



nauchforum.ru
НаучФорум
Оставь свой след в науке

ISSN 2310-0362

СБОРНИК ВКЛЮЧЕН
В НАУКО-
МЕТРИЧЕСКУЮ БАЗУ

РИНЦ



XXIX Студенческая международная
заочная научно-практическая
конференция

**МОЛОДЕЖНЫЙ НАУЧНЫЙ ФОРУМ:
ОБЩЕСТВЕННЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ**

№ 10(29)

г. МОСКВА, 2015



nauchforum.ru
НаучФорум
Оставь свой след в науке

МОЛОДЕЖНЫЙ НАУЧНЫЙ ФОРУМ: ОБЩЕСТВЕННЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

*Электронный сборник статей по материалам XXIX студенческой
международной заочной научно-практической конференции*

№ 10 (29)
Декабрь 2015 г.

Издается с марта 2013 года

Москва
2015

УДК 3+33
ББК 60+65.050
М 75

Председатель редколлегии:

Красовская Наталия Рудольфовна – кандидат психологических наук, имеет степень МВА, президент некоммерческой организации «Центр РАД».

Редакционная коллегия:

Волков Владимир Петрович – канд. мед. наук, рецензент АНС «СибАК»;

Елисеев Дмитрий Викторович – канд. техн. наук, доцент, бизнес-консультант Академии менеджмента и рынка, ведущий консультант по стратегии и бизнес-процессам, «Консалтинговая фирма «Партнеры и Боровков»;

Захаров Роман Иванович – кандидат медицинских наук, врач психотерапевт высшей категории, кафедра психотерапии и сексологии Российской медицинской академии последиplomного образования (РМАПО) г. Москва;

Зеленская Татьяна Евгеньевна – кандидат физико-математических наук, доцент, кафедра высшей математики в Югорском государственном университете;

Карпенко Татьяна Михайловна – канд. филос. наук, рецензент АНС «СибАК»;

Костылева Светлана Юрьевна – канд. экон. наук, канд. филол. наук, доц. Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (РАНХиГС), г. Москва;

Лебедева Надежда Анатольевна – доктор философии в области культурологии, профессор философии Международной кадровой академии, г. Киев, член Евразийской Академии Телевидения и Радио;

Попова Наталья Николаевна – кандидат психологических наук, доцент кафедры коррекционной педагогики и психологии института детства НГПУ;

Яковишина Татьяна Федоровна – канд. с.-х. наук, доц., заместитель заведующего кафедрой экологии и охраны окружающей среды Приднепровской государственной академии строительства и архитектуры, член Всеукраинской экологической Лиги.

М 75 Молодежный научный форум: Общественные и экономические науки. Электронный сборник статей по материалам XXIX студенческой международной заочной научно-практической конференции. – Москва: Изд. «МЦНО». – 2015. – № 10 (29) / [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: [http://www.nauchforum.ru/archive/MNF_social/10\(29\).pdf](http://www.nauchforum.ru/archive/MNF_social/10(29).pdf)

Электронный сборник статей по материалам XXIX студенческой международной заочной научно-практической конференции «Молодежный научный форум: Общественные и экономические науки» отражает результаты научных исследований, проведенных представителями различных школ и направлений современной науки.

Данное издание будет полезно магистрам, студентам, исследователям и всем интересующимся актуальным состоянием и тенденциями развития современной науки.

Сборник входит в систему РИНЦ (Российский индекс научного цитирования) на платформе eLIBRARY.RU.

Оглавление

Секция 1. Религиоведение	8
СУЩНОСТЬ ЧЕЛОВЕКА В ПСИХОЛОГИИ ИСЛАМА И БУДДИЗМА	8
Халиулина Василя Радиковна Гаспарян Роза Саркисовна Макаркина Анна Сергеевна Липина Елизавета Андреевна Котова Анна Сергеевна Ардашкин Игорь Борисович	
ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ РЕЛИГИОЗНЫХ СТЕРЕОТИПОВ СРЕДИ МОЛОДЕЖИ	14
Литасова Виктория Александровна Есина Кристина Алексеевна Ардашкин Игорь Борисович	
СЕКТЫ И ИХ УПРАВЛЕНЧЕСКОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ	19
Бызова Елена Владимировна Лукьянец Александр Алексеевич Машкина Анастасия Андреевна Титус Наталья Юрьевна Ардашкин Игорь Борисович	
Секция 2. Философия	24
МИНИМАЛИЗМ КАК МИРОВОЗЗРЕНИЕ	24
Мисник Анастасия Юрьевна Панькова Наталья Михайловна	
Секция 3. Маркетинг	29
К ВОПРОСУ О ВЗАИМОДЕЙСТВИИ СУБЪЕКТОВ РЫНОЧНЫХ ОТНОШЕНИЙ (НА ПРИМЕРЕ РЫНКА МЕТАЛЛОПРОКАТА)	29
Бинеева Алиса Андреевна Сергиенко Елена Сергеевна	
СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГА. ПОНЯТИЕ И ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ ПРОЦЕССА СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В ОРГАНИЗАЦИИ	34
Бочкарева Алина Викторовна Брагин Борис Николаевич	
МАРКЕТИНГ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ	39
Тихонов Александр Сергеевич Стыцюк Рита Юрьевна	

ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ Фатюхина Наталья Александровна Скубрий Евгений Вениаминович	45
Секция 4. Менеджмент	55
ПРОБЛЕМА ФОРМИРОВАНИЯ ЭФФЕКТИВНОГО ТРУДОВОГО КОЛЛЕКТИВА Кириллов Анатолий Владиславович Анисимова Татьяна Робертовна	55
МЕТОДОЛОГИЯ ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ Гаспарян Роза Саркисовна Макаркина Анна Сергеевна Халиулина Василя Радиковна Панькова Наталья Михайловна	62
Эффективность социальной работы на примере ОГКУ «РЕАБИЛИТАЦИОННОГО ЦЕНТРА ДЛЯ ДЕТЕЙ И ПОДРОСТКОВ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ» ЗАТО СЕВЕРСК Миронова Елена Геннадьевна Ардашкин Игорь Борисович Панькова Наталья Михайловна	67
ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ КАК ИНСТРУМЕНТ САМООБРАЗОВАНИЯ Николаева Валерия Юрьевна Малышева Оксана Викторовна	72
МОДЕЛЬ БАЛЛЬНОЙ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ИНФОРМАЦИИ Новожилова Юлия Алексеевна Обухов Олег Владимирович	77
ВЛИЯНИЕ ИНТЕРНЕТА НА ПРОЦЕСС КОММУНИКАЦИИ Семенов Нюргун Николаевич Герасимов Богдан Иннокентьевич Степанова Айтиалина Юрьевна Конторусова Саргылана Сергеевна	83
ЦЕНТР ДИСПЕТЧЕРСКОЙ СЛУЖБЫ СОЦИАЛЬНОЙ ПОДДЕРЖКИ Симаков Анатолий Николаевич Ардашкин Игорь Борисович Панькова Наталья Михайловна	86

РАЗВИТИЕ КОНЦЕПЦИИ БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА В РОССИИ	91
Степанов Илья Васильевич Туровец Оскар Григорьевич	
РЕЛИГИЯ КАК СПОСОБ УПРАВЛЕНИЯ В КОНЦЕПЦИИ	97
З. ФРЕЙДА Шагжеева Саяна Санжиевна Тихонова Алина Андреевна Ардашкин Игорь Борисович	
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ	102
Фатюхина Наталья Александровна Скубрий Евгений Вениаминович	
Секция 5. Регионоведение	112
АРКТИКА И ДАЛЬНИЙ ВОСТОК В МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	112
Дробышева Татьяна Владимировна Ширяев Борис Анатольевич	
ОЦЕНКА РЕГИОНАЛЬНОЙ СТРУКТУРЫ НАСЕЛЕНИЯ НА ПРИМЕРЕ УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ И ЕЕ ВЗАИМОСВЯЗЬ С ЭКОНОМИЧЕСКИМ РАЗВИТИЕМ РЕГИОНА	117
Казакова Елена Петровна Погодина Елена Александровна	
Секция 6. Реклама и PR	123
РЕЧЕВОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ В РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТАХ	123
Гартунг Стелла Рудольфовна Колпакиди Дмитрий Викторович	
Секция 7. Экономика	128
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ДАТЧИКОВ ДВИЖЕНИЯ И ОСВЕЩЕННОСТИ КАК СПОСОБ ЭНЕРГОСБЕРЕЖЕНИЯ В ЖИЛОМ ДОМЕ	128
Крошкин Валерий Андреевич Анисимова Татьяна Робертовна	
ФИНАНСОВАЯ СТРАТЕГИЯ: ПОНЯТИЕ И РОЛЬ В РАЗВИТИИ КОМПАНИИ	134
Бовкунович Виктория Валерьевна Мартынова Татьяна Алексеевна	
БАНКОВСКОЕ КРЕДИТОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	139
Букур Алина Олеговна Попова Ирина Витальевна	

