркиванию социального статуса и т.п. Потребитель ищет среди многообразия предлагаемых товаров некие «островки безопасности», которыми могут выступать бренды, гарантируя эту самую безопасность, предсказуемость. Доверие лежит в основе любых устойчивых взаимоотношений, поэтому, например, использование объективно эффективной современной концепции, маркетинга взаимоотношений, невозможно без доверия, как и брендинг.

Каким же образом повлияют мошеннические действия от имени известного бренда на его восприятие, на доверие к нему со стороны потребителей? Однозначного ответа на данный вопрос дать нельзя. В первую очередь это зависит от степени доверия к бренду со стороны потенциальных потребителей. Классик маркетинга Ф.Котлер выделял среди клиентов бренда такие категории как лояльные пользователи, приверженцы, непостоянные покупатели т.п. И если для одних категорий покупателей для изменения отношения к бренду достаточно нескольких негативных отзывов о нём, то для других частные негативные случаи практически не влияют на доверие к бренду. В этой связи отметим, что, безусловно, доверие предполагает обмен информацией, но не характеризуется только коммуникационной сферой между покупателем и брендом. Поэтому можно предположить, что существенных негативных последствий для лояльных потребителей бренда не будет из-за разовых мошеннических действий от его имени, либо из-за других негативных случаев. Это обусловлено тем, что на взаимоотношения откладывает отпечаток объективные характеристики предложения, влияние референтных групп и т.д. Однако при этом маркетинговое управление должно стремиться к минимизации подобных негативных моментов от общения брендом, поэтому крупные корпорации предпринимают превентивные меры по устранению возможности мошенничества от их имени, которые при долгосрочной перспективе всё же могут негативно сказаться на образе бренда.

---

<sup>1</sup> Евтушенко И.И. Виктимологические особенности потерпевших от мошеннических действий (по материалам Республики Крым). Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Юридические науки. 2018. № 4. С. 196-202.

<sup>2</sup> Объем рекламы мошенников превысил традиционную финансовую рекламу. Режим доступа: <https://www.sostav.ru/publication/tsb-rasskazal-o-novoj-skHEME-finansovogo-moshennichestva-cherez-reklamu-44247.html>

<sup>3</sup> Ларионова Т.П., Алексеева М.О., Тимофеева Е.А. Дофаминовая петля нейромаркетинга Аллея науки. 2018. Т. 1. № 3 (19). С. 391-393.

<sup>4</sup> Егорова Е.С., Храпкина А.В. Использование метода архетипов в персональном брендинге Наука. Общество. Государство. 2018. Т. 6. № 1 (21). С. 153-157.

<sup>5</sup> Арпентьева М.Р., Брайцева С.В. Архетипы и ролевые модели в визуальном брендинге Знак: проблемное поле медиаобразования. 2018. № 2 (28). С. 153-166.

<sup>6</sup> Пороховская Т.И. Доверие как моральный феномен. Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Философия. Политология. Культурология. 2018. Т. 4 (70). № 1. С. 56-64.

## ASPECTS OF BRAND TRUST ON THE INTERNET

© 2020 Karpov Ivan Alexeevich  
PhD, Associate Professor  
Samara State University of Economics  
E-mail: karpovivan79@yandex.ru

**Keywords:** brand, advantages of promotion on the Internet, psychological phenomenon of trust, fraud on the Internet.

The article considers one of the most common negative aspects related to commercial relationships on the Internet and its impact on the brand of a commercial company.

УДК 338

Код РИНЦ 06.00.00

## КРИТЕРИИ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ДОГОВОРА АРЕНДЫ ПРИ ПРИМЕНЕНИИ СТАНДАРТА МСФО (IFRS) 16 «АРЕНДА»

© 2020 Кварацхелия Милана Сосоевна\*  
магистрант  
Самарский государственный экономический университет  
E-mail: kvaratskheliya.97@mail.ru

**Ключевые слова:** МСФО (IFRS) 16, аренда, финансовая аренда, операционная аренда, идентифицируемый актив, право замены актива, альтернативный актив, экономические выгоды, способ использования актива.

С выходом нового стандарта МСФО (IFRS) 16 «Аренда» компании должны признавать на балансе большее количество имеющихся договоров аренды. Актуальность статьи объясняется необходимостью корректного определения договора аренды для дальнейшего учета и составления неискаженной финансовой отчетности. В статье анализируются критерии, согласно которым можно определить, подпадает ли тот или иной договор под договор аренды в соответствии с требованиями МСФО (IFRS) 16 «Аренда».

---

\* Научный руководитель - **Наумова Ольга Александровна**, кандидат экономических наук, доцент.

На сегодняшний день компании, составляющие отчетность в соответствии со стандартами МСФО, должны отражать в бухгалтерском балансе договора аренды, имеющие длительный характер, при этом имущество, переданное по договору аренды, не должно являться малоценным.

До вступления в силу стандарта по МСФО IFRS 16 «Аренда» компании не отражали на балансе договора аренды, раскрывая при этом информацию в пояснениях к бухгалтерскому балансу. Аналитики, используя данную информацию, вносили корректировки в показатели опубликованной финансовой отчетности с целью корректного определения финансового положения компании. Специалисты утверждают, что в результате применения IFRS 16 «Аренда», финансовая отчетность компаний станет более «прозрачной» и «составимой». Компании, составляющие отчетность в соответствии с МСФО смогут сами оценивать свои обязательства по аренде в соответствии с установленной методологией.

Однако у данного перехода на новый стандарт по учету договоров аренды есть свои последствия. Одним из таких последствий является «необходимость выяснения всех договоров аренды и извлечения данных об аренде»<sup>3</sup>, то есть, потребуется больше усилий для того, чтобы идентифицировать договора аренды, получить из них необходимую информацию для применения нового стандарта и решить в рамках каждого договора, требует ли он отражения в балансе/за балансом.

Стандарт IFRS 16 «Аренда» исключает действующую ранее двойную модель учета аренды как операционной или финансовой и предусматривает единую модель учета, согласно которой все договора аренды, содержащие компонент аренды, должны быть отражены в бухгалтерском балансе. Таким образом, проблемным является определение в договоре компонентов аренды с целью принятия решения об отражении данного договора на балансе или же за балансом, как договора об оказании услуг. Получается, что организация в момент заключения договора должна определить, является ли договор в целом или его отдельные элементы арендой.

Согласно IFRS 16 «Аренда», фундаментальным требованием для определения аренды является наличие идентифицированного актива. Именно определение идентифицированного актива является наиболее сложным и вызывает массу вопросов, потому что один и тот же объект может при одних условиях выполнять данную функцию, при других - нет. Например, волоконно-оптический кабель обладает способностью передачи на большое расстояние. В случае, если кабель используется полностью с целью передачи связи на расстояние, то данный объект является идентифицированным активом, а договор на оказание услуг передачи является договором аренды данного канала передачи. Если в качестве канала передачи используется лишь часть кабеля, а другие части эксплуатируются иными лицами, то данный объект не является идентифицируемым и заключенный договор не относится к договору аренды.

Другим существенным аспектом является право на замену. В случае, если арендодатель может произвести замену актива на другой при этом получив экономическую выгоду от реализации данной операции, значит он не имеет кон-

троля над использованием актива, что говорит о том, что заключенный договор не содержит компонента аренды, а является договором на оказание услуги. Заказчик в данном случае должен осознанно подходить к данному вопросу и оценивать этот момент в период подписания договора.

К примеру, у ООО «Татнефть-Транс» для перевозок нефтепродуктов заключен договор аренды с компанией грузового транспорта ПАО «РЖД» сроком на 5 лет на транспортировку определенного количества товаров. Арендодатель в данных отношениях является ПАО «РЖД», который использует железнодорожные вагоны определенного класса и имеет большой парк аналогичных вагонов, которые могут быть использованы для выполнения требований данного договора. Состав располагается в специально отведенных местах на территории арендодателя в период, когда он не используется. При этом, затраты арендодателя по замене данных вагонов - минимальны. При таких условиях выгоды для арендодателя от замены этих вагонов другими будут превышать затраты, связанные с данной заменой, то есть арендодатель на протяжении 5 лет может заменить данные вагоны другими, которые принадлежат арендодателю. Следовательно, права замены, имеющиеся у арендодателя, являются действительными и данный договор не содержит компонента аренды в соответствии со стандартом IFRS 16 «Аренда», а является договором на оказание услуг. Если базовый актив находится у покупателя, то затраты на замену могут превышать соответствующие выгоды, тогда права замены не будут действительными и договор будет считаться арендным.

Специалисты считают, что вероятнее всего, права замены будут одним из ключевых аспектов при применении определения аренды.

И третьим важным аспектом является наличие права устанавливать способ использования идентифицированного актива. То есть, если наличие данного права остается за арендодателем, то договор не содержит компонента аренды, если за арендатором - договор является арендой и содержит необходимые компоненты, при удовлетворении вышеперечисленных критериев. К примеру, ООО «Экспойл Групп» имеет заключенные договора с компанией-судовладельцем на транспортировку груза из одного порта в другой на идентифицированном морском судне. В договоре содержится подробная информация о перевозимом грузе, указаны даты погрузки и доставки. Для перевозки груза будет задействована вся полезная грузоподъемность судна. Арендатор, ООО «Экспойл Групп» по условиям договора не имеет права контроля за использованием судна, поскольку отсутствует право устанавливать способ использования судна. В отношении использования данного судна арендатор имеет такие же права, как и любой другой покупатель услуг. Следовательно, договор не содержит компонента аренды. В то же самое время, у ООО «Экспойл Групп» заключен другой договор сроком на 5 лет на использование идентифицированного морского судна. В рамках данного договора арендатор сам определяет, какие грузы будут транспортироваться, в какой срок и т.д. с учетом ограничений, установленных договором (защитительных прав). Арендатор вправе менять свои решения на протяжении срока договора. В данном случае, договор содержит компонент аренды и подходит под договор аренды в рамках IFRS 16 «Аренда».

Таким образом, для того, чтобы договор был классифицирован как договор аренды в соответствии со стандартом МСФО IFRS 16 «Аренда» необходимо выполнение следующих критериев<sup>2</sup>:

- Наличие идентифицируемого актива;
- Отсутствие у арендодателя права замены актива на альтернативный актив без потери выгоды;
- Арендатор должен получать практически все экономические выгоды от использования актива;
- Арендатор должен обладать правом определять способ использования актива.

Можно построить определенную схему, позволяющую понять алгоритм определения договоров аренды в соответствии с МСФО (IFRS) 16 «Аренда». Алгоритм выглядит следующим образом (см. рисунок).



Рис. Алгоритм определения договора аренды в соответствии с IFRS 16 «Аренда»

Для МСФО (IFRS) 16 «Аренда» характерен новый термин - «часть договора». Под данным термином понимается то, что с применением нового стандарта выявлять наличие отношений аренды нужно не по всему договору в целом, но и по его части.

Согласно Стандарту арендодатель должен классифицировать аренду на операционную и финансовую.

Аренда является финансовой, если она подразумевает передачу практически всех рисков и выгод, связанных с правом собственности на актив. При этом, арендодатель должен признавать в своем отчете о финансовом положении активы,

находящиеся в финансовой аренде на дату начала аренды и признавать финансовый доход в течение срока аренды на основании способа, отражающего неизменную периодическую норму доходности по чистым инвестициям арендодателя в финансовую аренду.

При операционной аренде арендные платежи признаются в качестве дохода либо равномерно, либо на иной систематической основе. Данная иная систематическая основа должна применяться в случае, если она обеспечивает более адекватное отражение графика уменьшения выгод от использования актива, являющегося предметом договора аренды.

Стандарт МСФО (IFRS) 16 «Аренда» предусматривает определенные требования по переходу к его применению, а именно:

- Определение наличия признаков аренды;
- Оценка актива, представляющего собой право пользования, и обязательств по аренде;
- Операций продажи с обратной арендой до даты первого применения.

Таким образом, аренда занимает широкий пласт хозяйственных операций, который позволяет компании, с одной стороны, получать доход от имущества, которое не используется в основной деятельности, а с другой стороны - позволяет получать доход, используя чужое имущество на денежную плату. Вероятнее всего, применение нового стандарта IFRS 16 «Аренда» будет способствовать составлению более прозрачной и сопоставимой финансовой отчетности, даст возможность раскрывать истинное финансовое положение компании, также и в результате того, что новый Стандарт по аренде распространяется на все ее виды, включая аренду права использования по договорам субаренды, за исключением определенных соглашений, а именно договоров аренды, относящихся к разведке или использованию полезных ископаемых, нефти, природного газа, «концессионных соглашений о предоставлении услуг», для арендодателей - лицензий на интеллектуальную собственность, для арендаторов - договоров аренды биологических активов. Требование стандарта будет не зависимо от времени появления соглашения применяться ретроспективно на разные договора, которые признаны как договора аренды.

---

<sup>1</sup> «Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS) 16 «Аренда» (введен в действие на территории РФ Приказом Минфина России от 11.06.2016 № 111н);

<sup>2</sup> Алдарова Т.М. Учет аренды у арендодателя: анализ положений МСФО (IFRS) 16 «Аренда» // Аудиторские ведомости. 2016. № 6.

<sup>3</sup> Алексеева Г.И. Новые требования международных стандартов финансовой отчетности к учету договоров аренды // Бухгалтер и закон. 2016. № 4(180);

<sup>4</sup> Ширикова К.С. Теоретические вопросы определения срока аренды по МСФО (IFRS) 16 «Аренда» // Журнал «Корпоративная финансовая отчетность. Международные стандарты». 2019. №1;

<sup>5</sup> Ширяева Г.Ф. Финансы организаций (предприятий): учебное пособие 2-е издание, перераб. и доп. - Уфа, ВЭГУ, 2015. - 228 с.

## CRITERIA A LEASE AGREEMENT IN THE APPLICATION OF IFRS (IFRS) 16 «RENT»

© 2020 Kvaratskhelia Milana Sosoivna  
Undergraduate  
Samara State University of Economics  
E-mail: kvaratskheliya.97@mail.ru

**Keywords:** IFRS 16, rent, financial lease, operating lease, identifiable asset, the right to replace an asset, alternative asset, economic benefits, method of using the asset.

With the release of the new IFRS 16 Lease in early 2019, companies reporting in accordance with IFRS must recognize more leases in their balance sheets. The relevance of the article is explained by the need to correctly determine the lease agreement or lease component for further accounting and the preparation of undistorted financial statements. The article analyzes the criteria according to which it is possible to determine whether a particular contract falls under a lease in accordance with the requirements of IFRS 16 «Rent».

УДК 657.375  
Код РИНЦ 06.81.85

## НЕФИНАНСОВАЯ ОТЧЕТНОСТЬ КАК ИНСТРУМЕНТ МОНИТОРИНГА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

© 2020 Кожухова Виктория Валерьевна\*  
аспирант  
Самарский государственный экономический университет  
E-mail: viktoriaart1995@gmail.com

**Ключевые слова:** экономическая безопасность, корпоративная отчетность, нефинансовая отчетность, экологические риски, социальные риски, управленческие риски.

Статья посвящена исследованию возможности использования данных нефинансовой отчетности при оценке уровня экономической безопасности предприятий. Автором определено место корпоративной отчетности в системе экономической безопасности компаний. С целью мониторинга экономической безопасности организаций на основе информации, представленной в нефинансовой отчетности, разработана система показателей, позволяющих оценить ключевые экологические, социальные и управленческие риски компаний.

Создание эффективной системы экономической безопасности - одна из приоритетных задач многих предприятий. Корпоративная отчетность экономического субъекта является основным компонентом его экономической безопасно-

---

\* Научный руководитель - **Корнеева Татьяна Анатольевна**, доктор экономических наук, профессор.

сти, т.к. представляет собой основной источник своевременной, систематизированной, полной и достоверной информации об основных аспектах деятельности организации. Поскольку в состав корпоративной отчетности входит как финансовая, так и нефинансовая отчетность, представленный в такой отчетности объём информации позволяет провести всесторонний анализ основных аспектов деятельности организации, своевременно выявить и предотвратить негативное влияние возможных рисков (угроз), связанных с экологическими, социальными и др. факторами, а также принимать наиболее эффективные управленческие решения. Для создания эффективной системы экономической безопасности необходимо построение непрерывно функционирующей системы информационного обеспечения процесса управления предприятием, а также учетно-аналитической системы. Отлаженная работа системы учета, формирование не только финансовой, но и нефинансовой отчетности, раскрытие достоверных финансовых показателей и дополнительных нефинансовых данных в отчетности положительно сказывается на деловой репутации и конкурентоспособности предприятий, что способствует укреплению экономической безопасности организации.

Отдельные вопросы идентификации и оценки угроз экономической безопасности являются предметом изучения многих ученых и практиков, в том числе Вишневской О.В.<sup>1</sup>, Закировой О.В.<sup>2</sup>, Максимова А.А.<sup>3</sup> и др. На уровне предприятий проблемы экономической безопасности рассмотрены в работах таких отечественных ученых, как Абалкин Л.И., Городецкий А.Е., Кабанова А.А., Бончук Г.И. и др.

Среди зарубежных ученых исследованию экономической безопасности и нефинансовой отчетности посвящены работы Bernardi С.<sup>4</sup>, Park L.W.<sup>5</sup>, Stark A.W.<sup>4</sup>, Kim Y.<sup>5</sup> и др.

Однако единая система оценки экономической безопасности как на уровне регионов и отраслей, так и на уровне отдельных предприятий не выработана. Кроме того, отсутствуют исследования проблемы использования данных нефинансовой отчетности с целью оценки уровня экономической безопасности компаний. В этой связи особую актуальность приобретает разработка системы показателей оценки экономической безопасности, расчет которых осуществлялся бы на базе информации корпоративной отчетности компаний.

Таким образом, целью исследования является определение места отчетности в системе экономической безопасности компаний и разработка набора показателей оценки экономической безопасности предприятий на основе данных нефинансовой отчетности.

На рисунке определено место отчетности в системе экономической безопасности предприятий. Следует отметить особую роль нефинансовой отчетности в системе обеспечения экономической безопасности, поскольку именно данный вид отчетности содержит информацию об основных рисках и угрозах компании, а также раскрывает основные результаты работы компании в области экологии, благотворительности, кадровой политики, управления, отраслевое положение организации, ключевые направления её деятельности, бизнес-модель и т.д.





**Рис. Место отчетности в системе экономической безопасности предприятий**

С целью мониторинга уровня экономической безопасности предприятий в рамках исследования разработана система показателей, позволяющих оценить риски по трем основным направлениям:

- 1) экологические риски;
- 2) управленческие риски;
- 3) социальные риски.

Для оценки экологического риска целесообразным представляется использование информации о суммах экологических затрат, в том числе платы за негативное воздействие на окружающую среду. При этом важен анализ динамики данного показателя. Увеличение суммы платы за негативное воздействие свидетельствует об увеличении объемов вредных выбросов и, следовательно, увеличении экологического риска компании. Наиболее эффективная оценка рисков, связанных с экологической составляющей, достигается путем расчета частных коэффициентов экологического риска по каждому виду негативного воздействия, в том числе:

- 1) выбросы оксида углерода;
- 2) выбросы метана;
- 3) выбросы диоксида серы;
- 4) объёмы размещения отходов производства;
- 5) сбросы загрязняющих веществ в водные объекты; и т.д.

Стоит отметить, что показатели экологического риска могут меняться в зависимости от отраслевой специфики компаний.

Управленческие риски тесно связаны с результативностью деятельности организации, поэтому их оценку возможно осуществлять посредством расчета показателей рентабельности продаж (ROS), собственного капитала (ROE), активов (ROA) и анализа их динамики. Важное значение имеет определение приведенного показателя прибыли до выплаты налогов, процентов по кредиту и амортизации (ЕБИТДАскорр), который рассчитывается как операционная прибыль за вычетом амортизации и убытка от обесценения активов (за исключением дебиторской задолженности, авансов выданных и предоплаты). Одной из важных составляющих корпоративного управления является дивидендная политика, поэтому целесообразно учитывать динамику показателя суммы дивидендов на 1 акцию при оценке уровня управленческих рисков.

При проведении оценки социальных рисков целесообразно производить анализ динамики объема затрат на охрану труда и промышленную безопасность (ОТ и ПБ), а также сумм социальных выплат. Одним из важных показателей эффективности кадровой политики компании является коэффициент текучести кадров, а также динамика численности персонала. Значения коэффициента текучести кадров в пределах 3%-5% свидетельствует о естественном обновлении коллектива и не требует принятия мер со стороны кадровой службы и руководства организации. Излишне высокая текучесть кадров снижает мотивацию и преданность организации оставшихся работников, что способствует увеличению социального риска и снижению экономической безопасности компании. Кроме того, для оценки социальных рисков возможно применение коэффициентов частоты травматизма, частоты профессиональных заболеваний. При этом для наиболее точной оценки социального риска необходимо рассмотрение динамики вышеперечисленных показателей обеспеченности финансовыми средствами, сырьем, материалами, а также позволяют определить необходимость привлечения заемных средств<sup>5</sup>.

---

<sup>1</sup> Вишневская О.В. Подходы к формированию концепции обеспечения экономической безопасности организации / О.В. Вишневская // Terra Economicus. - 2011. - Т. 10. - № 1-2. - С. 18-24.

<sup>2</sup> Закирова О.В. Экономическая безопасность России: основные угрозы / О.В. Закирова // Экономическая безопасность: проблемы, перспективы, тенденции развития - Пермь, 2016. - Ч. 1. - С. 352-359.

<sup>3</sup> Максимов А.А. Экономическая безопасность предприятий. Специфические показатели экономической безопасности предприятий атомной энергетики (АЭС) / А.А. Максимов // Вестник ИДНК. - 2019. - № 1. - 0,5 п.л. [Электронный ресурс]. URL: [https://idnk.ru/images/vestnik/1\\_19.pdf](https://idnk.ru/images/vestnik/1_19.pdf)

<sup>4</sup> Bernardi C., Stark A.W. (2018). Environmental, social and governance disclosure, integrated reporting, and the accuracy of analyst forecasts. *The British Accounting Review*, 50, 16-31.

<sup>5</sup> Na, O., Park, L.W., Yu, H., Kim, Y., & Chang, H. (2019). The rating model of corporate information for economic security activities. *Security Journal*, 32, 435-456.

## **NON-FINANCIAL REPORTING: MONITORING METHOD ENTERPRISES' ECONOMIC SECURITY**

© 2020 Kozhukhova Victoria Valeryevna  
Postgraduate  
Samara State University of Economics  
E-mail: viktoriaart1995@gmail.com

**Keywords:** economic security, corporate reporting, non-financial reporting, environmental risks, social risks, management risks.

The article analyzes possibility of using non-financial data to assess the level of enterprises' economic security. The author determines the place of corporate reporting in the enterprises' economic security system. Based on the non-financial reporting information, a system of indicators developed to assess the key environmental, social and management risks in order to monitor the enterprises' economic security.

УДК 330  
Код РИНЦ 06.00.00

## **К ВОПРОСУ О ПРИМЕНЕНИИ ИНДИВИДУАЛЬНОГО ПЛАНА РАЗВИТИЯ В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ**

© 2020 Кожухова Наталья Викторовна  
кандидат экономических наук, доцент  
© 2020 Кожухова Дарьяна Александровна  
магистрант  
Самарский государственный экономический университет  
E-mail: kuka\_55\_@mail.ru, darjanak@mail.ru

**Ключевые слова:** персонал, обучение, компетенции, навыки, индивидуальный план развития, управление персоналом.

Данная статья посвящена рассмотрению вопроса о применении индивидуального плана развития в управлении персоналом современной организации.

Для достижения стратегических целей и обеспечения конкурентоспособности, каждой организации требуется достаточное количество квалифицированного персонала. В современных условиях ускоренного темпа развития технологий, и, как следствие, быстроменяющихся требований к профессиональным навыкам, поиск работников, чей уровень владения профессиональными знаниями и навыками, а также опыт работы, соответствует требованиям предприятия,

является проблемой для предприятий как России, так и других стран. С целью выхода из сложившейся ситуации, а также повышения производительности, конкурентоспособности, роста прибыльности и создания рабочих мест, необходима поддержка и оптимизация систем оценивания, обучения и развития персонала.

В качестве инструмента развития персонала применяется индивидуальный план развития, особенностью которого является высокая степень самостоятельности работника при его составлении и выполнении.

Основой для составления индивидуального плана развития могут служить, например, результаты оценки работника с применением модели компетенций: определения соответствия профессиональных знаний и навыков персонала квалификационным требованиям организации. Индивидуальные планы развития составляются, преимущественно, для ключевых специалистов, руководителей, кадрового резерва или претендентов на руководящие должности - на практике подобные категории должностей определяются как критичные для бизнеса. Причиной, по которой следует заниматься разработкой индивидуальных планов обучения для данных групп должностей, является необходимость владения работниками уникальными профессиональными компетенциями, и, следовательно, длительной и тщательной подготовки работника. Актуальность данного вопроса можно обозначить следующим образом: во-первых, необходим поиск оптимальной методики составления индивидуальных планов развития, и, во-вторых, применение данного инструмента развития является решением проблемы подготовки персонала, занимающего критичные для бизнеса должности.

В условиях цифрового общества подразумевается развитие инновационного подхода к разработке методики составления индивидуальных планов развития работников, занимающих критические для бизнеса должности. Методология такого исследования на предприятии предполагает анализ документов и материалов, относящихся к политике управления персоналом, принципам обучения и развития работников, оценке профессиональных компетенций работников, проведение интервью, а также выработка рекомендаций для эффективного применения методики составления индивидуальных планов развития. В свою очередь, рассмотрение вопросов разработки и применения методики составления индивидуальных планов развития является важным с точки зрения подготовки квалифицированного персонала, а также кадрового резерва, как для предприятий, так и в масштабах страны.

Значимость квалифицированного персонала сложно переоценить не только для организаций-работодателей, но и для государства в целом. Работники, на высоком уровне владеющие профессиональными знаниями и навыками являются ценным активом в развитии конкурентоспособной, устойчивой и инновационной экономики, и достижении стратегических целей на общегосударственном уровне. Таким образом, в условиях изменения структуры экономики, а именно перехода к экономической модели, основанной на знаниях и инновациях, ускорится изменение требований к профессиональным компетенциям. В итоге

наблюдается стойкое несоответствие между приобретенной работником квалификацией и требованиями со стороны организаций. Ситуацию на рынке труда усугубляют результаты демографических исследований, согласно которым характерны «негативный естественный прирост населения и стареющее общество».

Негативные тенденции показывает и статистика миграции рабочей силы.

По прогнозам к 2021 году больше всего квалифицированных работников будет не хватать в следующих областях деятельности: обрабатывающее производство; строительство; перевозки и складское хозяйство.<sup>3</sup>

По данным статистики ощущается нехватка в работниках, то есть, 1,6% от всех вновь созданных или освободившихся рабочих мест не было заполнено. Больше всего работников требуется в таких областях деятельности, как обрабатывающее производство и строительство.

Представленная ситуация на рынке труда может являться подтверждением правильности прогнозов, более того, число незаполненных рабочих мест в области строительства уже превосходит прогнозируемое.

Решением в сложившейся ситуации на рынке труда могут стать инвестиции в образование, системы обучения и развития персонала, и прогнозирование требований к профессиональным навыкам, что рассматривается как основа для повышения производительности труда, конкурентоспособности, экономического роста и уровня занятости. Также, предсказывается повышение значимости профессиональных навыков в стратегической перспективе. В период с 2020 года прогнозируется рост занятости среди высококвалифицированных работников, когда как уровень занятости среди низкоквалифицированных работников снизится. Это обусловлено тем, что часть работающего населения не обладает компетенциями, позволяющими добиться успеха на рынке труда (например, работа в сфере с высоким уровнем добавленной стоимости). Работники с низким уровнем образования менее всего стремятся к непрерывному обучению и развитию, по сравнению с работниками с высоким уровнем образования, и, как следствие, сталкиваются со сложностью адаптации к быстроменяющимся и повышающимся требованиям к профессиональным навыкам. В России данная проблема представлена в равной мере: наблюдается преобладание людей с низким уровнем образования и владения общими и профессиональными навыками, которые также не совпадают с требованиями со стороны работодателей. Чем больше человек с низким уровнем образования, тем больше ощущается нехватка квалифицированной рабочей силы и тем выше уровень структурной безработицы. Основной причиной структурной безработицы является отсутствие компетентных работников, например, инженеров в сфере инфотехнологий, энергетики и др.