МОДЕЛИ ПОВЕДЕНИЯ ДОМАШНИХ ХОЗЯЙСТВ НА РЫНКЕ ТРУДА	145
Велиева Фарида Энверовна Маллаева Мадина Ибрагимовна	
РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНОГО ПАРТНЕРСТВА В РЕГИОНЕ: НА ПРИМЕРЕ НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ	150
Горева Виктория Борисовна Ширяева Юлия Сергеевна	
ПРОБЛЕМА ФИНАНСИРОВАНИЯ В ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЯХ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	156
Горшкова Юлия Александровна Тукова Екатерина Александровна	
АНАЛИЗ ЗАНЯТОСТИ И БЕЗРАБОТИЦЫ НА РЫНКЕ ТРУДА УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ	160
Есина Надежда Алексеевна Погодина Елена Александровна	
ОПТИМИЗАЦИЯ РАСХОДОВ РЕГИОНАЛЬНОГО БЮДЖЕТА	166
Есина Надежда Алексеевна Заббарова Ольга Алексеевна	
СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКИ: ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ В СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ТНК	171
Земскова Александра Александровна Козадаева Олеся Станиславовна Печерская Эвелина Павловна	
СУЩНОСТЬ И СТРУКТУРА ТЕНЕВОЙ ЭКОНОМИКИ	176
Калошина Анастасия Яковлевна Светлана Георгиевна Михнева	
БЮДЖЕТНЫЙ ПРОЦЕСС: СУЩНОСТЬ, УЧАСТНИКИ, ЭТАПЫ	184
Ключникова Елена Сергеевна Бабкина Елена Викторовна	
ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ КАК ФАКТОР СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА	189
Костромин Александр Олегович Погодина Елена Александровна	
ПЕРЕХОД НА МСФО: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ	195
Куртаева Мадина Гаджимагомедовна Алиева Надживат Магомедовна	

ВОЗМОЖНОСТИ И ОГРАНИЧЕНИЯ МЕХАНИЗМА ИНВЕСТИРОВАНИЯ ПОСРЕДСТВОМ ИНДИВИДУАЛЬНОГО ИНВЕСТИЦИОННОГО СЧЕТА Лазарева Екатерина Александровна Тюленева Наталья Александровна	202
ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ПРОИЗВОДСТВА ХЛЕБА И МУЧНЫХ КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ НЕДЛИТЕЛЬНОГО ХРАНЕНИЯ В СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ Самарина Оксана Николаевна Новикова Наталья Валерьевна	210
МУЛЬТИАГЕНТНЫЙ ПОДХОД В СИСТЕМАХ ОРГАНИЗАЦИИ И УПРАВЛЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВОМ Степанов Павел Валерьевич Фандрова Людмила Петровна	218

СЕКЦИЯ 1.

РЕЛИГИОВЕДЕНИЕ

СУЩНОСТЬ ЧЕЛОВЕКА В ПСИХОЛОГИИ ИСЛАМА И БУДДИЗМА

Халиулина Василя Радиковна
*студент Томского политехнического университета,
РФ, г. Томск*

Гаспарян Роза Саркисовна
*студент Томского политехнического университета,
РФ, г. Томск*

Макаркина Анна Сергеевна
*студент Томского политехнического университета,
РФ, г. Томск*

Липина Елизавета Андреевна
*студент Томского политехнического университета,
РФ, г. Томск*

Котова Анна Сергеевна
*студент Томского политехнического университета,
РФ, г. Томск*

Ардашкин Игорь Борисович
*научный руководитель, д-р филос. наук, проф.
Томского политехнического университета,
РФ, г. Томск*

Процессы глобализации и идеология постмодернизма стали причиной цивилизационного кризиса не только европейского, но и мирового масштаба. В настоящее время происходят унификация социально-политических, социально-психологических структур, разрушение форм культурной, исторической, духовной идентификации человека, размывание всяких мировоззренческих основ его самоопределения – вырождение народа в этнографическую массу, духовно-нравственный кризис общества, кризис культуры, религии и религиозности. Одним из вызовов нашего времени

является требование прямого и профессионального обеспечения решения проблем формирования духовности и нравственности, религии и религиозности для воспроизводства человечности и человеческого. Антропологический подход в сфере гуманитарного знания представляет собой ориентацию на человеческую реальность во всей ее полноте, во всех ее духовно-телесных измерениях; это поиск средств и условий становления человека как субъекта, личности и индивидуальности перед лицом собственного бытия. Другими словами, предметом антропологии в собственно теологическом смысле слова является человек, созданный по образу и подобию Божьему. В земной жизни человек должен осуществить образ Божий в своей индивидуальности – преодолеть силы греха, стяжательства, озлобленности, а также непощение, непослушание, несмирение, неумение любить ближнего, поддерживать его в старости и болезнях и т. д.

В психологическом смысле буддизм имеет большие возможности и практику. В основе этой древней религии находится человек с его желаниями, страстями, болезнями. Духовные, психологические практики буддизма направлены именно на внутренний мир человека, на его восприятия, на эмоциональное состояние, что представляет собой интерес для практикующих психологов.

Ислам – это и вероисповедание, и особый образ жизни и мышления. Мусульманские нормы направлены на регулирование самых различных сторон жизни, оказывая влияние на особенности психологии людей. Ислам формирует повседневные навыки поведения, бытовые привычки.

Буддизм не проводит различий между эмоциями и другими психическими процессами. Вместо этого упор делается на понимание того, какие виды психической активности ведут к благополучию самого субъекта и благополучию окружающих, а какие вредят, особенно в долгосрочной перспективе.

В буддизме проводится ясное различие между аффективными состояниями, напрямую возникающими под воздействием приносящих удовольствие стимулов и состоянием суккха, возникающим из сбалансиро-

рованного внимания, эмоционального и когнитивного равновесия. Переживание удовольствия зависит от времени, места и обстоятельств, и чувство легко может превратиться в нейтральное или даже неприятное. Когда приходится расстаться с приносящим удовольствие стимулом, ощущение удовольствия немедленно исчезает, независимо от того было ли оно связано, или нет, с любым негативным состоянием.

Цель мусульманина спасти свою душу и жизнь по шариату. Буддист хочет достичь просветления. Более того, буддист вообще не думает, что у него есть душа.

В исламе важное место занимает догматизм, неоспоримость которых ставится выше любого мнения. Соответственно, теологи других традиций придерживаются противоположного взгляда. Слова: «Я верю» в буддизме заменяются словами: «Я знаю» – он не верит концепциям и утверждениям, привнесенным извне, а доверяет только своему опыту. Именно это сказал Будда перед смертью – его самыми последними словами были слова: «И теперь не верьте всему, что я сказал, потому что я Будда, но проверяйте все на собственном опыте. Будьте сами себе путеводным светом».

В основе ислама лежат нормы, заложенные в Коране, которые определяют не только поведение, но и мысли человека, его образ жизни. Соответственно тот, кто придерживается этих правил, считается хорошим, добропорядочным, правильным, а кто их нарушает наоборот. Когда человек совершает проступок или грех его мучают муки совести. Буддизм же предполагает отсутствие чувства вины как определяющего в поступках. Человек учится на плохих и хороших ошибках, делает выводы. Следует отметить, что вина и ответственность в этом случае разные понятия.

В исламе большое значение имеет страх перед Богом. И человек, который принимает его в своем сердце, не боится ничего, даже смерти. Что может бояться имеющий страх Божий – ведь все в руках Бога. Даже смерть. Для буддистов иллюзорная природа страха очевидна. Невозможно бояться смерти,

при осознании, что самое главное в человеке не имеет ни начала ни конца, и не может быть разрушено смертью. И это знание, а не вера.

В исламе есть понятие души, которую называют вечной. То есть однажды в этом мире появляется душа, которая живет в человеческом теле несколько десятилетий, а потом, уже навечно попадает в другой мир. В буддизме нет понятия души, но есть другое понятие – сознания, который существует и будет существовать всегда, он не был рожден, и потому не может умереть.

Ислам не определяет то, как одни люди при рождении получают все: хорошее здоровье, богатство, прекрасную внешность, добрых и любящих родителей, не прилагая к этому никаких усилий. У других же нет даже шанса выбраться из того болота, в которое они попали при рождении. Если все случается по Божьему разумению, то почему люди начинают жизнь в таких неравных условиях? Где же справедливость? Но как такого ответа нет, поскольку это высшая воля Бога. Минус в том, что при таком подходе человек начинает винить – себя, других, судьбу, систему или – самого Бога. Буддист сам создает свою сегодняшнюю жизнь прошлыми мыслями, словами и действиями.

В мире Корана существо, вещь и природа внезапно преображаются и обретают иную форму, человек и его духовные, материальные ощущения достигают иной глубины, разум, благодаря этому чудесному сведению обретает уровень восприятия окружающего мира таким какой он на самом деле, сердце, раскрывшись в этой атмосфере, может расшириться и душа, только этими поступлениями, окрылившись, может возвыситься.

Ислам предписывает быть человеку справедливым, воздавать за добро добром, за зло – злом, быть щедрым, помогать бедным и т. д.

В последние десятилетия в области социальной психологии и психологии религии наблюдается сближение научных и религиозных подходов к пониманию духовности, нравственности, веры, религии и религиозности. Эти подходы соотносятся с соответствующими социально-психологическими теориями, богословскими учениями. Важнейшие понятия буддизма и ислама,

такие как сердце, дух, душа, личность, сознание, самосознание, могут быть рассмотрены в совместных трудах психологов и богословов.