Одной из причин подобного несоответствия квалификационных требований с реальным положением дел на рынке труда является несостоятельность системы образования. Как в исследованиях, так и в сообщениях в прессе выражается недовольство системой образования, главным образом, касающееся отсутствия у ра-

ботников общих навыков, таких, как навык общения, решения проблем, работы в команде и управления, а также профессиональных навыков.

Примерно 30% человек, ищущих работу, и обладающих либо средним, либо высшим образованием, были согласны получить работу на должности с более низкими требованиями к уровню образования. Это может говорить, во-первых, о несоответствии приобретаемых в учебных заведениях навыков требованиям на рабочем месте, и, во-вторых, о сложной ситуации на рынке труда для самих работников - работа с более низкими требованиями к образованию подчас оказывается доступнее, чем работа, требующая высокий уровень образования и специальность, которыми работник и обладает.

Для достижения стратегических целей и обеспечения конкурентоспособности, каждой организации требуется достаточное количество квалифицированного персонала. Однако, поиск работников, чей уровень владения профессиональными знаниями и навыками, а также опыт работы, соответствует требованиям организации, является проблемой. В современных условиях ускоренного темпа развития технологий, и, как следствие, быстроменяющихся требований к профессиональным навыкам наблюдается существенный разрыв между уровнем владения компетенциями работниками и требуемым набором компетенций и их уровнем освоения на предприятиях. С целью сокращения данного разрыва, а также повышения производительности, конкурентоспособности, роста прибыльности и создания рабочих мест, необходима поддержка и обновление систем оценки, обучения и развития персонала.

Организация достигает поставленных стратегических целей, в том числе, благодаря существующей системе стратегического управления персоналом: с использованием различных стратегий, политик и практик формируется квалифицированный и лояльный персонал. Основной целью стратегического управления персоналом является создание для организации возможностей по достижению устойчивого конкурентного преимущества через обеспечение организации квалифицированными, вовлеченными, лояльными и мотивированными работниками.<sup>4</sup>

Перечисленные качества работников можно рассматривать как результат обучения и развития персонала - функции управления персоналом в организации.

В условиях нехватки на рынке труда работников, обладающих требуемыми профессиональными знаниями и навыками, больше внимания уделяется стратегической роли обучения и развития имеющегося в организации персонала.

Становится важным применять на практике такие инструменты развития персонала, которые мотивируют работников принимать участие в обучающих мероприятиях не только с целью повышения производительности их труда, но и роста их компетентности и профессиональной гибкости. Подобные инвестиции в человеческий капитал способствуют не только привлечению и удержанию квалифицированных работников, но и часто рассматриваются в качестве стратеги-

ческого инструмента для обеспечения конкурентоспособности организации в быстроменяющейся окружающей среде.

Являясь частью системы стратегического управления организацией, управление персоналом плотно связано с миссией и стратегией организации.

Таким образом, в области управления персоналом в организации формулируются собственные стратегические и тактические цели, в том числе, затрагивающие обучение и развитие работников, и реализация данных целей приближает организацию к достижению поставленных общекорпоративных стратегических целей.<sup>5</sup>

---

<sup>1</sup> Теоретические аспекты управления трудом в условиях инновационной экономики. Кожухова Н.В., Мовсесян В.Э. Проблемы развития предприятий: теория и практика. Материалы 16-й Международной научно-практической конференции, 16-17 ноября 2017 г. Часть 1. Самара, 2017. С. 119

<sup>2</sup> Внедрение профессиональных стандартов как государственная политика управления трудовым потенциалом организации. Кожухова Н.В., Адыкова Д.Б., Мовсесян В.Э. Региональные проблемы преобразования экономики: интеграционные процессы и механизмы формирования и социально-экономическая политика региона. Материалы IX Международной научно-практической конференции. 2018г. С. 581.

<sup>3</sup> Занятость и безработица в России: экономико-статистический анализ. Кожухова Н.В., Минасян Д.С. Актуальные вопросы современной экономики. 2019. № 4. С. 484-489

<sup>4</sup> К вопросу о повышении эффективности работы персонала в организации. Кожухова Н.В., Адыкова Д.Б. Наука XXI века: актуальные направления развития. 2019. № 1-1. С. 299-303.

<sup>5</sup> Strategies for obtaining added value in developing technological innovations. Simonova M.V., Kozhuhova N.V. Lecture Notes in Networks and Systems (см. в книгах). 2020. Т. 84. С. 128-136.

## ON THE APPLICATION OF AN INDIVIDUAL DEVELOPMENT PLAN IN THE MANAGEMENT OF THE PERSONNEL OF A MODERN ORGANIZATION

© 2020 Kozhukhova Natalia Victorovna  
PhD in Economics, Associate Professor  
© 2020 Kozhukhova Daryana Aleksandrovna  
Undergraduate  
Samara State University of Economics  
E-mail: kuka\_55\_@mail.ru, darjanak@mail.ru

**Keywords:** personnel, training, competences, skills, individual development plan, personnel management.

This article is devoted to consideration of the issue of application of individual development plan in personnel management of modern organization.

## КОЛЛЕКТИВНОЕ СОГЛАШЕНИЕ КАК ВАЖНЫЙ ФАКТОР РЕГУЛИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНО-ТРУДОВЫХ ОТНОШЕНИЙ В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНИЗАЦИИ

© 2020 Кожухова Наталья Викторовна  
кандидат экономических наук, доцент  
© 2020 Кожухова Дарьяна Александровна  
магистрант

Самарский государственный экономический университет  
E-mail: kuka\_55\_@mail.ru, darjanak@mail.ru

**Ключевые слова:** коллективное соглашение, социально-трудовые отношения, управление персоналом.

Данная статья посвящена рассмотрению роли коллективного соглашения как важного фактора регулирования социально-трудовых отношений в управлении персоналом организации.

С развитием социального партнерства в России заключение коллективных соглашений стали приоритетным видом деятельности по защите прав и социальных интересов наемных работников. Коллективное соглашение, правильно сформированное и качественно выполняемое является важным фактором регулирования социально-трудовых отношений в управлении персоналом каждой современной организации.<sup>1</sup>

Трудовой Кодекс Российской Федерации, в соответствии с которым осуществляется коллективно-договорное регулирование социально-трудовых отношений, дает понятие соглашений, их содержание и структуру в гораздо более обобщенном виде, чем коллективных договоров, что позволяет отражать в соглашениях более широкий круг вопросов по регулированию социально-трудовых отношений, регулировать их конкретизацию в зависимости от различных факторов для более рационального применения документа.

Раскроем значения и функции конкретного коллективного соглашения и дадим оценку механизма разработки и контроля за выполнением положений соглашения. Для проведения анализа соглашения, в качестве объекта исследования, был выбран орган муниципального управления в виде муниципального учреждения - Управление по физической культуре и спорту администрации городского округа Новокуйбышевск (далее УФКиС г.о.Новокуйбышевск).

По виду соглашений Соглашение УФКиС относится к отраслевому соглашению, заключенному на территориальном уровне социального партнерства и устанавливает общие условия оплаты труда, гарантии, компенсации и льготы работникам физической культуры и спорта в городском округе Новокуйбышевск.

Положения соглашения разрабатываются в соответствии с Трудовым Кодексом РФ для установления обязанностей сторон по отношению друг к другу, трудо-



вых, социально-экономических и служебных прав работников, в том числе улучшающих положение работников по сравнению с действующим законодательством, для установления порядка удовлетворения их профессиональных, экономических, социально-бытовых и культурных интересов, гарантий социальной защиты, а так же для воспроизведения основных положений трудового, профсоюзного и иного законодательства имеющих наибольшее значение для работников. Причем, стоит отметить, что часть 3 статьи 8 Трудового Кодекса РФ говорит о том, что нормы локальных нормативных актов, ухудшающие положение работников по сравнению, в частности, с соглашениями, не подлежат применению, что указывает на большую значимость содержания положений Соглашения.

Статья 46 Трудового Кодекса РФ устанавливает комплекс возможных вопросов, с обязательным включением взаимных обязательств по ним в принятом Соглашении. Такими вопросами являются: оплата труда, условия и охрана труда, режимы труда и отдыха и иные вопросы, определенные сторонами.<sup>5</sup>

Важным фактором является регулирование Соглашением УФКиС всех вопросов, которые могут быть регламентированы коллективным договором, так как, в соответствии со статьей 22 Трудового Кодекса РФ, нормы Соглашения УФКиС имеют прямое действие и не нуждаются в дублировании коллективными договорами.

Учитывая отраслевую специфику труда, положения Соглашения разработаны, так же в соответствии с законодательными нормативно-правовыми актами РФ применимыми к спортивным и медицинским работникам.

Согласно статье 45 Трудового Кодекса РФ, соглашение, предусматривающее полное или частичное финансирование из соответствующего бюджета (в частности, из бюджета городского округа Новокуйбышевск), должно заключаться при обязательном участии органов местного самоуправления (администрации городского округа), являющихся стороной соглашения. УФКиС финансируется из бюджета городского округа полностью. Принимая во внимание тот факт, что муниципальный правовой акт главы городского округа Новокуйбышевск регулирующий порядок и размер оплаты труда работников УФКиС часто меняется во исполнение изменяющихся законодательных и нормативно-правовых актов Российской Федерации и Самарской области, было бы нерационально вводить его положения в состав положения об оплате труда работников УФКиС, как приложение к Соглашению УФКиС, так как это повлекло бы за собой многократное изменение Соглашения в течение его срока действия. Приняв во внимание, что статьей 46 Трудового Кодекса Российской Федерации содержание вопроса оплаты труда для включения в соглашение не конкретизировано, стороны Соглашения УФКиС договорились в приложении № 7 к Соглашению УФКиС «Положение об оплате труда» прописать основные положения со ссылкой на законодательные и нормативно-правовые акты, в соответствии которых разрабатывается положение об оплате труда и размер оплаты труда работников УФКиС. Оплата труда, размеры окладов (должностных окладов) работников подведомственных УФКиС учреждений производится в соответствии с постановлением Правительства РФ. Конкретный размер оклада (тарифной ставки) работникам муниципаль-

ных учреждений, подведомственных УФКиС определяется директором учреждения в соответствии со штатным расписанием. Положения о премировании работников подведомственных УФКиС учреждений, касающихся стимулирующих надбавок, выплачиваемых за счет оказания платных услуг, прописаны в Соглашении подробно.

Рассмотрим механизм и этапы разработки коллективного соглашения.

Алгоритм конструирования и заключения Соглашения разбит на несколько этапов, что отражено в статье 47 ТК РФ:

Первый - это необходимость и актуальность принятия коллективного соглашения. На этом этапе принимается согласие (либо представителями работников, работодателей, либо через проведение общей конференции сотрудников учреждения), с учетом рассылки письменного уведомления о вступлении другой стороны в коллективные переговоры. Оно принимается, не зависимо от того есть ли уже на предприятии коллективный договор или же его нет. Если коллективный договор учреждения - действующий, то по регламенту данное решение должно быть принято не позднее трех месяцев до его окончания. Интересы работников на этом этапе подкреплены статьей 29 ТК РФ, а интересы работодателей - статьей 33 ТК РФ.

Второй - создание трехсторонней комиссии для проведения переговоров и дальнейшей процедуры проработки проекта и заключения соглашения в соответствии со статьей 35 ТК РФ. На основании полученного уведомления (этап 1) издается приказ по формированию комиссии в семидневный срок со дня его получения, и принимаются дальнейшие решения по заданному алгоритму проведения переговоров о порядке, сроках подготовки и заключении соглашения. Подписание коллективного договора считается последним днем работы комиссии, созданной для осуществления переговорного процесса.

Третий этап. Проект соглашения разрабатывается в ходе коллективных переговоров. Проведению коллективных переговоров в Трудовом Кодексе отведена целая глава - шестая. Статья 36 ТК РФ дает определенные полномочия при принятии решений участникам переговорного процесса. Согласно статье 37 ТК РФ, право участия в переговорном процессе, а так же в процессе подписания соглашения и принятии решений о его изменении получает профсоюз. Он выступает представителем работников и на уровне предприятия и на уровне отрасли или территории. Соглашение УФКиС от работников помимо представителей Самарской областной организации Профсоюза работников государственных учреждений и общественного обслуживания, подписывали председатели профкомов УФКиС и подведомственных ему учреждений. Есть и нюансы, которые закреплены в статье 39 ТК РФ, касающиеся лиц участвующих в переговорах. В рамках кадровых процессов данная категория лиц не может быть перемещена, переведена на другую работу или уволена по инициативе руководства, так же такая категория лиц, на время проведения переговоров ( на срок до трех месяцев в текущем году), не может быть подвергнута дисциплинарному взысканию без получения предварительного согласия уполномочившего их органа. Данные лица полу-

чают гарантию сохранения среднего заработка по основному месту работы с учетом их освобождения от него на время работы в комиссии.

Четвертый - это этап обсуждения подготовленного комиссией проекта коллективного соглашения и непосредственно момент его полного подписания и принятия. Комиссия руководствуется здесь положениями статьи 47 ТК РФ.

Пятый - представление на конференции участников трудового процесса единого проекта соглашения и его полного согласования путем проставления подписей всех сторон. Согласно статье 48 Трудового Кодекса РФ такое соглашение действует в коллективе от одного года до трех лет.

Шестой - это этап, на котором работодатель формирует и отправляет в соответствующие государственные инстанции в семидневный срок после его принятия полный пакет документов: подписанный коллективный договор вместе со всеми приложениями к нему, для дальнейшей его регистрации. В свою очередь ответственность по исполнению содержательной части соглашения несет работодатель, который отчитывается по всем выполненным обязательствам на запланированных конференциях трудового коллектива, предоставляя все сведения в отчетной форме. Контроль же за выполнением или не выполнением обязательств осуществляется специальными уполномоченными государственными органами по труду.

Внутренний контроль выполнения соглашения в УФКиС по регулированию социально-трудовых отношений проводится по следующим основаниям:

1. Оплата труда, вознаграждения, пособия, доплаты, компенсации
2. Обязательства оказывать влияние в целях: укрепления трудовой дисциплины; повышения производительности; повышения качества продукции и услуг; сохранения социального равенства.
3. Охрана здоровья работников
4. Улучшение бытовых условий
5. Регулирование оплаты труда, исходя из роста цен, уровня инфляции
6. Льготы для женщин и подростков
7. Социальное страхование
8. Условия и охрана труда
9. Занятость, переобучение и условия высвобождения работников
10. Расходование профсоюзами целевых средств, выделенных партнерами по взаимодействию, связанных с реализацией: ст. 377 Трудового кодекса РФ; ст. 18 Закона РФ «О профессиональных союзах, их правах и гарантиях деятельности».

В УФКиС интересы работников в переговорах представляют профкомы учреждений (в частности председатели профкомов) и Самарская областная организация профсоюзов работников ГУ и ОО, в лице его председателя, действующего на основании Устава.

В УФКиС интересы работодателя представляют руководители учреждений, заведующие структурных подразделений, главные бухгалтера и Управление по физической культуре и спорту администрации городского округа Новокуйбышевск и спортивные организации, в лице начальника УФКиС.

На основании действующего Соглашения УФКиС работники имеют определенные социальные гарантии и льготы. Выплачиваются различного рода премии, надбавки, доплаты, сокращенный рабочий день в пятницу, дополнительные отпуска и дни отдыха.<sup>4</sup> Администрацией организуется учет работников, нуждающихся в улучшении жилищных условий и делопроизводство, необходимое для учета и распределения жилых помещений. Для работы профсоюза, для организации и проведения мероприятий, для оказания материальной помощи работники УФКиС отчисляют в Профсоюз 1 % от з/п, так же по собственной инициативе, работники отчисляют 1% в фонд оздоровления. При Профсоюзной организации создана касса взаимопомощи, вступив в члены которой, работники УФКиС могут брать беспроцентную ссуду, произведя определенные накопительные отчисления.

В УФКиС оценка экономической эффективности Соглашения проводится на основании методики расчета экономической выгоды, получаемой работниками - членами профсоюза, за счет включения в коллективное соглашение дополнительных по сравнению с действующим законодательством льгот и гарантий. Результаты применения Методики расчета экономической выгоды, получаемой работниками - членами профсоюза, за счет включения в коллективный договор (соглашение) дополнительных по сравнению с действующим законодательством льгот и гарантий, позволяют оценивать эффективность деятельности профсоюзных организаций в социальном диалоге с работодателями при проведении колдоговорной кампании. Кроме этого, практическое применение Методики служит источником информации о социально-экономическом положении работников.

Положения Соглашения имеют очень большое значение для работников УФКиС и подведомственных ему учреждений, так как очень четко и объемно устанавливают обязанности сторон по отношению друг к другу, на основании которых как работники, так и работодатели всегда могут отслеживать соблюдение законодательства; трудовые, социально-экономические и служебные права работников прописаны в таком объеме и решении, в которых позволяют максимально улучшить условия труда работников. Перечень рассмотренных и урегулированных вопросов в Соглашении позволяет максимально синхронизировать и сделать более удобной работу Управления и подведомственных учреждений, включая в себя наибольшее количество нормативно-правовых документов.

---

<sup>1</sup> Теоретические аспекты управления трудом в условиях инновационной экономики. Кожухова Н.В., Мовсесян В.Э. Проблемы развития предприятий: теория и практика. Материалы 16-й Международной научно-практической конференции, 16-17 ноября 2017 г. Часть 1. Самара, 2017. С. 119

<sup>2</sup> Внедрение профессиональных стандартов как государственная политика управления трудовым потенциалом организации. Кожухова Н.В., Адыкова Д.Б., Мовсесян В.Э. Региональные проблемы преобразования экономики: интеграционные процессы и механизмы формирования и социально-экономическая политика региона. Материалы IX Международной научно-практической конференции. 2018г. С. 581. <https://elibrary.ru/item.asp?id=37128045>

<sup>3</sup> Влияние миграционных процессов на рынок труда Самарской области. Кожухова Н.В., Адыкова Д.Б. Региональные проблемы преобразования экономики: интеграционные процессы и

механизмы формирования и социально-экономическая политика региона. Материалы IX Международной научно-практической конференции. 2018г. С. 578. <https://elibrary.ru/item.asp?id=37128044>

<sup>4</sup> Актуальные вопросы независимой оценки качества в социальной сфере Мовсесян В.Э., Кожухова Н.В. Цифровизация экономики и общества: перспективы, вызовы и компетенции. Сборник научных статей Всероссийской научно-практической конференции. 2019. С. 29-32.

<sup>5</sup> Социальная защита работников Кожухова Н.В., Адыкова Д.Б. Цифровизация экономики и общества: перспективы, вызовы и компетенции. Сборник научных статей Всероссийской научно-практической конференции 2019. С. 548-553.

## **THE COLLECTIVE AGREEMENT AS AN IMPORTANT FACTOR IN THE REGULATION OF SOCIAL AND LABOR RELATIONS IN THE PERSONNEL MANAGEMENT OF THE ORGANIZATION**

© 2020 Kozhukhova Natalia Victorovna  
PhD in Economics, Associate Professor  
© 2020 Kozhukhova Daryana Aleksandrovna  
Undergraduate  
Samara State University of Economics  
E-mail: kuka\_55\_@mail.ru, darjanak@mail.ru

**Keywords:** collective agreement, social and labor relations, personnel management.

This article is devoted to the consideration of the role of collective agreement as an important factor in the regulation of social and labor relations in the personnel management of an organization.

УДК 338  
Код РИНЦ 06.00.00

## **КОНЦЕНТРАЦИЯ И ЦЕНТРАЛИЗАЦИЯ КАПИТАЛА В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ**

© 2020 Коновалова Мария Евгеньевна  
доктор экономических наук, профессор  
Самарский государственный экономический университет  
E-mail: mkonoval@mail.ru

**Ключевые слова:** централизация, концентрация капитала, монополизм, конкуренция, лицензирование, ликвидность, финансовая устойчивость, конкурентоспособность, доверие.

Статья посвящена изучению проблемы реформирования банковской отрасли, направленной на рост ее капитализации. Исследуются теоретические и практические во-

просы централизации и концентрации капитала в банковском сегменте. Проводится анализ рынка банковских услуг, изучается его конкурентоспособность. Сделан вывод о росте степени монополизации банковского рынка, о росте ограничений для коммерческих банков с базовой лицензией, что обуславливает снижение возможностей для фондирования хозяйствующих субъектов.

В экономической науке проблемы централизации и концентрации капитала исследовались достаточно давно и подробно. Тем не менее досих пор данные вопросы остаются дискуссионными, поскольку их влияние на происходящие экономические процессы довольно неоднозначно.

Централизация капитала - это одно из основополагающих направлений экономической жизни, сложившееся со времен зарождения капиталистической системы. Данный процесс выступает средством реализации целей крупного бизнеса. Осуществление поставленных целей посредством процесса централизации капитала, независимо от того, какой характер конкретные цели имеют, происходит за счет объединения воедино двух и более самостоятельных капиталов.

В своей работе Маркс пришел к тому, что любой индивидуальный капитал выступает большей или меньшей концентрацией средств производства<sup>1</sup>. Именно увеличение самостоятельных капиталов ведет к росту конечного капитала.

Следуя логике классического направления экономической теории, и в частности, концепции К. Маркса, можно заключить, что рост концентрации средств производства у отдельного собственника ограничен размером общественного богатства. В этом смысле, происходит обострение конкурентной борьбы за определенную часть рынка, что в конечном итоге приводит к наколению средств производства к контрактного собственника. По мнению К. Маркса концентрация представляет собой систему общественного воспроизводства в расширенном масштабе. К. Маркс полагает, что «централизация может совершаться посредством простого изменения в распределении уже существующих капиталов, посредством простого изменения количественной группировки составных частей общественного капитала. Капитал здесь, в одних руках, может возрасти до огромных размеров потому, что там, в другом месте, он ушел из множества отдельных рук»<sup>2</sup>.

С точки зрения марксистской концепции понятия централизации и концентрации капитала взаимосвязаны и обусловлены развитием производительных сил и специализации производства. Объективной причиной данных процессов является развитие производственных сил, также их совершенствование в результате освоения человеком новых знаний, которые непосредственно имеют свойство материализоваться в процессе производства.

В общем смысле, централизация - понятие, подразумевающее объединение нескольких объектов под руководством единого центра. Данное понятие применяется во многих сферах: политической, экономической, социологической и т.д. Рассмотрим это понятие более конкретно, с экономической стороны, а именно как централизацию капитала. Это рост размера капитала путем различных форм его реорганизаций.

Централизация капитала происходит на основе процесса концентрации и представляет собой слияние существующих капиталов.

Развитие и становление централизации вовсе не зависит от увеличения общественного капитала. В основе данного процесса лежит простое изменение в аллокации имеющихся ресурсов. Концентрация выступает процессом, который определяет развитие перехода от частных к общественным формам собственности. Именно на нее опирается централизация. По сути, централизация - важная часть процесса концентрации. Это именно тот этап, на котором совершается качественный скачок, который позволяет извлечь весь эффект предшествующего длительного количественного роста производительных сил. Можно сказать, что централизация доводит дело концентрации до конца.

Исторически процесс централизации берет свое начало с образования акционерных обществ, ведь они давали возможность их основателям мобилизовать и подчинять более мелкие капиталы. Этот процесс происходит в условиях ожесточенной конкуренции, как в форме поглощения крупными капиталами более мелких, так и посредством образования АО.

По мнению Е.Ф.Борисова, такая форма экономики, как акционерная, позволила кардинально преобразить организационные масштабы производственного капитала<sup>3</sup>. Именно она дала толчок к увеличению концентрации производства. На основе больших заводов появилась и централизация экономики, которая может выражаться в следующих формах:

1. горизонтальной - происходит объединение компаний одной отрасли;
2. вертикальной - объединение предприятий различных технологических ступеней;
3. диагональной - соединение организаций, которые не связанных технологически, что детерминирует снижение вероятности банкротства, поскольку прибыль одних фирм компенсирует убытки других.

Развитие акционерных форм и функционирование акционерного капитала привело к значительным изменениям в распределении национального дохода, а также послужило созданию новых инструментов накопления капитала и распределении дохода. Итогом таких процессов стало снижение имущественного неравенства в странах с развитой рыночной экономикой, значительный рост производства, и как следствие, увеличение средних слоев населения. Именно акционерная форма выступило инструментом для создания особого канала финансирования предпринимательской деятельности экономики. Такая форма выступает механизмом распределения доходов и непосредственно изменение социальной структуры общества. Ведь, как известно, акционера приобретают права на участие в управлении компании, а само участие определяется размером пакета акций.

Устойчивость коммерческих банков является основной целью не только самих кредитных организаций, но и основной задачей государства. Это объясняется дуальным характером функционала коммерческих банков, которые с одной

тсороны удовлетворяют свои частные экономические и институциональные интересы, а другой- реализуют обобщенный институциональный интерес, состоящий в формировании и закреплении таких норм и правил, которые бы позволили удовлетворять экономические потребности основной массы населения. Немаловажное значение в это й связи имеет развитие не только крупных игроков банковского рынка, выполняющих системообразующую функцию, но также и региональных банков, имеющих, подчас, только базовую лицензию, но при этом играющих важную роль в фондировании реального сектора экономики.

Важно отметить, что помимо крупных кредитных организаций, такая стабильность в банковском сегменте осуществляется и региональными средними и мелкими кредитными организациями. Ведь, именно такие банки предоставляют необходимые ресурсы региональной экономике, а также банковские услуги для населения региона. Следовательно, функционирование и развитие банковской структуры страны, ее уязвимость к кризисным явлениям будут зависеть от того, насколько стабильным и надежным будет состояние регионального банковского сектора.

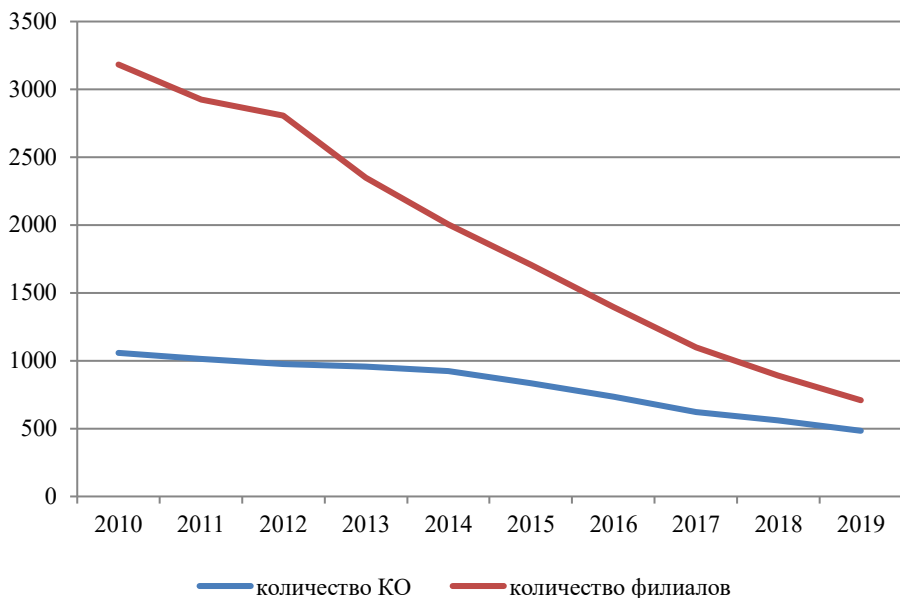
За последние двадцать лет макроэкономическая значимость банковского сектора в нашей стране возросла, и на сегодняшний день занимает ключевое место в финансовой системе. Так, если на начало 2000 года отношение активов банковского сектора к ВВП составляло 32,6%, то на начало 2019 года данный показатель составил 90,6%, что практически в три раза больше значения в начале века. Национальный банковский сектор и экономика в целом подвергаются изменениям за последние годы. Это связано, прежде всего, с ограничительными мерами, которые вводятся странами ЕС, США и другими. Вследствие того, что протекают изменения в мировой экономике и нестабильное развитие отношений между ведущими странами мира, конкурентоспособность и стабильность банковской системы выступают ключевыми характеристиками.