Интеграция социальной психологии и психологии религии в том, что в настоящее время сама религия превращается из вспомогательного звена, обслуживающего государственную идеологию, в инициативу формирования нравственных стандартов и духовной жизни общества, что подразумевает не только политический вес на международной арене экономического, военного и духовного могущества страны, но и наличие идеологии и нравственного порядка в интересах народа. Стала возможна устойчивая практика осмысления взаимодействия двух феноменов: социальной психологии и пока малоизученной веры как феномена, исторически создавшего культурные нормы и ценностные регуляторы поведения, выражавшего идентичность социальных институтов. При этом подчеркивается преемственность между православно-религиозными и социально-психологическими смыслами светскости, рожденными в процессе непрекращающихся исканий человеком и обществом в целом путей постижения высшей истины и своеобразия духовных и материальных форм. Современные социально-психологические исследования в рамках психологии религии, их результаты и перспективы дальнейшего развития свидетельствуют об активном интересе социальной психологии к выявлению фактов, влияющих на сознание и поведение людей.

Психология религии является той наукой, которая изучает психический мир верующих как в индивидуальных, так и в социальных проявлениях, одной из сторон общественного сознания, элементом общественной психологии, имеющим свою специфику, функции, средства воздействия и регулирования, что обосновывает существование религии в общественной жизни.

Список литературы:

1. Астахова Л.С., Политова С.П. К вопросу о предмете психологии религии // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 1. – 158 с.
2. Буланова И.С. Смысловое содержание религиозной конверсии / И.С. Буланова // Религиоведение. – 2013. – Т. 4. – С. 132–138.
3. Еротич В. Психологическое и религиозное бытие человека. – М.: Библейско-богословский институт, 2013. – 212 с.
4. Олпорт Г. Теория личности // Психология личности в 2 тт. Т. 1. – М., 2013. – С. 445–453.
5. Экман П. Психология эмоций. Я знаю, что ты чувствуешь. – СПб.: Изд-во: «Питер», 2010. – 321 с.

ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ РЕЛИГИОЗНЫХ СТЕРЕОТИПОВ СРЕДИ МОЛОДЕЖИ

Литасова Виктория Александровна
студент Томского политехнического университета,
РФ, г. Томск

Есина Кристина Алексеевна
студент Томского политехнического университета,
РФ, г. Томск

Ардашкин Игорь Борисович
научный руководитель, д-р филос. наук, проф. кафедры истории
и философии науки и техники Томского политехнического университета,
РФ, г. Томск

Религиозный вопрос всё ещё не потерял актуальность в нашем обществе. Исторически сегодня Россия представляет собой государство со сложной и стремительно меняющейся этно-конфессиональной картой. Кроме того, XXI век бросает нам вызов глобализации, и в этих условиях настоящая жизнь показывает новые стороны старых проблем, создает новые задачи и вызовы. В большой степени это относится и к проблеме религиозных стереотипов молодежи. Данное предположение подтверждается в многочисленных общественных явлениях и противоречиях.

Можно наблюдать противоречивую тенденцию: с одной стороны, это возрастающую популярность религии, увеличение ее роли и влияния религиозных институтов, с другой стороны – разворачивание процессов секуляризации и глобализации, утверждение в сознании людей в качестве глубинных мотивов жизнедеятельности нерелигиозных ценностей и идей.

Именно сейчас, необходимо подвергнуть анализу проблемы, связанные со стереотипами молодежи о религии. Потому как именно молодежь по своей природе является наследником социо-культурного опыта и представляет собой отражением всех противоречий и возможностей динамики общества в рамках исторической перспективы.

Нужно заметить, что поднятая проблема достаточно хорошо освещена в рамках зарубежной и отечественной литературы. Тем не менее, отличительные черты развития молодежных стереотипов в рамках церковного

культы никак не получили соответствующего освещения в академических работах, что в свою очередь увеличивает важность представленной проблемы.

Обращаясь к предоставленной проблеме, проведем анализ в области понятийного аппарата, отражающего суть исследуемого феномена. В этом контексте особенного интереса заслуживают вопросы о сути и смысле церковного культа, что является главным компонентом церковной практики. Научная литература по религиоведению дает множество подходов относительно понятия «религиозный культ», но общее объяснение этого термина на данный момент не имеется. Согласно взгляду Шмеман А.Д., религиозный культ представляет совокупность ритуалов и обрядов, связанных с почитанием конкретного божества или сверхъестественных существ. Яблоков И.Н. полагает, что религиозный культ-разнообразная религиозная деятельность, которая направлена на почитание объекта поклонения. Это совокупность религиозных действий, определяемых канонами и направленными на служение Богу. Мнение Панкина С. по этому вопросу сводится к тому, что религиозный культ представляет одну из центральных видов религиозной практики, где его содержание, смысл и символика определяются представлениями и идеями, заложенными в сакральном тексте, который читается или иными способами воспроизводится в культовом действе.

Нельзя не согласиться с мнениями ученых, но предложенные формулировки, на наш взгляд, нуждаются в уточнении и обобщении. Суммируя выше сказанное, можно свести к тому, что религиозный культ – это комплекс стереотипных действий, базирующихся на обычаях или традиции той или иной общности, выражающих свои идеалы, нормы, представления, находящие собственное отражение в обрядах, обычаях и иных церковных поступках. Религиозный культ имеет значения инструмента идеологического влияния на верующих и важнейшим видом духовной активности.

Одним из важных элементов в структуре религии и религиозного сознания является религиозный стереотип, который определяет целостное представление о групповой религиозности. В широком смысле, религиозный стереотип

рассматривается как подтип социального стереотипа, поведение которого взаимосвязано с выполнением норм вероучения или традиции.

После того, как мы определили понятийно-категориальный аппарат, отражающий научное знание по исследуемой проблеме, сфокусируем внимание на анализ специфики и тенденций приобщения молодежи к религиозному сознанию в нашей стране. В этом случае внимания заслуживают данные Бражниковой А.Н., полученные в ходе исследования представителей православного вероисповедания, где был выявлен случайный, стихийный характер приобщения молодежи к религиозным обрядам, низкий уровень религиозной грамотности, не информированности о своей вере.

Очень похожий результат получился в результате другого социологического исследования, проведенного в мае 2007 года среди студентов тольяттинских вузов с целью определения их религиозных ориентиров и представлений. Как излагает автор этого исследования, «Если попытаться создать образ такого среднего студента, то получим следующее. Это будет девушка, крещенная в младенчестве и выросшая в семье, где есть склонность к данному вероучению. Поверхностным является и знакомство с церковным учением, а потому православие воспринимается не как основа спасения души, а как национальная традиция». Таким образом, можно сказать о влиянии семейной и национальной традиции на стереотипизацию религиозной жизни.

Еще одну яркую тенденцию в формировании такого рода стереотипов дает Ф.Б. Цогоева, проводившая наблюдение в марте 2011 года среди учащихся Северо-Осетинского государственного университета. Исследование показало, что большая часть опрошенных молодых людей, воспринимают, выполнение религиозных обрядов как дань своей национальной традиции, доставшимся им в наследство. Известно, что на протяжении более 70 лет церковь существовала и действовала обособленно и вопреки государству. Крещение младенцев, венчания, исповедь и другие церковные таинства осуществлялись втайне от государственных органов власти. Однако после того как людям было снова дозволено посещать храм, а произошло это после празднования

тысячелетия Крещения Руси, в 1988 году, церковные обряды обрели популярность. Венчание стало модой, стремительно набирающей обороты с каждым днем. Так и сегодня, в церковь часто идут не по зову сердца, а потому что так принято, так модно, из-за пышного обряда и особого мистического ореола.

Интересная особенность в формировании религиозных стереотипов была выявлена Варзановой Т.И. Автор пришел к заключению, что религиозное самоопределение в основном формируется в 20–25 лет. Именно этот возраст отличается повышением мировоззренческой устойчивости и осознанностью. Достигая, определенной степени зрелости, человек готов делать осмысленный выбор. Именно после того, как разум уже повзрослевшего человека, совсем не похожий на тот подростковый, во многом детский разум, начинает мыслить и оценивать более глубоко.

Следующая тенденция в религиозной жизни России – формирование молодежных религиозных стереотипов в рамках нетрадиционных религий. «Богоискатели» заполнили все континенты и страны, в том числе и нашу страну. Трудно посчитать количество нетрадиционных религий, захлестнувших Россию в конце 20-го века, а если попробовать, то список получится довольно внушительный. Сложно оценить их негативное влияние на духовное состояние наших граждан. Несмотря на это, среди молодежи значимое число приверженцев различных нетрадиционных культов.

В контексте данной работы не имеет смысла акцентировать внимание на подробный анализ различного рода религиозных объединений, отметим лишь общий разрушающий характер этого влияния. Различные секты, деструктивные культы оказывают отрицательное влияние на дальнейшую жизнь. Часто, попав в такого рода организацию, человек отказывается от традиционных ценностей и религии, от своей семьи, подвергается психическому влиянию, ставит интересы религиозной группы выше других и т. д. Таким образом, нетрадиционные религии имеют негативное влияние на формирование религиозного сознания молодежи.

Еще одним фактором, оказывающим влияние на формирование религиозных взглядов, являются субкультуры и другие культуuroобразующие объединения и группы.

Одним из новых факторов, оказывающих влияние на то, как молодые люди воспринимают и оценивают религию, является интернет-культура. Невозможно представить современный мир без новых средств и способов передачи и представления информации. Сегодня в сети действует огромное число различных порталов: форумов, социальных сетей, блогов, которые представляют собой мощный инструмент воздействия на сознания. Все это отрицательно влияет на формирование взвешенного религиозного сознания, формируя негативные стереотипы и установки.

Данное исследование можно представить, как попытку проанализировать многочисленные факторы, формирующие общую картину. И в целом, обобщая вышесказанное, можно сделать вывод, что современная религиозная жизнь молодежи – это сложный многокомпонентный процесс, проявляющийся в рамках сложной культуры, религиозного самоопределения, поведения и опыта.