Говоря о преимуществах банковской системы в нашей стране, можно отметить, как и ресурсный потенциал, так и восприимчивость к технологиям, и рациональное регулирование. Но помимо этого, недостаточно развитая инфраструктура, неизбирательный спрос и вялая конкуренция также присущи для нашего национального банковского сектора.

В 2018-2019 гг. Банк России продолжил осуществление политики по оздоровлению банковского сектора. По данным ЦБ РФ, за 2018 год у 60 банков были отозваны лицензии<sup>5</sup>, а в 2019 году 28 банков потеряли лицензии. Общая сумма чистых активов таких кредитных организаций на начало 2020 года составила 107,2 млрд. рублей и составляет 0,11% от совокупных активов банковского сектора. Данный факт косвенно свидетельствует о том, что процесс оздоровления банковской системы подходит к завершению и более слабые участники рынка оказывают не такое значимое влияние на эффективность банковского сектора в целом. Усиление уровня конкуренции в данном секторе является приоритетной среднесрочной стратегией ЦБ РФ.



Можно заметить тенденцию снижения количества банков на протяжении последних десяти лет.



**Рис. Количество действующих кредитных организаций и их филиалов**

Источник: Официальный сайт «Центральный Банк РФ» / Главная / Статистика / Банковский сектор / Информация о банковской системе Российской Федерации, [электронный ресурс] URL: <https://cbr.ru/> (дата обращения: 03.05.2020).

**Рейтинг российских банков по ключевым показателям деятельности, на декабрь 2019**

Место	Банк
1	Сбербанк России
2	Втб
3	Газпромбанк
4	Альфа-Банк
5	Россельхозбанк
6	Национальный клиринговый центр
7	Банк «ФК Открытие»
8	Московский кредитный банк
9	Национальный Банк «Траст»
10	ЮниКредит Банк

Источник: Banki.ru / Главная / Банки России / Рейтинг банков, [электронный ресурс] URL: <https://www.banki.ru/> (дата обращения: 04.05.2020).

Исходя из данных диаграммы, видно, что количество банковских организаций значительно снизилось, так, с 2010 года прекратили свою деятельность 574 банка, и уже в 2019 году на рынке осталось 484 действующих организации. Такое сокращение организаций в банковской сфере вызвано рядом причин: снижение цен на нефть, повышение инфляции, ослабление рубля, снижение покупательной способности граждан, отзыв лицензий у банков. В 2019 году 77 действующих кредитных организаций прекратили свою деятельность.

Уменьшение количества действующих кредитных организаций не ослабляет конкуренцию, а наоборот, усиливает ее. Так, на рынке остаются крупные компании-лидеры, которые вынуждены постоянно подстраиваться под условия, которые диктуют клиенты<sup>4</sup>. На сегодняшний день выделяют следующих лидеров на российском банковском рынке (см. таблицу).

---

<sup>1</sup> Карл Маркс «Капитал» . С.368 [электронный ресурс] URL: <https://knijky.ru/books/kapital> (дата обращения: 01.04.2020)

<sup>2</sup> Карл Маркс «Капитал» . С.370 [электронный ресурс] URL: <https://knijky.ru/books/kapital> (дата обращения: 01.04.2020)

<sup>3</sup> Борисов, Е.Ф. Экономическая теория: учебник / Е.Ф. Борисов. - М.: ТК Велби Изво «Проспект», 2008. -544 с.

<sup>4</sup> Банковский портал «Единый Банк» / банки с государственным участием, [электронный ресурс] URL: <http://1eb.ru/> (дата обращения: 08.05.2020)

<sup>5</sup> Официальный сайт Центрального Банка РФ/ Статистика/ Банковский сектор/ Информация о банковской системе РФ, [Электронный ресурс]. URL: <https://www.cbr.ru/> (дата обращения: 08.05.2020)

## CONCENTRATION AND CENTRALIZATION OF CAPITAL IN THE BANKING SECTOR

© 2020 Konovalova Maria Evgenievna

Doctor of Economics, Professor

Samara State University of Economics

E-Mail: [Mkonoval@Mail.Ru](mailto:Mkonoval@Mail.Ru)

**Keywords:** centralization, concentration of capital, monopolism, competition, licensing, liquidity, financial stability, competitiveness, trust.

The article is devoted to the study of the problem of reforming the banking industry aimed at increasing its capitalization. Theoretical and practical issues of centralization and concentration of capital in the banking segment are studied. The analysis of the banking services market is conducted, its competitiveness is studied. It is concluded that the degree of monopolization of the banking market is increasing, and that restrictions for commercial banks with a basic license are increasing, which leads to a decrease in opportunities for funding economic entities.

## ОЦЕНКА ФИНАНСОВОГО ПОЛОЖЕНИЯ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫХ КОМПАНИЙ В КОНТУРЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

© 2020 Корнеева Татьяна Анатольевна

доктор экономических наук, профессор

© 2020 Светкина Ирина Анатольевна

кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: korneeva2004@bk.ru, svetkinairina@yandex.ru

**Ключевые слова:** финансовое положение, финансовое состояние, отчетность по МСФО, экономическая безопасность, коэффициент текущей, срочной и абсолютной ликвидности, показатели финансовой устойчивости, показатели рентабельности.

В статье рассмотрены и проанализированы показатели финансового положения по данным отчетности, составленной в соответствии с МСФО, в качестве источников систематизированной информации для целей формирования контура обеспечения экономической безопасности ведущих телекоммуникационных компаний.

Формирование контура обеспечения экономической безопасности (КОЭБ)<sup>1</sup> ведущих телекоммуникационных компаний объединяет многогранный и многофакторный массив информации, который в частности раскрывает:

- финансовое состояние телекоммуникационной компании;
- динамику основных показателей деятельности экономического субъекта;
- результаты мониторинга показателей деятельности компании;
- результаты постоянного контроля за движением и использованием ресурсов компании;
- положение компании на конкурентном рынке.

Можно отметить, что все выделенные направления в КОЭБ можно определить и проанализировать на основе данных финансовой отчетности по РСБУ и МСФО, статистических данных, которые зависят от правил (стандартов) признания и оценки, которые утверждены в системе учета и отчетности.

В международной практике в понятие «финансового состояния» экономического субъекта вкладывается оценка деятельности в отрасли, в которой компания функционирует. В российской практике в данном понятии не учитывается оценка деятельности в отрасли, оценивается, как правило, только деятельность компании. Согласно подходу российских экономистов, оценка финансового состояния в исследуемой отрасли именуется понятием «финансовое положение».

В настоящий момент телекоммуникационная отрасль России характеризуется четырьмя действующими (основными) операторами - МТС, МегаФон, Вым-

пелКом (Билайн) и Ростелеком, на данных операторов приходится около 90% выручки отрасли, а остальные 10% распределяются между средними телекоммуникационными операторами, выступающими, как правило, в качестве агентов.

Оценка конкуренции в телекоммуникационной отрасли России была проведена Самодуровым А.М.<sup>2</sup> Исследования состояния отрасли продемонстрировали наличие конкурентного рынка с умеренной концентрацией конкуренции и отсутствием явного лидера на рынке.

В таблице 1 представлены основные финансовые показатели телекоммуникационных компаний. Поскольку компании действуют в одном секторе отрасли, показатель EBITDA опущен из-за одинакового и равнозначного влияния амортизации на деятельность компаний. Кроме того, оценка финансовых показателей действующих компаний проводится без показателя OIBDA из-за приблизительно одинаковых соотношений неоперационных доходов компаний.

*Таблица 1*

**Основные финансовые показатели телекоммуникационных компаний  
за 2018-2019 гг., млрд**

Показатель	МегаФон		МТС		Билайн		Ростелеком	
	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019
Выручка	336	349	451	476	259	260	320	337
Прибыль от продаж	29	12	77	67	15	23	19	19
Чистая прибыль	35	8	7	55	5	15	15	16
Активы	510	693	916	823	458	529	647	728

По основным финансовым показателям лидером рынка телекоммуникационных услуг является МТС, что противоречит исследованиям Самодурова А.М. Число абонентов МТС в 2019 году составляет 108 млн., следующим оператором по количеству абонентов является МегаФон - 79 млн. абонентов.

По данным отчетности о финансовых результатах деятельности телекоммуникационных компаний в 2019 году значительное снижение чистой прибыли наблюдается только у ПАО «МегаФон». Однако по показателю фактической выручки МегаФон находится на втором месте после МТС.

Отдельное внимание необходимо уделить активам компаний телекоммуникационного сектора. По всем компаниям, кроме МТС, наблюдается положительная динамика, выражающаяся в увеличении активов компаний. У МТС наблюдается отрицательная динамика - снижение активов на 92 млрд. руб.

В таблице 2 представлен рейтинг телекоммуникационных компаний, в том числе данные рейтинга за 2017 и 2018 год взяты CNews Telecom 2018.

Рейтинг операторов также демонстрирует явного лидера рынка - МТС. В течение исследуемого периода наблюдается стабильность распределения мест в рейтинге, где МегаФон занимает второе место. Кроме того, согласно аналитике российский рынок телекоммуникаций отставал от мирового телекоммуникационного рынка до 2019 года. В 2019 году по оценкам аналитиков и по данным МинЦифры произошло его увеличение более чем на 3%, в то время как мировой

рынок телекоммуникаций увеличился на 0,8%. В ходе анализа КОЭБ была выявлена необходимость резкого увеличения затрат на инфраструктуру для хранения трафика, с целью дальнейшего привлечения вложений в сети 5G.

Таблица 2

**Рейтинг крупнейших операторов России за 2017-2019 гг.\***

2019	2018	2017	Компания	Бизнес-модель
1	1	1	МТС	сотовая связь
2	2	2	Мегафон	сотовая связь
3	3	3	Ростелеком	проводная связь
4	4	4	Вымпелком	сотовая связь

\*Составлено авторами по материалам [https://www.cnews.ru/reviews/telekom\\_2018](https://www.cnews.ru/reviews/telekom_2018).

В 2019 году наблюдается динамика снижения показателей компаний, действующих на рынке телекоммуникаций, это связано с вялотекущими изменениями в отрасли - как между операторами, так и между сегментами рынка. С целью исследования степени платежеспособности телекоммуникационных компаний, а также анализа изменений КОЭБ в результате реструктуризации рынка телекоммуникаций, произведен расчет коэффициентов ликвидности (табл. 3).

Таблица 3

**Анализ платежеспособности телекоммуникационных компаний за 2018-2019 гг.**

Показатель	МегаФон		МТС		Билайн		Ростелеком	
	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019
Коэффициент текущей ликвидности	0,78	1,01	0,91	0,56	1,29	1,12	0,64	0,71
Коэффициент срочной ликвидности	0,69	0,92	0,85	0,51	1,21	1,04	0,58	0,64
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,32	0,46	0,38	0,16	0,84	0,74	0,09	0,17

Расчет показателей ликвидности был осуществлен на базе отчетности, сформированной по МСФО, согласно международной практике коэффициент текущей ликвидности в норме составляет 1. Таким образом, у ПАО «МегаФон» наблюдается положительная динамика с достижением в 2019 году нормативного значения. У МТС наблюдается отрицательная динамика. У Вымпелком наблюдается обратная ситуация, в долгосрочной перспективе это можно рассматривать как стабилизацию платежеспособности в аспекте ее показателей, приближающихся к нормативным значениям. У Ростелекома наблюдается положительная тенденция, однако, достижения нормативного значения не произошло.

Нормативное значение коэффициента срочной ликвидности варьируется от 0,7 до 0,8. Данные значения коэффициента не достигаются ни одной из анализируемых компаний за 2018-2019 гг. Явно выражено снижение срочной ликвидности наблюдается только у компании МТС.

Для телекоммуникационных компаний промежутком нормативных значений коэффициента абсолютной ликвидности является 0,2-0,4. Положительная

тенденция с приближением к нормативным значениям наблюдается только у компании Ростелеком. МегаФон и Билайн наблюдается увеличение данного показателя и выраженное превышение нормы. Снижение оборотных активов компании МТС привело к падению и данного коэффициента до 0,16.

Таким образом, оптимальные значения платежеспособности компании наблюдаются только у МегаФон. У компании Ростелеком незначительное увеличение оборотных активов за период 2018-2019 оказало незначительное влияние на коэффициенты ликвидности. У Вымпелком наблюдается превышение оборотных активов над краткосрочными обязательствами, что является отрицательным моментом, и демонстрирует нерациональное вложение средств в оборотные активы, а также неэффективное их использование. Снижение оборотных активов МТС оказало значительное влияние и на показатели, демонстрирующие степень платежеспособности компании - снизив их.

Отрицательное влияние изменений внутри отрасли на платежеспособность компаний телекоммуникаций оказало на МТС, Билайн и Ростелеком, при этом наблюдается положительная динамика влияния на МегаФон.

Для КОЭБ компаний исследуемой отрасли характерна зависимость от внешнего финансирования, которое в первую очередь связано с постоянным обновлением сетей, обеспеченных развитием инновационных технологий.<sup>3</sup> В данный момент привлекается инвестирование для развития сетей 5G. Коэффициенты финансовой устойчивости компаний позволяют оценить степень зависимости компаний телекоммуникационного сектора от внешних источников финансирования (табл. 4).

Таблица 4

**Показатели финансовой устойчивости телекоммуникационных компаний за 2018-2019 гг.**

Показатель	МегаФон		МТС		Билайн		Ростелеком	
	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019
Коэффициент финансового левериджа	6,24	5,62	10,81	21,64	2,35	2,83	1,58	1,78
Коэффициент автономии	0,14	0,15	0,08	0,04	0,30	0,26	0,39	0,36
Коэффициент зависимости	0,86	0,85	0,92	0,96	0,70	0,74	0,61	0,64
Коэффициент долгосрочного привлечения заемных средств	0,82	0,82	0,88	0,92	0,61	0,66	0,51	0,55

Расчитанные коэффициенты финансового левериджа по исследуемым компаниям отрасли продемонстрировали превышение нормативного значения 1. Расчитанные значения свидетельствуют о наличии рисков формирования структуры капитала каждой из исследуемых компаний. Отрицательная динамика наблюдается только у ПАО «МегаФон», в данном случае данная отрицательная динамика рассматривается как положительный момент.

Показатели автономии и зависимости демонстрируют высокую зависимость от заменых источников финансирования по всем анализируемым компаниям. Это связано с высоким уровнем привлечения инвестиций для осуществления инновационных проектов. Для компаний телекоммуникационного сектора на данный момент характерны разработки в сфере робототехники.

Таким образом, для КОЭБ компаний телекоммуникационной отрасли характерны риски в формировании структуры капитала, в первую очередь это связано с долгосрочными обязательствами, и соответственно с высокой зависимостью от заемных источников.<sup>4</sup> В контексте исследованных коэффициентов финансовой устойчивости невозможно выделить лидера и аутсайдера рынка по показателям, т.к. компании находятся приблизительно на одном уровне.

Оценка эффективности деятельности компаний телекоммуникационной отрасли в контуре обеспечения экономической безопасности, а также их доходность необходимо рассчитывать при помощи показателей рентабельности (табл. 5). Необходимо отметить, что на первоначальном этапе анализа отчета о финансовых результатах по исследуемым компаниям за период 2018-2019 было выявлено, что темп роста прибыли от основной деятельности выше темпа роста от прочей, что говорит о высоком качестве получаемой компаниями прибыли.

Таблица 5

**Показатели рентабельности телекоммуникационных компаний за 2018-2019 гг.**

Показатель	МегаФон		МТС		Билайн		Ростелеком	
	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019
Рентабельность продаж	0,1	0,02	0,02	0,1	0,02	0,1	0,1	0,05
Рентабельность собственного капитала	0,3	0,1	0,1	1,5	0,04	0,1	0,1	0,1
Рентабельность оборотных активов	0,4	0,1	0,03	0,2	0,04	0,1	0,2	0,2
Рентабельность активов	0,1	0,01	0,01	0,1	0,01	0,03	0,02	0,02

В целом по всем показателям рентабельности положительная динамика за рассматриваемый период наблюдается у МТС, Билайн и Ростелеком, что означает повышение эффективности их деятельности и увеличение доходности. У компании МегаФон наблюдается отрицательная динамика показателей рентабельности, что связано с резким снижением величины чистой прибыли в 2019 году.

Проведенный анализ финансового состояния компаний телекоммуникационной отрасли показывает явного лидера на рынке - МТС. Необходимо отметить, что второе место занимает ПАО «МегаФон», поскольку по ряду показателей он занимает либо лидирующие позиции, либо достаточно стабильные и высокие по сравнению с Билайн и Ростелеком. Однако, финансовые коэффициенты демонстрировали у каждой компании свои слабые стороны КОЭБ. Для всех четырех телекоммуникационных компаний выявлено наличие риска формирования структуры капитала и высокая зависимость от заемных средств. ПАО «МегаФон»

демонстрирует оптимальную степень платежеспособности компании, по сравнению с остальными, однако уступает им в рентабельности, у него наблюдается снижение эффективности деятельности.

Таким образом, можно сделать вывод, что показатели финансового положения по данным отчетности, составленной в соответствии с МСФО, являются актуальным и эффективным инструментом для формирования контура обеспечения экономической безопасности ведущих телекоммуникационных компаний.

---

1. Корнеева Т.А., Светкина И.А., Морозова Е.С., Пискунов В.А. Организационные аспекты управления рисками в контуре обеспечения экономической безопасности экономического субъекта // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2018. № 11 (169). С.47-59

2. Самодуров А.М. Оценка конкурентной среды телекоммуникационной отрасли по методике М.Портгера. - И.: Litres, 2019.

3. Федотова И.В., Сычева А.В. Динамика развития отрасли связи и телекоммуникаций.// Аллея науки. - 2018. - № 6(22). - С.102-105.

4. Хакимова Н.Ф. Финансовый результат как экономическая категория в системе управления финансовой устойчивостью организации. // COLLOQUIUM-JOURNAL. - 2019. - № 13-11(37). - С.216-218.

## ASSESSMENT OF THE FINANCIAL POSITION OF TELECOMMUNICATIONS COMPANIES IN THE ECONOMIC SECURITY FRAMEWORK

© 2020 Korneeva Tatyana Anatolievna  
Professor of Economics, Professor

© 2020 Svetkina Irina Anatolievna

PhD in Economics, Associate Professor

Samara State University of Economics

E-mail: korneeva2004@bk.ru, svetkinairina@yandex.ru

**Keywords:** financial position, financial condition, IFRS reporting, economic security, current, term and absolute liquidity ratios, financial stability indicators, profitability indicators.

The article considers and analyzes the indicators of the financial position according to the reporting data compiled in accordance with IFRS, as sources of systematic information for the purpose of forming the contour of ensuring economic security of leading telecommunications companies.



## ФОРМИРОВАНИЕ ДОСТОВЕРНОЙ УЧЕТНО-АНАЛИТИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ

© 2020 Корнеева Татьяна Анатольевна  
доктор экономических наук, профессор  
© 2020 Светкина Ирина Анатольевна  
кандидат экономических наук, доцент  
Самарский государственный экономический университет  
E-mail: korneeva2004@bk.ru, svetkinairina@yandex.ru

**Ключевые слова:** учетно-аналитическая информация, риски, финансовая отчетность, бухгалтерские оценки, справедливая стоимость, обесценение активов, система внутреннего контроля.

В статье проанализировано влияние экономической неопределенности на достоверность и своевременность раскрытия информации в финансовой отчетности. Раскрыта связь экономической неопределенности с процессом создания и представления финансовой отчетности, а также с принятием на ее основе экономических решений инвесторами и кредиторами.

Масштаб кризисной ситуации, сложившейся в 2020 году, оказал значительное воздействие на экономические субъекты всех размеров во всех секторах экономики. Менеджмент компаний ежедневно принимает управленческие решения по оперативным, финансовым и стратегическим вопросам. Существует беспрецедентный уровень неопределенности в отношении экономики, будущих доходов и расходов, активов и обязательств, движения капитала и денежных средств, которые представляют собой фундаментальные элементы различных видов отчетности. Составители отчетов должны учитывать многочисленные последствия, риски, угрозы в краткосрочной и потенциально среднесрочной перспективе.

Кризисные события существенно повлияли на спрос и предложение во многих отраслях экономики, что привело в большинстве случаев к потере доходов и другим трудностям с денежными потоками, таким как возможность взыскания долгов в случае наступления срока их погашения. Кроме того, неопределенность в отношении того, как экономика будет открываться, повлияла на способность надежно прогнозировать будущие доходы и денежные потоки. Наряду с общим падением глобальной экономики и потребительской уверенности, текущий кризис является уникальным. В отличие от предыдущих кризисов, когда все отрасли показывали значительное падение, нынешний демонстрирует разную направленность в поведении отраслей экономики. Одна часть отраслей, таких как туризм, сфера услуг, авиаперевозки, недвижимость либо остановились вообще, либо сильно снизились. Другие же отрасли экономики - ИТ, кибербезопасность, он-

лайн-образование, фармакологическая индустрия, доставка продуктов - демонстрируют многократный рост, что можно увидеть как из поведения потребителей, так и биржевых индексов

Обеспечение непрерывности деятельности экономического субъекта в условиях экономической неопределенности и глубокой кризисной ситуации и соответствующее раскрытие информации представляет собой сложный процесс, который часто включает в себя формирование достоверной учетно-аналитической информации. Так как именно на основании оперативной управленческой информации, сформированной в требуемом аналитическом разрезе, должны приниматься оперативные управленческие решения.

В течение 2020 года будет появляться больше информации о масштабах и воздействии кризиса. Может потребоваться более высокая степень суждения при определении условий на отчетные даты после 1 января 2020 года и, следовательно, при оценке того, являются ли события корректирующими или некорректирующими. Кризис является корректирующим событием для любого отчетного периода, заканчивающегося 31 января 2020 года.

В дополнение к непрерывной деятельности экономические субъекты должны будут рассмотреть все области учёта и отчётности, которые подвержены неопределенности в отношении суждений и оценок, включая:

- бухгалтерские оценки;
- оценку справедливой стоимости;
- обесценение активов;
- оценку ожидаемых кредитных потерь;
- бухгалтерский учет хеджирования;
- другие требования к раскрытию финансовой отчетности.<sup>1</sup>

Возможно, также будут затронуты нарушения соглашений, обременительные условия договоров и планов реструктуризации.

Руководство экономического субъекта несет ответственность за оценку способности компании продолжать свою деятельность в обозримом будущем и за любое необходимое раскрытие информации, требуемое применимыми принципами отчетности в области бухгалтерского, налогового и статистического учета, а также при раскрытии нефинансовой информации для заинтересованных внешних пользователей.

Особое значение приобретает гармонизация своевременности представления отчетности с надежностью и целостностью раскрываемой информации, которая надлежащим образом включает в себя наилучшие суждения и оценки руководства. Текущая деятельность и раскрытие информации о существенных сомнениях или существенной неопределенности, если они существуют, должны получать надлежащую оценку. В то же время обеспечение объективного представления результатов деятельности и экономического положения компании, вероятно, потребует всестороннего раскрытия прогностической информации и степени влияния на движение денежных средств. Поддержание атмосферы честности и прозрачности должно стать основой для надежного и этичного принятия решений в компании. В этих условиях значительные усилия должны быть направлены

на обеспечение эффективного внутреннего контроля финансовой отчетности и возникающих рисков, возможно при необходимости расширение сроков представления отчетности.<sup>2</sup>

Особое внимание при формировании учетно-аналитической информации должно быть уделено ключевым направлениям бизнеса, остановка деятельности которых может быть критична для экономического субъекта, ресурсам компании, направленным на работу этих направлений, включая все виды активов, сотрудников, поставщиков товаров (работ, услуг), субподрядчиков, логистические цепочки, безопасность, систему внутренних контролей, неприоритетные, т.е. наименее развитые или наименее прибыльные направления бизнеса.

Например, оценка руководством непрерывности деятельности может включать:

- обновление прогнозов и чувствительности по мере необходимости, с учетом выявленных факторов риска и различных возможных результатов;
- рассмотрение прогнозируемого соблюдения условий контракта в различных сценариях;
- изменение планов руководства на будущие действия;
- расширение раскрытия.

Необходимо отметить, что у менеджмента компаний при подготовке будущих прогнозов возникают определённые трудности, учитывая крайне неопределённую и нестабильную ситуацию. Действительно, такие прогнозы могут значительно измениться за короткий промежуток времени.

Система внутреннего контроля экономического субъекта должна быть направлена на корректировку надзорных процессов и методов контроля с целью идентификации дополнительных и новых рисков в создавшихся кризисных условиях, так как среда контроля, скорее всего, будет иной в контексте изменения режима деятельности многих отраслей.

Приведем примеры рисков, влияющих на возникновение существенных искажений учетно-аналитической информации в текущих условиях:

- неадекватные цели или неэффективное выполнение стратегий;
- неспособность признать необходимость изменений или отсутствие опыта для решения проблемы;
- сокращение или расширение бизнеса и спроса не были точно оценены или не была проведена надлежащая должная проверка новых продуктов или услуг;
- потеря финансирования из-за неспособности предприятия удовлетворить требования;
- нормативные требования, приводящие к увеличению правовых рисков;
- стимулы и давление на менеджмент, которые могут привести к преднамеренной или непреднамеренной предвзятости руководства;
- повышенные риски мошенничества.

Также важно понимать, как любые соответствующие изменения в законодательстве влияют на деятельность экономических субъектов, включая продление отчетных периодов по представлению налоговой, бухгалтерской и статистической отчетности.

Конкретное раскрытие информации обычно требуется в тех случаях, когда руководство приходит к выводу о наличии существенных сомнений относительно способности компании продолжать свою деятельность в качестве функционирующей хозяйственной единицы. В нынешних обстоятельствах более подробная финансовая отчетность, скорее всего, будет включать расширенное раскрытие информации о событиях или условиях, которые могут вызвать значительные сомнения в способности предприятия продолжать функционировать как действующая компания.<sup>3</sup>

Ухудшение экономических условий, чрезвычайно сложная деловая среда и уровень неопределенности относительно будущих доходов в течение следующих 12 месяцев во многих случаях делают оценку непрерывности деятельности руководством чрезвычайно сложной задачей.

В массиве учетно-аналитической информации должны фиксироваться:

- ключевые контакты и клиентская база;
- цепочка коммуникаций, включая поставщиков, клиентов и сотрудников;
- процессы отслеживания и передачи информации о состоянии бизнеса и сотрудников.

Для определения текущего состояния применяемых информационных технологий в компании и возможности поддерживать удаленную работу во всех аспектах, включая общение и документационное сопровождение клиентов, поставщиков, сотрудников, необходимо провести оценку ИТ-систем, в т.ч. баз учетно-аналитических данных справочников, на ряд основных факторов работы:

- степень их использования;
- эффективность использования и степень сложности работы с ними;
- правила внедрения и поддержки;
- режим работы;
- меры по ограничению несанкционированного доступа;
- проверка целостности и непротиворечивости данных;
- возможность сохранения и восстановления данных.

Обстоятельства, в которых оказались многие экономические субъекты, возможно, увеличили риск мошенничества. Экономические субъекты должны были быстро изменить способ своей деятельности, включая изменения в системе контролей, что может привести к увеличению возможностей для мошенничества.

Вероятно, существенные и многочисленные последствия влияния текущей ситуации экономической неопределённости на финансовую отчетность в краткосрочной и потенциально среднесрочной перспективе составителям и пользователям финансовой отчетности необходимо будет анализировать и оценивать.