Список литературы:

1. Ардашкин И.Б., Дубинина И.А. Психодиагностика: Учебное пособие. – Томск: Изд. ТПУ, 2001. – 100 с.
2. Ардашкин Игорь Борисович. Психология религий: учебное пособие / И.Б. Ардашкин; Национальный исследовательский Томский политехнический университет (ТПУ). – Томск: Изд-во ТПУ, 2011. – 277 с.
3. Бражникова А.Н. Отношение современной молодежи к религии // А.Н. Бражникова // Ученые записки университета имени П.Ф. Лесгафта. 9 (79) 2011, 06 октября 2011, С. 41–46.
4. Варзанова Т.И. Религиозные ориентации молодых россиян (Возрастной и гендерный аспекты проблемы) // Т.И. Варзанова.
5. Житенев Т.Е. Религиозные воззрения современной городской молодежи (научная статья) // Т.Е. Житинев.
6. Мчедлов М.П. Религиозны ли молодые россияне? // М.П. Мчедлов // Человек. – 2011. – № 6. – С. 15–26.

СЕКТЫ И ИХ УПРАВЛЕНЧЕСКОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ

Бызова Елена Владимировна

*студент Томского политехнического университета,
РФ, г. Томск*

Лукьянец Александр Алексеевич

*студент Томского политехнического университета,
РФ, г. Томск*

Машкина Анастасия Андреевна

*студент Томского политехнического университета,
РФ, г. Томск*

Титус Наталья Юрьевна

*студент Томского политехнического университета,
РФ, г. Томск*

Ардашкин Игорь Борисович

*научный руководитель, д-р филос. наук, проф.
Томского политехнического университета,
РФ, г. Томск*

Современное российское общество характеризуется значительным числом религиозных организаций. Так, по данным Министерства юстиции в России число официально зарегистрированных религиозных организаций на начало 2015 года достигало 27496 относящихся более чем к 400 вероисповеданиям. Проблема данного исследования заключается в том, что с каждым годом все больше людей подвергаются влиянию различных сект, это происходит по причине того, что человек не ощущает свою нужность обществу, теряет свою жизненную цель и готов подвергать свое сознание насилию со стороны людей, которые являются грамотными ораторами и психологами. Человек по каким-либо причинам отказывается принять участие в решении своих собственных проблем и становится уязвимым, что и делает его потенциальным сектантом. В связи с этим возникает вопрос, каким образом воспитывать в человеке чувство уверенности в самом себе для того, чтобы сократить любое негативное управленческое воздействие на его психологическое состояние. В данной статье мы рассматриваем секты не только, как совершенно особое

психологическое воздействие на сознание человека, но и со стороны руководителей данных сообществ. Важно понять, как действуют управленцы сект, и какие факторы могут побудить, на первый взгляд, порядочного и адекватного человека согласиться вступить в сомнительную организацию.

Главная цель секты – присвоение имущества, денег и результатов труда своих рядовых членов в пользу администрации. Еще одна цель – реализация властных амбиций и желания социального одобрения вплоть до обожествления. Все остальные цели, в том числе и декларируемые – изучение, религиозных книг, психологии, эзотерических текстов, медицины и т. д. являются вторичными. Все методы управления, используемые в сектах, направлены на достижение главных целей.

Высокое число вероисповеданий характерно не только для Российского государства, но и для других регионов мира, многие организации являются международными. Кроме того, существует ряд организаций, существующих либо без регистрации, либо запрещенных по решению суда, но продолжающих свою деятельность. Особую роль среди этого множества играют так называемые тоталитарные секты или деструктивные культы (*destructive cult*). В религиоведении термином «секта» обозначается оппозиционное течение по отношению к тем или иным религиозным направлениям [2, с. 60]. Значительное число новых вероисповеданий многие социологи связывают с мировым культурным и социальным кризисами. Кроме того, религиозная и псевдорелигиозная деятельность, во многих случаях становится способом заработка. Отметим, что ряд деструктивных культов вообще не имеет религиозной составляющей, а их деятельность подается как: педагогическая, психологическая, экологическая или иная.

Деструктивные культы различают по результатам их деятельности, а также по ряду характерных признаков в организации жизни членов организации и управления ею. Структура управления обычно характеризуется жесткой иерархией, с возможностью перехода на новый уровень при выполнении некоторых заданных условий, например, внесения денежного пожертвования

или приведения в организацию нескольких новых членов. Во главе такого движения может стоять как харизматический лидер (например, церкви Муна) либо руководящий коллектив (Правящая Корпорация Свидетелей Иеговы). А вот дальнейшая иерархия типична. Это руководящий орган среднего звена, который может быть представлен как одним человеком, так и коллективом, а нижестоящие руководители отвечают за деятельность одного отдела, районного объединения, общины. В самом низу находятся рядовые члены секты, среди которых так же проводится деление, как минимум на новичков и давно состоявших в организации людей.

Воздействие на членов общества делится на два больших этапа. Первый этап – вербовка, второй – деятельность внутри секты (удержание). Поскольку организации такого типа находятся в условиях сильной конкуренции за умы и деньги своих членов, то арсенал воздействий весьма широк: физическое и психологическое принуждение, наркотики, манипуляции сознанием вплоть до директивного гипноза.

На этапе вербовки применяются: психологические угрозы сверхъестественного наказания за некие «грехи», избежать которого можно только вступив в секту; использование наркотических веществ с целью снизить критичность восприятия, с этой же целью используются многократные повторения словосочетаний, несущих ритмо-фонетическую эмоциональную нагрузку (мантры) и движений; опора на мифы, существующие в культуре к которой принадлежит вербуемый.

На этапе удержания применяются: монологичность изложения учения и неприятие критики его в любом виде; групповая религиозная и социальная жизнь, радостное принятие группой нового члена; использование директивного гипноза и других типов психологического воздействия, игра на инстинктах (страхе смерти, стремления к познанию, сексуальные инстинкты, инстинкт поиска пропитания, социальной защиты и уважения).

Поскольку воздействие на человека идет со стороны группы и при этом профессионально формируется, то неподготовленный человек имеет довольно

высокие шансы попасть под влияние секты. Для борьбы с деструктивными культами имеет смысл применять методы, которые нарушают их нормальное функционирование, например, при вербовке новых участников. Самым простым методом здесь является информирование людей об опасности того или иного культа (если он запрещен), повышение психологической грамотности населения с целью затруднения манипулирования сознанием граждан со стороны организаторов деструктивных культов, оказание консультационной помощи для членов секты и/или их родственников для облегчения социализации человека, попавшего в секту.

Таким образом, необходимо сказать о том, что данная тема очень актуальна в современном мире, так как количество людей, вступивших в секты, не уменьшается, а возрастает, сектантских группировок становится все больше. Несмотря на то, что управленческое воздействие может быть достаточно сильным, важную роль в данном случае играет человек, который в настоящий момент времени находится в совершенно нестабильной ситуации, он теряет уверенность в себе, ценности, цель. Для таких людей характерна чрезмерная эмоциональность и подверженность влиянию со стороны различных группировок.

Детство – этап формирования важнейших психологических качеств в человеке. Следовательно, с самого начала жизненного пути в индивида должна закладываться уверенность в собственных силах, мысль об его индивидуальности, этого можно достичь путем развития творческого потенциала. Далее, человек на протяжении всей жизни должен развивать свои умственные способности, ибо лишь человек, способный мыслить, никогда не подвергнется сектантскому управленческому воздействию.

Период преобладания атеистической идеологии в России сменился резким наплывом религиозной и около религиозной активности. Отсутствие религиозной грамотности способствовало небывалому для страны расцвету сектантских движений. Иностранцы-сектанты-миссионеры появились в стране с уже созданной, отлаженной организацией, готовыми методами работы

и хорошо обеспеченными материально. Широкая пропаганда разнообразных восточных верований или их фрагментов, паранаучные и антинаучные идеологии так же способствовали этому процессу – популяризации деструктивных культов. В качестве мер противостояния деструктивным культам хорошо показывает себя использование превентивного оповещения населения о целях и методах деятельности этих культов. Этим снижается вероятность некритичного восприятия слов и действий вербовщиков. Кроме того, необходимо информировать о результатах пребывания людей в сетях. Собственно, сам термин тоталитарная секта возник из потребности обозначения подобного типа организаций без их конкретного названия, для исключения их рекламы.

Проанализировав секты и их управленческое воздействие, можно сделать вывод о том, каким бы ни было управленческое воздействие, любой человек в современном обществе должен сохранить себя и свое сознание от попыток любого влияния, формируя свое собственное «Я».

Список литературы:

1. Ардашкин И.Б. Онтология «Я» как источник проблематизации знания и горизонт познавательных возможностей человека // Известия Томского политехнического университета – [Известия ТПУ] / Томский политехнический университет (ТПУ). – 2013. – Т. 323, № 6: Экономика. Философия, социология и культурология. История. – С. 168–177.
2. Основы религиоведения: Учебник / Ю.Ф. Борунков, И.Н. Яблоков, М.П. Новиков, и др.; под ред. И.Н. Яблокова. – М.: Высш. шк., 2005. – 508 с.
3. Панькова Н.М. Критерии качества высшего образования // Известия Томского политехнического университета – [Известия ТПУ] / Томский политехнический университет (ТПУ). – 2008. – Т. 313, № 6. – С. 154–157.

СЕКЦИЯ 2. ФИЛОСОФИЯ

МИНИМАЛИЗМ КАК МИРОВОЗЗРЕНИЕ

Мисник Анастасия Юрьевна
студент Томского политехнического университета,
РФ, г. Томск

Панькова Наталья Михайловна
научный руководитель, старший преподаватель
Томского политехнического университета,
РФ, г. Томск

Ни в одном архитектурном или музыкальном стиле не чувствуется столько философии, как в минимализме. Пришедший к нам еще в XX веке, этот стиль смело вошел в моду как простое отрицание излишеств. Мода никогда не была стабильна, иначе грош ей цена, и на смену минимализму пришли другие стили. Но в современном мире это направление снова начало набирать обороты.

Большинство людей при слове «минимализм» представляют себе жесткие ограничения во всем, рамки, отказ от удовольствия, своего рода «современный аскетизм». Все это заблуждение. Так же многие, имея лишь поверхностные знания о подобном стиле, утверждают: «Настоящий минималист ДОЛЖЕН иметь менее чем 100 вещей!» или «У вас не должно быть машины и дома, чего уж там говорить о телевизоре и прочих электрических приборах!». Как бы ни так... Минимализм – это не ограничение. Минимализм – это свобода [1].

Если рассуждать конкретнее, этот стиль жизни подразумевает под собой, в первую очередь, освобождение от всего лишнего. Из кухни, из ванной, из одежды, из головы... из жизни. Оставив все только действительно нужное, мы не только освободим место, но у нас так же появится больше времени на то, что действительно доставляет радость и удовольствие.

Существуют не только «ненужные вещи», а так же «ненужные мысли». Поэтому определение минимализма можно еще трактовать как освобождение

от суеты и нервного напряжения. Это уход от эмоционального насилия, которое выплескивается каждый день из СМИ на человека. Факторами, плохо воздействующими на человека, так же являются стресс, проблемы на работе, на учебе, в отношениях, проблемы на бытовом уровне и т. д. А вот оформление помещения, к примеру, дает возможность успокоиться, освободить свои настоящие эмоции, просветляет разум и дает полную свободу для творчества, не навязывая ничего своего. Дизайн служит хорошим нейтральным фоном для жизни, без чьего либо вмешательства и давления со стороны.

Итак, раз уж мы затронули тему оформления интерьера по минимализму, давайте проясним и этот вопрос. Сейчас этот стиль является достаточно популярным. Поэтому, говоря о дизайне, мы смело можем выделить три основных составляющих минимализма – свободное пространство, свет и цвет. Его главным отличием от других стилей является использование в оформлении в основном только натуральных материалов. Так же минимализм это стиль, подразумевающий тщательную продуманность каждой детали. В таком помещении количество предметов минимально, но они выполняют все необходимые для комфортного проживания функции. А ускорение ритма современной жизни, избыток впечатлений и информации привело к небывалому спросу на «успокаивающие интерьеры», в которых нет ничего лишнего [3].

Самым важным при создании таких интерьеров является хорошо спланированное пространство, в котором очень много света, когда кажется, что светятся сами стены и потолок, много воздуха. Чтобы создавалось ощущение широты и простора, помещение желательно освободить от внутренних перегородок. В таком интерьере обязательным является обилие света, поэтому окна должны быть большими. В типовых домах, конечно, приходится довольствоваться стандартными размерами, однако в этом случае не стоит вешать тяжелые шторы.

Если говорить о красках, то так как минимализм пришел к нам из японской культуры, то можно утверждать, что основной цветовой гаммой в оформлении

помещения являются оттенки земли, белый, серый, а так же черный цвет. Если говорить об ярких аксессуарах в интерьере, то вполне допустимо иметь цветную подушку на диване, но никак не пеструю скатерть или пестрые занавески.

Что можно сказать о мебели? Думаю тут и так все понятно. Не стоит перегружать пространство мебелью, а форма предметов интерьера должна быть достаточно простой, элегантной и лаконичной. Пример дизайна в стиле минимализма можно рассмотреть на этом фото.

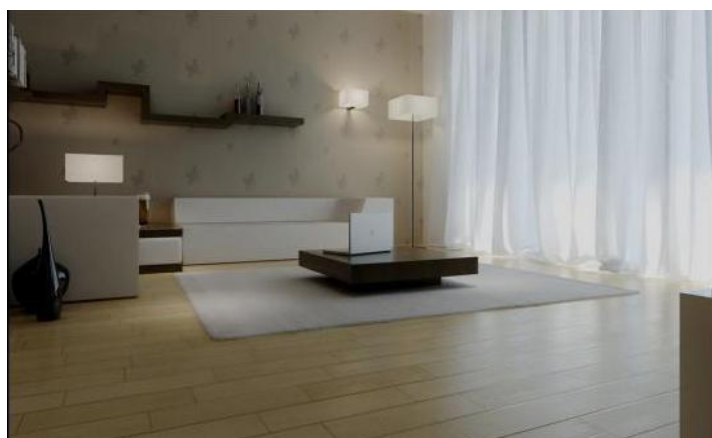


Рисунок 1. Гостиная

Мягкая мебель может иметь как однотонную обивку, так и ткань, сочетающую несколько оттенков, не более. Несмотря на «аскетичность» интерьера, обстановку, как на фото, можно разбавить аксессуарами, о которых говорилось ранее.

Не каждый захочет иметь в своём доме такой остров минимализма. Находиться на нём должен человек с определённым мировоззрением. И вроде бы нет ничего проще, а человеческая привязанность к вещам и воспоминанием не может позволить просто так выкинуть все это «ненужное» из своей жизни.

Мы рассмотрели одну из важнейших сфер применения минимализма как стиля. Можно еще добавить, касательно свободы мысли в интерьере, что минимализм – это глубокое ощущение прекрасного в простых и немногочисленных вещах. К примеру, миниатюрная икебана может заменить собой

живописную выставку магнитов на холодильнике, которая есть практически в каждом доме.

Но вернемся, пожалуй, к минимализму как стилю жизни, а не как к варианту оформления дома. Все больше людей становится минималистами, особенно среди молодых. По сути, минималисты предлагают отказаться от погони за вещами и потребительских ценностей. С позиции минимализма куда разумнее тратить свое время на людей и отношения, а не на вещи и работу. С одной стороны, это хорошо, но если меньше работать, что или кто обеспечит семью? Но и тут все продумано, ведь если минимализм предполагает отказ от излишеств, то это может существенно сократить расходы. Таким образом, не придется сидеть до полуночи в офисе, напряженно работать, запивая свой недосып очередной чашкой кофе.

В последнее время я очень много думала на эту тему. Небольшими шагами я начала двигаться в направлении минимализма, это помогло отпустить прошлое, и больше ценить настоящее. Первым делом, что я сделала, хорошо изучив эту тему, это выкинула весь хлам, который «жил» у меня на полках, в тумбочках, в шкафах. Сейчас это для меня действительно «хлам», ибо я этим не пользуюсь, и единственная причина, по которой я хранила эти вещи, это мои воспоминания. Теперь я чувствую себя свободней.

Преимуществ более чем достаточно. Нам все время кажется, что нам не хватает времени. Но все намного проще! Нужно перестать тратить время на не заслуживающие его мелочи [2]. Например, из-за большого выбора одежды в шкафу, мы очень много тратим времени на то, что бы выбрать, что нам надеть. А почему бы эти 15–20 минут не провести, играя, со своим ребенком? Или спокойно попить чай, размышляя над чем-нибудь важным, глядя в окно? Я не пытаюсь привести к тому, что нужно выкинуть весь свой гардероб. Достаточно просто оставить только самое необходимое. Если тратить время только на то, что представляет для вас ценность, жизнь станет более насыщенной и светлой, а главное – более гармоничной.

Есть еще множество причин, что бы сделать минимализм философией своей жизни. Например, когда у вас будет меньше обязательств, вы будете

больше уделять внимания самому себе и своей семье, что непременно приведет нас к гармонии с миром.

Благодаря минимализму, мы можем научиться смотреть на мир более ясно. Когда наше сознание не «захламлено» лишними мыслями, освобождается место для действительно важного, и мы можем легко сконцентрироваться на своей работе.

Также, в современной философии существует направление, близкое по своей сути к минимализму, и носит название – герменевтика, которое устанавливает человека с миром через текст. Идеалом в этом направлении было *непосредственное понимание*, которому не являлось помехой ни время, ни что-либо другое, разделяющее автора и читателя. Установить контакт при условии наполненности текста излишними подробностями, не несущими значимой информации, было бы совершенно невозможно [4].

Минимализм несет в себе гармонию внешнего и внутреннего мира, в которой так нуждается современный человек. В итоге, если вы научитесь понимать, что большинство ваших проблем – мелочи, то перестанете о них беспокоиться и начнете, наконец, жить по-настоящему. Ведь не даром минимализм сравнивают с японскими хокку – нет ничего проще, а сколько интриги и недосказанности.

Список литературы:

1. Мильберн Дж., Никодемус Райан. Минимализм. Важнейшие эссе. Философия. – 2011. – 160 с.
2. 12 преимуществ минимализма как образа жизни – [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: http://emosurf.com/post/1980/12_preimushchestv_minimalizma_kak_obraza_zhiznil (Дата обращения 22.11.2015).
3. Интерьер. Минимализм. – [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://meget.kiev.ua/interior/minimalizm/> (Дата обращения 22.11.2015).
4. Гиниятова Е.В., Панькова Н.М. Современные тенденции формирования творческой личности в образовательном процессе – [Электронный ресурс] // Современные проблемы науки и образования: электронный научный журнал. – 2012. – № 6. – Режим доступа. – URL: www.science-education.ru/106-8062 (Дата обращения: 25.11.2015).