---

1. Корнеева Т.А. Раскрытие информации об оценочных обязательствах, связанных с обеспечением экологической безопасности, в отчётности // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2018. № 4 (186). С.97-109

2. Корнеева Т.А., Светкина И.А., Морозова Е.С., Пискунов В.А. Организационные аспекты управления рисками в контуре обеспечения экономической безопасности экономического субъекта // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2018. № 11 (169). С.47-59

3. Корнеева Т.А., Светкина И.А., Наумова О.А., Носков В.В. Организационные аспекты обеспечения экономической безопасности крупной розничной торговли (ритейл) // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2017. № 9 (155). С. 69-79

## FORMATION OF RELIABLE ACCOUNTING AND ANALYTICAL INFORMATION IN CONDITIONS OF ECONOMIC UNCERTAINTY

© 2020 Korneeva Tatyana Anatolievna  
Professor of Economics, Professor

© 2020 Svetkina Irina Anatolievna  
PhD in Economics, Associate Professor  
Samara State University of Economics

E-mail: korneeva2004@bk.ru, svetkinairina@yandex.ru

**Keywords:** accounting and analytical information, risks, financial statements, accounting estimates, fair value, asset impairment, internal control system.

The article analyzes the impact of economic uncertainty on the reliability and timeliness of information disclosure in financial statements. The relationship of economic uncertainty with the process of creating and presenting financial statements, as well as with the adoption of economic decisions based on it by investors and creditors, is disclosed.

УДК 322.122

Код РИНЦ 06.00.00

## БРЕНДИНГ ТЕРРИТОРИИ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕГИОНЕ

© 2020 Корноухов Альберт Сергеевич\*  
студент

Поволжская государственная академия физической культуры, спорта и туризма  
E-mail: philippdubua@gmail.com

**Ключевые слова:** бренд, туризм, брендинг, бренд-менеджмент, имидж региона, туристско-рекреационный потенциал, развитие туризма в регионе.

Настоящая статья посвящена теме формирования бренда региона, который сегодня является не только фактором узнаваемости территории, но и инструментом развития туризма и привлечения инвестиций в регион. Авторы рассматривают особенности построения

---

\* Научный руководитель - **Веслогузова Мария Владимировна**, кандидат экономических наук, доцент.

ния бренда региона с наибольшей выгодой для его жителей, туристов и инвесторов, а также описывают необходимые элементы и действия грамотного бренд-менеджмента региона.

Сегодня все больше внимания уделяется такой теме, как региональный брендинг. О нем говорят не только за рубежом, но и в России. Брендинг территории стал трендом и часто упоминается в докладах и научных работах о развитии туризма. Однако, существующие на сегодняшний день предложения по брендингу в регионах в большинстве своем не являются конкурентоспособными. Часто они ограничиваются только созданием фирменного стиля. Но сегодня рынок туризма требует грамотного, системного и комплексного ведения бренда региона.

Региональный брендинг - это эффективный инструмент для повышения туристско-рекреационной привлекательности и узнаваемости всего региона для его жителей, туристов и бизнес-партнеров. Основная цель бренда территории - это вызывать уверенность и доверие у целевой аудитории региона. Исходя из этого, основной задачей является грамотное построение территориального маркетинга и брендинга. Единого образа, который будет отражать многообразие и уникальные качества и преемущества территории, его населения, культурных объектов и истории.

Существует технология разработки бренда. Первый этап - исследование территории для понимания ее идентичности. Значение имеют любые аспекты: история, социальное и экономическое положение, культурное наследие. Следующий шаг - разработка концепций бренда и выбор идеи. Необходимо учитывать возможности территории и тенденции развития. Далее следует визуализировать идею. 80 % информации воспринимается зрительно, поэтому желательно разработать логотип, что позволит коммерциализировать бренд. Завершающей, но от этого не менее важной, стадией является формирование программы поддержки бренда<sup>1</sup>. Результаты грамотно выстроенного брендинга статистически измеряемы, поэтому важно осуществлять своевременный контроль брендинга и непрерывающееся управление - бренд-менеджмент, стратегия управления с уникальными алгоритмами для каждой задачи с учетом уникальных особенностей территории.

Особую важность в построении сильного бренда играет население. Приезжающие или постоянно проживающие жители территории, для которой разрабатывается бренд, могут негативно высказываться о регионе. Для этого необходимо поднять уровень жизни в регионе. Это должно быть местом, где можно не только жить и работать, а строить семью, развивать свой бизнес, чувствуя при этом поддержку руководства региона. Жители должны ощущать сопричастность к бренд-менеджменту своего региона, принимать бренд, гордиться им.

Сильный бренд территории должен отражать высокий уровень качества жизни его населения. Тем самым он привлекает больше инвестиций в регион, часть которых идет на повышение уровня жизни, а, следовательно, и усиление бренда.

Также важно отметить необходимость включения средств массовой информации в бренд-менеджмент региона. Создание структур для ведения бренда в социальных сетях, представление бренда на выставках и конференциях. Важно осуществлять эффективный фандрайзинг, привлекая бизнес и некоммерческий сек-

тор. Как и в любом региональном проекте, в сильном бренде и бренд-менеджменте должны быть хорошо выстроенные связи.

Для привлечения инвесторов в регион необходимо определить и отразить в бренде ключевые отрасли региона, или, если таковых много, отразить всесторонность и многообразие площадок региона для инвестиций, создать привлекательный инвестиционный портрет региона. Это можно сделать путем организации специализированных форумов, регулярного показа успешных реализованных проектов. Ведение специализированного портала и активная выставочная деятельность также создаст положительный инвестиционный имидж региона.

В то же время, для туристов и гостей территории важно наличие якорной региональной достопримечательности и инфраструктуры. Примером могут служить такие страны, как Португалия, Испания, Польша. В 1980 году Испания воспринималась миром как экономически слабо развитая на фоне других европейских соседей страна. Превращение Испании в туристскую Мекку казалось невозможным, если бы не эффективные маркетинговые коммуникации, направленные на изменение образа страны в мире и повышение ее репутации в экономической и социокультурной сфере. К созданию маркетинговой концепции Испании и координации ее донесения до целевой аудитории - и есть результат применения технологий регионального бренда<sup>2</sup>.

Брендинг туризма и региональный брендинг - явления взаимосвязанные. С одной стороны, туристские предприятия являются субъектами регионального брендинга, в то же время, региональный брендинг способствует увеличению туристского потока. Ведущей целью таких субъектов брендинга является повышение прибыли путем реализации турпакетов. Итогом этого процесса является увеличение притягательности территории, и престижа места в целом<sup>3</sup>.

В свою очередь, бренд-менеджмент следует рассматривать, как один из элементов стратегии региона, цель которого создание условий для совершенствования и исполнение его потенциала. Сегодня стратегии развития есть у каждого региона. Они охватывают всю деятельность региона, в том числе и туризм. Однако, развитие туризма в регионах чаще всего ведется через повышение количества въезжающих туристов. Строятся отели, повышается качество предоставляемых услуг, создаются новые туристские программы. Но, вся эта деятельность не идет в связи с брендом. У этой деятельности нет одного лица для туристов.

Как правило, этапами стратегии бренд-менеджмента бренда территории являются:

- 1) Оценка позиции на начальном этапе, старте брендинга. На данном этапе проводится анализ стратегии развития региона и туризма региона, анализ внутренней и внешней конкурентной среды. Создание и поиск ведущих позиций, идентифицирующих территорию. Многофакторный анализ имиджа и репутации региона. Исследование уже имеющихся брендов в регионе, а также брендов регионов-конкурентов.

- 2) Проектная деятельность. Разработка концепции бренда и бренд-менеджмента. Также на данном этапе определяются ответственные структуры.

- 3) Реализация. Согласование и утверждение стратегии бренд-менеджмента.

4) Мониторинг. Анализ результативности деятельности бренд-менеджмента. Анализ узнаваемости и привлекательности бренда региона. Показателями результативности могут являться уровень удовлетворенности населения, а также статистические данные по привлечению туристов и инвесторов.

На наш взгляд формирование бренда и ведение бренд-менеджмента должно основываться на следующих принципах:

- Реальность. Отражение не только привлекательных характеристик региона.

- Поддержка. Помощь в решении проблем региона.

- Ориентированность. Бренд-менеджмент должен ориентироваться на стратегию развития региона и развития туризма региона.

- Сопричастность. В разработке бренда и ведении бренд-менеджмента должны участвовать представители бизнеса, историки, население региона.

Следует еще раз сказать, что сопричастность является одним из важнейших принципов бренд-менеджмента. Это необходимо для укрепления бренда региона и повышения его узнаваемости. Так, например, туристские предприятия могут развивать уникальные конкурентные преимущества определенных территорий или региона. Историко-культурные объекты, специализированные единственные в своем роде туристские программы и объекты культурного наследия. Объектами могут являться местные достопримечательности, уникальные маршруты или природные особенности региона. Как, например, бренд «Снежная страна» в Японии, где три префектуры объединились в один туристский регион, особенностью которого является большое количество выпавшего снега.

Однако, будет неправильным создавать образ региона как излишне традиционный. В дальнейшем такой образ может стать преградой для развития. Например, Чеченская республика, которой очень трудно развивать туризм. Во-первых, из-за сложившегося образа, во-вторых, из-за строгих культурных и религиозных традиций и правил. В будущем, при решении изменить свой образ, из чего следует построение нового бренда, Чеченской республике потребуется вложить большое количества средств.

Если выстраивать брендинг более гибким, то и в его изменения необходимо будет вкладывать меньше ресурсов.

В заключение следует сказать, что сегодня одних разговоров о том, что необходимо развивать уникальный имидж регионов, мало. Важно начинать действовать. Работать с репутацией, создавать увеличивать привлекательность и узнаваемость портрета региона. Сегодня во много источник конкурентных преимуществ - это положительный имидж и репутация региона, его узнаваемость. Брендинг территории является эффективным инструментом развития туризма в регионе. При грамотном построении брендинга и правильный бренд-менеджмент в дальнейшем повысит качество жизни в регионе, привлечет в него новые средства от инвесторов, повысит привлекательность региона для туристов. При построении брендинга и ведении бренд-менеджмента важно учитывать мнение населения, ведь они станут носителями бренда. Также необходимо задействовать



различные предприятия в формировании и продвижении бренда. И только в этом случае у региона будет сильный конкурентоспособный бренд.

<sup>1</sup> Костюковский, А. Потому что Урюпинск // Русский репортер. 2017. № 7 (424). С. 34-41.

<sup>2</sup> Сайчук Т.В. Территориальный маркетинг // Издательский дом «Питер», 2009.

<sup>3</sup> Баядян А.Ю. Развитие туризма как фактор формирования регионального брендинга // Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. 2014. №1. С. 13-18.

## AREA BRANDING AS A TOOL FOR TOURISM DEVELOPMENT IN THE REGION

© 2020 Kornoukhov Albert Sergeevich  
Student

Volga Region State Academy of Physical Culture, Sport and Tourism  
E-mail: philippdubua@gmail.com

**Keywords:** brand, tourism, branding, brand management, image of the region, tourism and recreational potential, tourism development in the region.

The present article is devoted to the theme of forming the brand of the region, which today is not only a factor of recognition of the territory, but also a tool for tourism development and attraction of investments into the region. The authors consider the peculiarities of building a brand of a region with the greatest benefit for its residents, tourists and investors, and describe the necessary elements and actions of competent brand management of the region.

УДК 336

Код РИНЦ 06.00.00

## ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЯ В ОБЛАСТИ РЕКЛАМЫ

© 2020 Кузнецова Елена Вячеславовна  
студент

© 2020 Акопян Диана Анатольевна  
кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет  
E-mail: Lenusik271099@gmail.com, diakopyan@yandex.ru

**Ключевые слова:** рекламная деятельность, реклама, СМИ, государственное регулирование, социально ответственный маркетинг, управление Интернетом.

Рассматриваются направления государственного регулирования рекламной деятельности в Российской Федерации на различных уровнях: федеральном, региональном и

внутреннем - с позиции концепции социально ответственного маркетинга, управления Интернетом и возможности саморегулирования рекламной сферы субъектами рынка.

В любой общественной системе довольно сложно обойтись без регулирования различной легальной области деятельности со стороны государства. Его вмешательство прямо и опосредованно влияет на все общественные процессы. Роль государства первостепенна в построении и регулировании именно экономических отношений и рационального использования их потенциала.

Функционирование и развитие эффективного рынка рекламы невозможно без государственной интервенции, что обеспечивает институциональные условия для нормальной конкуренции между различными субъектами этого специфического рынка.

В настоящих условиях стремительного развития общественных отношений, средства массовой информации и реклама выступают мощнейшим инструментом не только продвижения товаров, услуг, но и механизмом, в короткие сроки производящим как позитивный, так и негативный эффект в обществе. Из этого следует, что очень велика социальная ответственность рекламы. Государство предоставляя свободу рекламной деятельности должно создавать условия её регулирования и саморегулирования.<sup>1</sup>

В ходе исследований Ф Котлера в 1970 году появилась концепция социально-ответственного маркетинга, где активно исследовалось формирование механизма согласования потребностей и интересов потребителей и возможности удовлетворения их потребностей эффективнее, чем у конкурентов. Одновременно выдвигалось необходимое и достаточное условие - рост благосостояния всех членов общества.

Деятельность по ориентации на потребителя концентрируется на изучении: их потребностей и ожиданий, соответствии целей и задач организации им; потребностей заинтересованных сторон (собственников, акционеров, человеческих ресурсов, контрагентов, государства, региона); реализации механизмов взаимодействия с потребителями; на измерении и анализе степени удовлетворенности клиентов.

Следует отметить, что это актуально для экономически и социально развитых сообществ. Ни в какой мере не опровергаем учение Ф.Котлера, так как ключевой момент - именно рост благосостояния населения, а не стагнация и тем более падение темпов роста. Там же, где невысокий уровень качества жизни и такого же рода социальные гарантии, соответственно, решаются несколько иного уровня проблемы маркетинга и рекламной деятельности.