СЕКЦИЯ 3.

МАРКЕТИНГ

К ВОПРОСУ О ВЗАИМОДЕЙСТВИИ СУБЪЕКТОВ РЫНОЧНЫХ ОТНОШЕНИЙ (НА ПРИМЕРЕ РЫНКА МЕТАЛЛОПРОКАТА)

Бинеева Алиса Андреевна

*студент Южного Федерального Университета,
РФ, г. Ростов-на-Дону*

Сергиенко Елена Сергеевна

*научный руководитель, канд. экон. наук, Южный Федеральный Университет,
РФ, г. Ростов-на-Дону*

В современных условиях черная металлургия является одним из достаточно перспективных направлений российской промышленности. На сегодняшний день в стране и в мире в целом наблюдается спад на рынке металлопроката. В частности, в России происходит резкое снижение цен, вызванное как фактором сезонности, так и снижением цен на нефть и падением рубля. Еще одним фактором ослабления отрасли является общее снижение деловой активности в промышленности и, в частности, в строительстве, а эти отрасли, как известно, тесно связаны. На данный момент наблюдается снижение внутреннего спроса после относительно активного летнего сезона. В последние месяцы сократилось производство сварных труб, нет заметного прогресса в машиностроении, а строительство, очевидно, вступило в период длительной депрессии, из которой, по мнению экспертов, не выйдет и в 2016 году. Отсутствие видимых перспектив улучшения спроса и беспокойство по поводу новых трудностей заставляют компании наращивать «финансовую подушку безопасности» и сокращать расходы, что в первую очередь коснулось объема капиталовложений. Из всего этого следует, что видимое потребление проката в ближайшие месяцы, скорее всего, будет уменьшаться [7].

В связи с имеющимися негативными тенденциями, компаниям необходимо проводить грамотную коммуникативную политику для сохранения своего положения на рынке и преодоления кризиса.

В настоящее время в России насчитывается около 50 крупных металлургических заводов и комбинатов, которые составляют основу рынка металлопроката. Помимо заводов существует большое количество дистрибьюторов, а так же крупных металлоторгующих компаний, которые имеют возможность заключать договоры напрямую с заводами-производителями. В роли потребителей выступают организации, что позволяет говорить об особой значимости B2B взаимодействий в данной отрасли. Исследуя сущность понятия «взаимодействие» в широком смысле, выделены такие трактовки, как: «философская категория, отражающая процессы воздействия объектов друг на друга, их взаимную обусловленность и порождение одним объектом другого. Взаимодействие – универсальная форма движения, развития, определяет существование и структурную организацию любой материальной системы» [12]; «Взаимная связь явлений, взаимная поддержка» [9]; «взаимная связь; взаимная обусловленность. Взаимодействие общественных явлений» [14]; «взаимная связь предметов, явлений, их обусловленность друг другом; согласованность действий» [5]; «воздействие различных предметов, явлений действительности друг на друга, обуславливающее изменения в них» [3]. Основные субъекты рынка металлопроката в России представлены на рис 1.

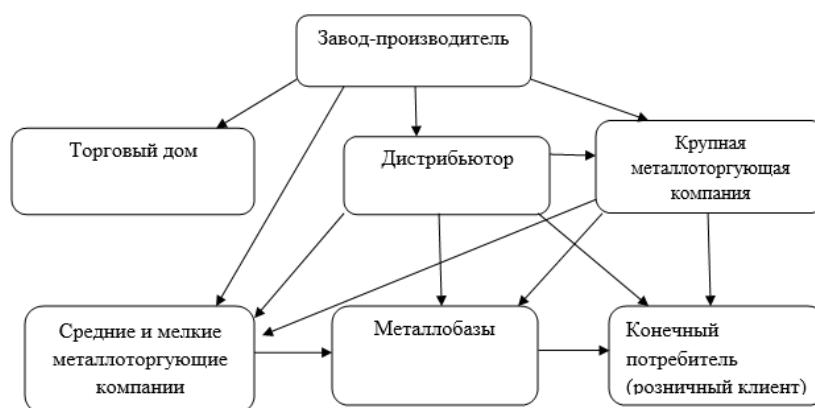


Рисунок 1. Схема взаимодействия субъектов на рынке металлопроката в России

Исходя из данных на рис. 1 можно говорить о том, что все участники рынка взаимодействуют друг с другом на различных уровнях.

Наличие кризисных явлений, обусловленных снижением спроса, побуждает крупные компании проводить более гибкую политику, как ценообразования, так и коммуникативную. В условиях сокращения объема продаж, компании-поставщики (дистрибьюторы) вынуждены идти на уступки ради сохранения своей доли на рынке и удержания покупателей. В настоящее время, для таких компаний, приоритетным является сохранение и повышение лояльности уже имеющихся потребителей. Учитывая тот факт, что в отрасли наблюдается резкое снижение цен, крупные компании вынуждены прибегнуть к ценовой конкуренции, так как при имеющемся избытке предложения покупатель вправе диктовать свои условия, и при равенстве прочих факторов, будет выбирать поставщика, способного предоставить минимальную цену.

Однако, пытаясь защищать свои интересы, дистрибьюторы и крупные металлоторговцы пытаются прибегнуть к неценовой форме конкуренции. К одной из таких, в частности, относится формирование бонусных акций и предложений, направленных на заключение взаимовыгодного сотрудничества для обеих сторон. Например, поставщик может предлагать клиенту минимальную цену, но на условии того, что последний гарантирует покупку у данного поставщика определенного объема продукции за выбранный период.

Следует отметить, что в сложившихся условиях важную роль играет прямой маркетинг и прямые продажи. Во многом, именно от менеджера и его профессиональных навыков зависит количество постоянных клиентов и степень их удовлетворенности. При грамотном подходе менеджера к установлению взаимоотношений с каждым конкретным клиентом и поддержанию высокого уровня лояльности, даже в кризис возможно продолжение сотрудничества на максимально взаимовыгодных условиях.

В заключении отметим, что сегодня наблюдается кризис на российском рынке металлопроката. Заводы сокращают производство и вынуждены снижать цены на свою продукцию. В условиях падения спроса, металлоторгующие

компании вынуждены вступать в ценовую конкуренцию. Однако, крупные поставщики стремятся использовать и неценовые методы конкуренции, такие как акции и бонусы, а также сохранять свою клиентскую базу за счет прямого маркетинга и личных качеств менеджеров.

Список литературы:

1. Дубская О.С. Институт муниципально-частного партнерства как инструмент совершенствования использования муниципальной собственности в коллективных интересах // Terra Economicus. – 2011. – Т. 9. – № 4-2. – С. 25–28.
2. Ефремова Т.Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный / – [Электронный ресурс] – URL: <http://enc-dic.com/efremova/Vzaimodejstvie-8420.html>. (Дата обращения 20.08.2015).
3. Каплина А.В. Взаимодействие государства и бизнеса в процессе финансирования кластерных стратегий в приоритетных сферах региональной экономики // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки СКАГС. – 2014. – № 3. – С. 92–98.
4. Кесян С.В. Кластерный подход к организации интеграционного взаимодействия субъектов АПК мезо-уровня // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. – 2014. – № 3 (150). – С. 225–232.
5. Котов А.И. Государственное регулирование и поддержка инновационного предпринимательства на основе кластерного подхода // Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук Санкт-Петербург. – 2010.
6. Малый академический словарь русского языка / – [Электронный ресурс] – URL: <http://enc-dic.com/academic/Vzaimodestvie-45759.html> (Дата обращения 20.08.2015).
7. Металлоснабжение и сбыт – [Электронный ресурс] – Режим доступа URL: <http://metallinfo.ru/>. (Дата обращения 5.12.2015).
8. Мокрушин А.А. // Потенциал кластерных структур в развитии взаимодействия вертикально интегрированных корпораций с региональными экономическими системами юга России // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. – 2014. – № 3 (150). – С. 152–161. – С. 153.
9. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка / – [Электронный ресурс] – URL: <http://enc-dic.com/ozhegov/Vzaimodejstvie-3130.html>. (Дата обращения 20.08.2015).
10. Осипов В.С. Колесо конкуренции как новый инструмент стратегического управления фирмой / В.С. Осипов // Вопросы экономики и права. – 2013. – № 8. – С. 57–60.

11. Погодина Т.В., Задорова Т.В., Погодина М.Е. Региональная кластерная политика как условие совершенствования кооперационно-хозяйственных форм взаимодействия малого и крупного бизнеса // *Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики*. – 2008. – № 3. – С. 21–27.
12. Современный толковый словарь изд. «Большая Советская Энциклопедия» / – [Электронный ресурс] – URL: http://enc-dic.com/enc_big/Vzaimodejstvie-10264.html. (Дата обращения 20.08.2015).
13. Сергиенко Е.С. Исследование взаимодействий участников промышленного кластера // *Экономика и предпринимательство*. 2015. № 8-2 (61-2). С. 672–675.
14. Ушаков Д.Н. Большой толковый словарь современного русского языка / – [Электронный ресурс] – URL: <http://enc-dic.com/ushakov/Vzaimodejstvie-4779.html>. (Дата обращения 20.08.2015).
15. Фролов А.В. Организационно-экономические инструменты формирования кластеров в региональной экономике // *Вестник Оренбургского государственного университета*. – 2011. – № 13 (132).
16. Чищя А. ГЧП при реализации кластерных научно-производственных проектов // *Корпоративный менеджмент*. Дата публикации 15.02.11. <http://www.cfin.ru/management/practice/ppp.shtml> (Дата обращения 25.08.2015).
17. Швецова А.Н., Дубская О.С. Государственно-частное партнерство как форма взаимодействия государства и бизнеса в контексте теорий институциональных изменений // *Terra Economicus*. – 2013. – Т. 11. – № 4-2. – С. 153–156.

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГА. ПОНЯТИЕ И ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ ПРОЦЕССА СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В ОРГАНИЗАЦИИ

Бочкарева Алина Викторовна

студент 3 курса, гр. 31, Государственное бюджетное профессиональное
образовательное учреждение «Нижегородский Губернский колледж»,
РФ, г. Н. Новгород

Брагин Борис Николаевич

научный руководитель, преподаватель 1-й категории,
Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение
«Нижегородский Губернский колледж»,
РФ, г. Н. Новгород

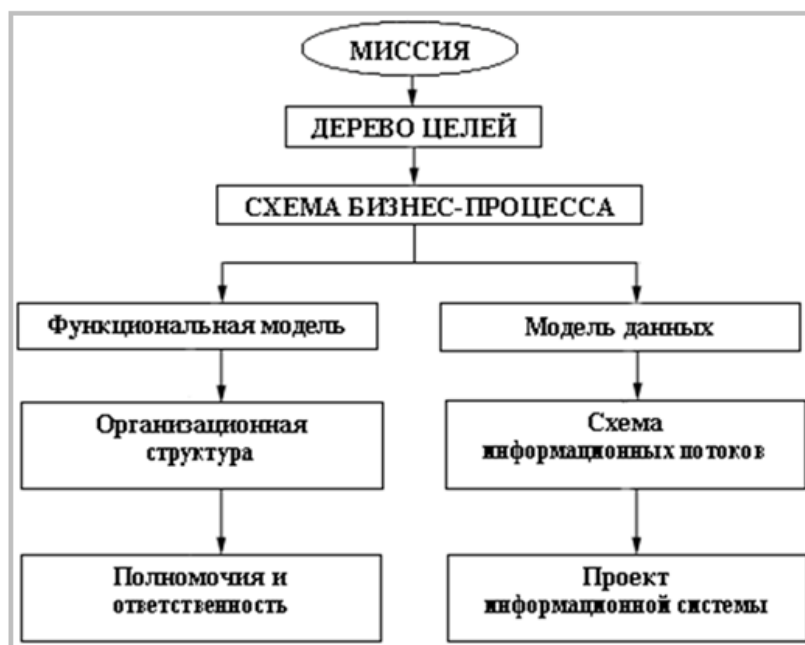


Рисунок 1. Дерево целей по оптимизации бизнес проектов организации

Дата проведения: 21.11.2015 г.

Участники: гр. 31-Л.

Тип занятия: Практическое занятие.

Вид занятия: Семинар.

Тема: «Стратегическое планирование маркетинга. Понятие и основные этапы процесса стратегического планирования в организации. Дерево целей».

Цели семинара: Освоение теоретических основ стратегического планирование маркетинга в организации. Понятие и основные этапы процесса стратегического планирования. Дерево целей.

Время проведения занятия: 90 мин.

I. Организационная часть – 2 мин.

(проверка присутствующих, подготовка рабочих мест).

II. Сообщение темы и целей занятий – 2 мин.

Освоение теоретических основ стратегического планирования маркетинга в организации. Понятие и основные этапы процесса стратегического планирования. Дерево целей.

Цели: Обучающая:

Сделать анализ ключевых форм стратегического планирования маркетинга в организации, основных этапов процесса стратегического планирования с использованием современной практики управления материальными потоками;

- закрепить и систематизировать полученные знания, необходимые для эффективного выполнения профессиональных задач.

III. Начальная мотивация деятельности 4–5 мин.

Тема семинара актуальна в различных секторах экономики. Современные методы рыночных исследований показывают, что эффективность работы предприятия во многом определяется полученными результатами, которые напрямую связаны с организацией стратегического планирования маркетинга. Современное предприятие стоит перед выбором внедрения работающих логистических схем. С этой целью студенты по специальности «Операционная деятельность в логистике» должны обладать отличными знаниями и умениями в области исследований различных рынков и оптимизации движения материальных потоков.

IV. Ход занятия.

1. Заслушивание основного доклада 8–10 мин.

Тема: Обобщение логики стратегического планирования маркетинга в организации с использованием эффективных схем оптимизации материальных потоков во внешней и внутренней среде организации.

Докладчик: Бочкарева Алина.

Обсуждение проблемы:

Функционирование предприятий в условиях развивающегося глобального рынка, представляет вызов для предприятий любой формы собственности, и сферы экономики. В этих условиях жесткой конкурентной борьбы за глобальные рынки сбыта, предприятия обеспечивая потребности потребителей все чаще решаются на проведение маркетинговых исследований, вкладывая в бюджет финансовые ресурсы, которые обеспечат качество и точность информации о состоянии рыночного пространства. В этих условиях логика стратегического планирования маркетинга в организации с использованием эффективных схем оптимизации материальных потоков все чаще приобретает приоритетное значение.

1. Теоретические понятия о стратегическом планировании маркетинга в организации:

а) Этапы проведения стратегического планирования маркетинга в организации.

Ответ: Стратегическое планирование маркетинга – это вид деятельности, который с помощью информации связывает маркетолога с потенциальными потребителями продукции и услуг. Любая компания заинтересована в стратегическом планировании для дальнейшего использования результатов в своей деятельности – 8мин.

а) Какие этапы проходит процесс проведения стратегического планирования предприятия на практике?

Ответ: выявление стратегического планирования – 10–12мин:

- проведение и разработка SWOT- анализа стратегического планирования;
- возможности и угрозы внешней среды организации;

- анализ сильных и слабых сторон организации полученных результатов путем изучения рынка.

2. Разработка стратегического планирования маркетинга в организации.

Ответ: Цель стратегического планирования маркетинга следует перевести на язык потребностей и информации – 8 мин:

- демографические, экономические, и социальные характеристики потребителей;
- модели поведения и реакция потребителей продукта (услуги);
- прогноз продаж и расчет рыночного спроса на продукт (услугу).

Ответ: Проведения стратегического планирования маркетинга в организации определяются сбором первичной и вторичной информации на потенциальном рынке. Методика сбора информации совершенствуется по применяемым приемам так и по скорости обработки полученной информации – 8 мин.

3. Роль маркетинга в процессе стратегического планирования.

Ответ: Стратегический план создается для того, чтобы помочь компании использовать в своих интересах возможности изменяющейся среды, за счет установления и сохранения стратегического соответствия между целями и возможностями компании и рынка. Для этого необходимо провести анализ сильных и слабых сторон организации, которые выполняются с целью определения открывающихся возможностей – 10–12 мин.

4. Процесс разработки миссии и основных целей организации:

а) Интерпретация результатов разработки миссии и основных целей организации.

Ответ: Во многих компаниях разрабатывают официальные формулировки миссии компании, которая направляет сотрудников компании, позволяя им работать независимо и в то же время коллективно для достижения общих целей компании. Формулировка миссии должна быть ориентирована на целевой сегмент рынка.

Миссия должна быть реалистичной и при ее формулировании не следует упускать действенные ориентиры.

При формулировании миссии следует избегать обобщений. Следует учитывать, что срок предвидения определяется в научной литературе 10–20 лет.

Такая миссия порождает иерархию задач, включающую профессиональные цели и маркетинговые задачи – 10 мин.

V. Итоговая часть занятия – 3–5 мин.

(подведение итогов занятия, и т. д.)

Список литературы:

1. Котлер Ф. Основы маркетинга, учебник, ВИЛЬЯМС, – М-ва, 2010 – 640 с.
2. Кнышова Е.Н. Маркетинг, учебник, ФОРУМ-ИНФРА-М, – М-ва, 2011. 211 с.
3. Под ред. акад. А.Н. Романова. Маркетинг. – Москва: ЮНИТИ, 2009. 396 с.
4. Маркетинг: учебник для студентов / Б.А. Соловьев, А.А. Мешков, Б.В. Мусатов – Москва: Инфра – М, 2013 – 335 с. – Подробнее на Referatwork.ru:
http://referatwork.ru/spisok_literaturi/spisok_literaturi_marketing_2014_2015_gost.html.
5. Маркетинговые коммуникации: учебник: для высших учебных заведений по специальности «Маркетинг» / И.М. Синяева, С.В. Земляк, В.В. Синяев. – Москва: Дашков и К°, 2011. – 323 с.
6. Маркетинг в вопросах и решениях: учебник для студентов / И.В. Захарова, Т.В. Евстигнеева. – Москва: КноРус, 2011. – 303 с.