Специфика регулирования государством рынка рекламы подлежит изменениям. Если ранее предполагалось, что человеческие ресурсы недоиспользуются, природные - эксплуатируются чрезмерно, то в данный момент разрабатываются и корректируются законы о защите прав потребителей, образуются независимые организации - общества потребителей.<sup>2</sup>

Рынок рекламы - самостоятельный сектор экономики, отрасль в которой действуют участники рекламного процесса: рекламодатели, рекламопроизводители, рекламораспространители и потребители.

В зависимости от степени потребности в рекламном продукте, вида и характера деятельности компании, ее финансового состояния делается выбор из двух вариантов, позволяющих рекламодателю прямо или опосредовано, управлять рекламной деятельностью.

Первый из них предполагает взаимодействие рекламодателя с внешним агентством. Заключается договор об оказании услуг, в этом случае рекламодатель становится клиентом рекламного агентства.

Воспользоваться продуктом деятельности профессионалов-рекламистов, которым интересно самореализоваться, проявлять себя творчески и получать заказы в разных сферах и организациях, надежнее и целесообразнее в результате взаимодействия с независимой компанией. Поэтому организации чаще оказывается выгоднее и эффективнее купить необходимые услуги у рекламного агентства, обладающего огромным потенциалом в этой области.

Второй вариант связан с созданием подразделения в структуре организации - рекламной службы, что позволяет самому рекламодателю заниматься этой проблематикой. В то же время содержание дополнительного отдела ведет к росту издержек организации. Появляется проблема с комплектацией отдела сотрудниками, обладающими знаниями, опытом, креативом. Хороших специалистов в области рекламы надо очень постараться привлечь. Обращение в специализированные компании по поиску персонала предполагает временные и финансовые затраты.

Рекламная деятельность в нашей стране регулируется законом «О рекламе», который определяет правовое пространство рекламирования и регулирует отношения, возникающие в процессе производства, размещения и распространения рекламы на рынках товаров и услуг.<sup>3</sup>

К основным функциям государственного контроля на рынке рекламы относят:

- пресечение ненадлежащей рекламы, способной ввести в заблуждение потребителя или нанести вред здоровью граждан;
- защита добросовестной конкуренции;
- привлечение рекламных агентств к административной ответственности за нарушение законодательства о рекламе;
- установление законодательных экономических отношений, «правил рыночной игры», обеспечение их соблюдения.

Государственной регулирование рынка рекламы производится на следующих уровнях:

- федеральный, где контроль и надзор за рекламной деятельностью и надзор возложен на Федеральную антимонопольную службу Российской Федерации;
- региональный, предписывающий, что функции контроля и надзора в сфере рекламы возложены на муниципальные комитеты рекламы, деятельность которых осуществляется на основе ФЗ, указов, постановлений распоряжений и уставов муниципальных образований.
- внутреннее регулирование, или саморегулирование заключается в соблюдении этических норм, правил, принципов, выработанных в течение многих лет рекламной практики.<sup>4</sup>

Следует отметить влияние на рекламную деятельность таких организаций как Ассоциация Коммуникационных Агентств России и Ассоциации Рекламодателей.

Их задачи связаны с контролем и этическими требованиями, анализом и экспертизой рекламы и прочих коммерческих коммуникаций, формированием системы саморегулирования рекламной деятельностью, обеспечением определенных гарантий в свободе создателей рекламного продукта, а также с построением специализированных рейтингов.<sup>5</sup>

Саморегулирование любой предпринимательской деятельности в том числе и рекламной означает переложить контрольные и надзорные функции на сам субъект деятельности. В Российской Федерации существуют уже так называемые саморегулирующие организации (далее - СРО). СРО в рекламной сфере существуют в трех организационно-правовых формах некоммерческих организаций: ассоциации, некоммерческие партнерства, союзы.

Соблюдение членами СРО требований Закона о рекламе и требований профессиональной деятельности и этики на основе Кодекса практики рекламы и маркетинговых коммуникаций свидетельствует, что стоит формировать и соблюдать высокие этические стандарты в рекламной сфере всеми участниками рекламного процесса, а также вырабатывать и поддерживать неформальные правила поведения субъектов.

Согласно датируемому апрелем 2020 года законопроекту, у СРО будет реальная возможность рассмотрения споров и конфликтных ситуаций, связанных с различными нарушениями при продвижении лекарственных средств, препаратов и БАДов, финансовых услуг (микрораймы, микрокредиты и прочие операции), азартных игр, акцизных товаров (табак, алкоголь). Эти действия и решения будут обязательно контролироваться ФАС.<sup>6</sup>

Сфера интернета медленно, но неукротимо движется к тотальному контролю со стороны государственных структур.

Особенно актуально это в отношении множества не только электронных средств массовой информации, но и многотысячной армии блогеров. С 2014 года они были частично приравнены к СМИ и обязаны проверять транслируемую информацию на предмет возможных нарушений законов РФ. Реестр наиболее популярных из них ведет Роскомнадзор.

Это очень емкий рынок (не всегда контекстной) рекламы. Из-за огромного количества блогов и относительно невысоких этических норм ряда их обладателей в этом сегменте рынка рекламы обозначилось множество проблем, исключая обширный и нерегулируемый сегмент даркнета, где IP-адреса недоступны публично.<sup>7</sup>

Государственное регулирование взаимоотношений участников рынка рекламы в Российской Федерации позволяет им находиться в правовом поле; исключает недобросовестное обладание и использование определенного контента; обеспечивает сохранность авторских прав производителей рекламного продукта; защищает пользователей от навязчивых и агрессивных рекламных акций; блокирует контент, направленный на разжигание расовых, этнических, конфессиональ-

ных и прочих противоречий; получать потребителям на более высоком и качественном уровне востребованный рекламный продукт.

<sup>1</sup> И. Д. Ежов «Социальная ответственность рекламы в российском медийном пространстве» СМИ и массовым коммуникациям, Журналистский ежегодник, 2015.

<sup>2</sup> Л. В. Антонов «Специфика государственного регулирования рекламного рынка в современных условиях» // Социально-экономические явления и процессы, Экономика и бизнес, 2010

<sup>3</sup> Федеральный закон Российской Федерации «О рекламе» от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ. Закон «О рекламе» КонсультантПлюс [Электронный ресурс] URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_58968/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/)

<sup>4</sup> Государственное регулирование рынка рекламы. Теория и практика рекламной деятельности. [Электронный ресурс] // Индустрия рекламы. URL: <https://adindustry.ru/doc/1181>

<sup>5</sup> Общие положения о регулировании рекламной деятельности в Российской Федерации [Электронный ресурс] // *AdConsul*, URL: <http://adconsul.org/ru/articles/21>.

<sup>6</sup> ФАС назвала полномочия саморегулируемых организаций в сфере рекламы // РБК, URL: [https://www.rbc.ru/technology\\_and\\_media/17/04/2020/5e99a9f79a79477aa66172c8](https://www.rbc.ru/technology_and_media/17/04/2020/5e99a9f79a79477aa66172c8)

<sup>7</sup> Акопян Д.А. Еляков А.Д. Управление интернетом: методологический аспект//Проблемы теории и практики управления.-2007.-№11. С.78-84.

## STATE REGULATION IN THE FIELD OF ADVERTISING

© 2020 Kuznetsova Elena Vyacheslavovna  
Student

© 2020 Akopyan Diana Anatolyevna  
Candidate of Economics, Associate Professor  
Samara State University of Economics

E-mail: [lenusik271099@gmail.com](mailto:lenusik271099@gmail.com), [diakopyan@yandex.ru](mailto:diakopyan@yandex.ru)

**Keywords:** advertising, mass media, state regulation, socially responsible marketing, Internet management.

The article considers the directions of state regulation of advertising activities in the Russian Federation at various levels: Federal, regional and domestic from the perspective of the concept of socially responsible marketing, Internet management and the possibility of self-regulation of the advertising sphere by market entities.

## СОДЕРЖАНИЕ

### Региональная экономика

<b>Архипова Н.А.</b> Региональная поддержка сельскохозяйственных организаций.....	3
<b>Янкина Н.А.</b> Оценка технического состояния многоквартирных жилых зданий.....	7

### Экологические науки

<b>Абдрахимов В.З.</b> Зависимость экологии и экономики от пандемии.....	11
<b>Абдрахимов В.З.</b> Экология и пандемия .....	16

### Социологические науки и политология

<b>Азимова А.М.</b> «Эпидемия одиночества» в современном мире.....	23
<b>Акимова Е.С.</b> Влияние высоких технологий на современное общество .....	28
<b>Габбазова Н.Р., Коротаева Т.В.</b> Изменения на рынке труда в связи с пандемией COVID-19.....	32
<b>Звоновский В.Б.</b> Перспективы и практика использования роботизированных опросов .....	36
<b>Коженикова А.А.</b> Феминизм как социальное явление: неоднозначное отношение к нему со стороны общества.....	42
<b>Обертяева Д.А., Коротаева Т.В.</b> Проблемы применения аутплейсмента в России.....	45
<b>Петина А.И.</b> Неравенство мужчин и женщин в современном мире и факторы его сглаживания .....	50
<b>Подлипская А.В.</b> Общение и его особенности в современном мире.....	53
<b>Ургалкин Ю.А., Ростова А.В.</b> Социологическое измерение политического участия молодежи .....	57
<b>Чеджемов Г.А., Синичкина О.Р.</b> Хейтерство в сети Интернет как одно из последствий технологического и информационного прогресса .....	63

### Филологические науки и языкознание

<b>Белякова О.В.</b> Средства речевой экономии в англоязычном лингвокультурном сценарии «Международная торговля» .....	72
<b>Голованова И.С.</b> Новые слова в толковых словарях французского языка 2020 года.....	76

<b>Козлова О.Д.</b> Мемы как лингвистический феномен .....	79
<b>Мартынова И.А.</b> Юмор, дипломатия и имидж страны: к постановке вопроса .....	83
<b>Петрянина О.В.</b> Лингвистический анализ немецкого языка закона (на материале Гражданского кодекса Германии) .....	88

## Исторические науки

<b>Сумбурова Е.И., Заельская С.А.</b> План ГОЭЛРО как стратегическая программа развития российской экономики .....	94
<b>Фоломеев С.Н.</b> К вопросу о возможной встрече В.И. Ленина и Н.К. Михайловского в Самаре в 1892 году.....	99

## Экономические науки и менеджмент

<b>Абашина Е.А., Иванова Н.И.</b> Зарубежный опыт формирования логистической инфраструктуры .....	106
<b>Балановская А.В., Колсанов А.А.</b> Стратегический анализ инновационной деятельности организации .....	110
<b>Богомолов А.Е., Илюхина Л.А.</b> Особенности внутрифирменного обучения персонала в условиях самоизоляции и удаленной работы .....	116
<b>Булавко О.А., Туктарова Л.Р.</b> Формирование эффективной стратегии развития предприятий .....	121
<b>Ванина М.А.</b> Применение RFID в логистике .....	126
<b>Вишневер В.Я.</b> Инвестиционная привлекательность акций российских телекоммуникационных компаний.....	129
<b>Волкодаева А.В., Балановская А.В., Колсанов А.А.</b> Стратегические направления развития инновационной деятельности организации.....	134
<b>Горгодзе Т.Е.</b> Социально-экономические гарантии .....	139
<b>Гранкина С.В., Семенова М.С.</b> Формирование лояльности потребителей туристских услуг .....	147
<b>Гранкина С.В., Серебrenиков В.М.</b> Ресурсный потенциал г.о. Самара по развитию спортивно-зрелищного туризма .....	151
<b>Динукова О.А.</b> Управление отклонениями от бюджета .....	154
<b>Заступов А.В.</b> Анализ подходов в оценке стоимости предприятия .....	158
<b>Заступов А.В.</b> Подготовка и управление персоналом на примере Куйбышевского филиала ОАО «Российские железные дороги» .....	162
<b>Игошина Н.А., Тарасова А.С.</b> Современные подходы к анализу финансовых результатов .....	166
<b>Карпенко О.А., Левченко Л.В.</b> Институциональные инновации по созданию институтов развития интеллектуального капитала, содействующие профессиональному росту и занятости населения .....	170
<b>Карпенко О.А., Левченко Л.В.</b> Современные проблемы и тенденции развития образовательной системы и институциональные инновации по формированию и развитию интеллектуальных ресурсов и капитала.....	176
<b>Карпов И.А.</b> Аспекты доверия к бренду в сети Интернет .....	183

<b>Кварацхелия М.С.</b> Критерии определения договора аренды при применении стандарта МСФО (IFRS) 16 «Аренда» .....	186
<b>Кожухова В.В.</b> Нефинансовая отчетность как инструмент мониторинга экономической безопасности предприятий.....	191
<b>Кожухова Н.В., Кожухова Д.А.</b> К вопросу о применении индивидуального плана развития в управлении персоналом современной организации .....	195
<b>Кожухова Н.В., Кожухова Д.А.</b> Коллективное соглашение как важный фактор регулирования социально-трудовых отношений в управлении персоналом организации .....	200
<b>Коновалова М.Е.</b> Концентрация и централизация капитала в банковской сфере .....	205
<b>Корнеева Т.А., Светкина И.А.</b> Оценка финансового положения телекоммуникационных компаний в контуре обеспечения экономической безопасности .....	211
<b>Корнеева Т.А., Светкина И.А.</b> Формирование достоверной учетно-аналитической информации в условиях экономической неопределенности .....	217
<b>Корноухов А.С.</b> Брендинг территории как инструмент развития туризма в регионе .....	221
<b>Кузнецова Е.В., Акопян Д.А.</b> Государственное регулирования в области рекламы .....	225



*Научное издание*

**НАУКА XXI ВЕКА:  
АКТУАЛЬНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ**

*Сборник научных статей  
IX Международной  
научно-практической конференции  
15 сентября 2020 года*

*Выпуск 2  
Часть 1*

ISBN 978-5-00176-029-0



9 785001 760290 >

*Материалы представлены  
в авторской редакции*

Усл. печ. л. 13,54 (14,56). Уч.-изд. л. 19,98.  
ФГБОУ ВО «Самарский государственный экономический университет».  
443090, Самара, ул. Советской Армии, 141.