МАРКЕТИНГ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Тихонов Александр Сергеевич

*магистрант Финансового Университета при Правительстве Российской Федерации,
РФ, г. Москва*

Стыцук Рита Юрьевна

*научный руководитель, проф. кафедры «Маркетинг и логистика», д-р экон. наук Финансового Университета при Правительстве Российской Федерации,
РФ, г. Москва*

Маркетинг в социальных сетях имеет неоспоримое преимущество по сравнению с традиционной рекламой (реклама в СМИ, печатная и ООИ (наружная и внутренняя)). Данными преимуществами являются:

- низкая стоимость (цена за контакт в разы дешевле нежели в традиционной рекламе, при этом каждый контакт имеет ценность);
- наиболее полный и точный доступ к целевой аудитории. При постоянном ежедневном росте клиентской аудитории в социальных сетях;
- возможность получить очень быстрый feedback (обратную связь). Социальные сети дают возможность получить отчеты и рейтинги посещаемости ссылок, статей и т. д. Компании могут сами отслеживать популярность созданных групп и сообществ;
- реклама в социальных сетях не вызывает у людей отторжения, она воспринимается, как рекомендация знакомых или мнение лидеров сообществ, соответственно вызывает большее доверие;
- интернет-маркетинг в социальных сетях мало подвержен внешним факторам и наиболее устойчив в кризис, мало зависит от экономической и политической ситуации в стране. И это является огромным плюсом;
- единственная опасность – это падение посещаемости сайтов (в данной ситуации необходимо переходить на наиболее востребованную потенциальными клиентами платформу).

Данные преимущества в конечном итоге позволяют создавать базы лояльных (потенциальных) потребителей. В зависимости от того как, что

и когда вы размещаете в социальных сетях зависит аудиторная реакция – увидят они вашу рекламу или нет, понравится или нет и как следствие, сообщат они о вашей рекламе знакомым и друзьям.

Основные социальные сети.

В России наиболее популярными среди пользователей являются следующие соцсети:

- “Livejournal” (30 млн. пользователей среднемесячно).
- “Twitter” (27 млн. пользователей среднемесячно).
- «ВКонтакте» (25 млн. пользователей среднемесячно).
- «Liveinternet» (23 млн. пользователей среднемесячно).
- “Facebook” (22 млн. пользователей среднемесячно).

Идеальный вариант для развития бизнеса – это использование нескольких интернет-ресурсов. Крайне нежелательно пренебрегать теми ресурсами, которые не обрели еще наибольшую популярность, но тем не менее имеют огромный потенциал увеличить свою аудиторию.

Базовые модели социального продвижения.

Выделяют две основные модели продвижения, пришедшие с Запада.

Social Media Marketing (SMM) – классическая модель интернет-маркетинга, которая представляет собой продвижение сайта или услуг компании через непосредственное общение с целевой аудиторией потребителей посредством социальных ресурсов. То есть данная модель позволяет привлечь пользователей на сайт напрямую, а не через, «поисковики». SMM работает не только на социальные сети, но и на блогах, форумах, группах и других коммуникативных ресурсах.

Social Media Optimization (SMO) – это модель, которая подразумевает выполнение действий по оптимизации информационного наполнения ресурса или элементы интерфейса, которые интегрируют сайт с социальными площадками (одной или несколькими).

Основы и инструменты SMM.

Одним среди основных достоинств SMM маркетинга сравнительно с классическими способами раскрутки в социальной сфере следует считать его длительность, так как SMM маркетинг действует на будущее, создает нужный тип или положительное понимание тренда среди целевой аудитории.

В наши дни всемирного распространения Интернета, у SMM имеется огромное количество методов к продвижению для продвижения (определенные подсчеты говорят, что их около 100).

Мы предлагаем такую категориальную классификацию:

1. Основание и раскрутка сообщества.
2. Продвижение в целевой социальной сети.
3. Основание и продвижение собственной информационной площадки.
4. Продвижение контента.
5. Организация интерактивного конкурса.
6. Основание и раскрутка интерактивного элемента.
7. Сотрудничество с лидером представлений.
8. «Вирусный» маркетинг.
9. Персональный брендинг.
10. Активная коммуникация.
11. Продвижение в рейтингах и топах.
12. Прочие инструменты.

На этом список методов работы SMM не заканчивается, его можно продолжать чуть ли не бесконечно. Главное, что нужно знать, использование этих инструментов является тщательным предварительным изучением целевых аудиторий, среди которых планируется продвижение компании, определение наиболее нужных и ценных пользователей, и непосредственно общение с ними (на это уйдет время, однако этот метод дает самый лучший результат).

Самые успешные российские и мировые SMM-кампании

Некоторые методы SMM довольно таки хорошо, некоторые из них можно признать настоящим образцом действенной SMM-раскрутки. Давайте

перечислим некоторые компании, что стали самыми известными на просторах всемирной сети:

1. Компанией “Microsoft” проводились оптимизации своих поисковых инструментов в системе поиска Bing, одним из главных инструментов раскрутки использовали скупку приверженцев в Facebook-е используя виртуальные средства из игры “Farmvill”. В течении одних суток объемы подписчиков системы поиска в Facebook-е увеличилось на почти в 4 раза, разросшись до 425 000 друзей. Оценив это мероприятие, те, кто занимается SMM маркетингом, сказали о том, что не одной из маркетинговых акций в классическом понимании не удавалось сработать столь действенно, и принести такие внушительные результаты.

2. Компанией «ТНК» в целях продвижения их нового тренда “ТНК Pulsar” (новый вид бензина) был использован нестандартный метод. Они не создавали корпоративный блог или группу на социальной площадке, компанией начались совместные работы в сфере сотрудничества с лидерами представлений – особами, проявляющими наибольшую активность на автомобильных форумах. Они сформулировали очень выгодное предложение – дали возможность бесплатной заправки на станции ТНК-ВР и проведения бесплатной диагностики вашего авто, потребовав для себя лишь то, чтобы все, кто заправился и провел диагностику авто, оставили свой комментарий и отзыв на любом из автомобильных форумов. Компания ТНК заявила, что результат проведенного мероприятия удовлетворил их более чем, так как объемы пользователей, которые теперь будут использовать лишь бензин марки ТНК Pulsar, увеличилось почти в три раза, начали признавать и уважать бренд ТНК начали более чем 1200 пользователей автомобильных интернет-форумов. В тоже время, средства, потраченные на то, чтобы провести были окуплены сразу же, как только привлекли было привлечено больше 100 подписчиков.

3. Компанией “Evian” в 2009 году на YouTube – е было размещено видео, с танцующими младенцы. Это мероприятие модно назвать одним из самых больших рекламных мероприятий в 2009 году. Видео было просмотрено более

чем 60 миллионами пользователей этой сети. Ролик был занесен в списки Книги рекордов Гиннеса.

Основные положения и инструменты SMO.

Ранее было отмечено, что SMO – является внесение в сайт изменений в сайт, с целью создания возможности сослаться на этот Интернет-ресурс, цитирования его содержимого на просторах в социальных сетях, в различных блогах, форумах и других ресурсах медиа. Оптимизации подвергается содержимое сайта, его оформление, его удобность к использованию. После всех изменений сайт превращается в такое себе начальное подобие социальных сетей.

SMO в качестве методики продвижения компаний отделилось от сферы, общественного маркетинга, так как он был основан не для того, чтобы продать конкретный товар или услуга, а сформировать позитивный имидж компании перед целевой аудиторией. После того, как появился интернет, социальным маркетингом было основано новое русло – улучшение сайтов маркетинговой направленности через социальные сети.

Некоторые дополнения по поводу социального маркетинга.

Применение разнообразных методов социальной раскрутки через Интернет, дает хорошую возможность действительно установить контакт с возможными и настоящими клиентами, что нуждаются в товарах и услугах, и также выполняет следующие задачи: продвигает компанию, создает доверие среди потенциальных клиентов, поддерживает повышение конкурентоспособности, умножает продажи и прочее. В это же время инструменты SMO и SMM следует считать способом продвижение на порядок эффективности выше, по сравнению с классической рекламой и SEO продвижением. Так как, скорость распространения информации через социальную сеть невероятно велика, и самая подходящая и действенная реклама – рекомендация друга или знакомого, или же признанного эксперта в этой сфере.

Список литературы:

1. Скотт Д.М. Новые правила маркетинга и PR. Как использовать социальные сети, блоги, подкасты и вирусный маркетинг для непосредственного контакта с покупателем.
2. Фадеев В.А. Характеристика маркетинговых стратегий предприятий при разработке маркетинговой политики [Текст] / В.А. Фадеев // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Экономика и право. – 2012. – № 2. – С. 36–38.
3. Финансовый маркетинг: Учебник и практикум / С.В. Карпова, Р.Ю. Стыцюк, О.А. Артемьева и др. – Москва, 2015. Сер. 61 Бакалавр и магистр. Академический курс. – 424 с.
4. Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях / Д. Халилов / Издательство Манн. – 2013. – С. 56–78.

ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ

Фатюхина Наталья Александровна

*магистрант Московского городского педагогического университета
Институт менеджмента,
РФ, г. Москва*

Скубрий Евгений Вениаминович

*научный руководитель, д-р экон. наук, проф. Московского городского педагогического университета,
РФ, г. Москва*

Изучение имиджа образовательного учреждения особенно важно и актуально на сегодняшний день, когда возрастают требования к качеству образования и вообще к системе государственного образования. Рассматривая имидж образовательного учреждения как социально-психологический феномен, мы считаем, что он как естественное, социально обусловленное явление способствует обретению будущим выпускником качеств, необходимых ему для дальнейшей профессионализации и нахождения своей позиции в определенной социальной страте общества. Это приводит к пониманию того, что различные аспекты обобщенного образа образовательного учреждения закрепляются в массовом сознании в виде стереотипов и накладывают отпечаток на его восприятие общественностью.

В связи с процессами модернизации в сфере образования, которые характеризуются все более ускоряющимся процессом информатизации современной школы, значительным ростом ее оснащённости информационно-коммуникационной техникой, возникает научный интерес к изучению стереотипов восприятия имиджа образовательного учреждения. Такое положение, с одной стороны, открывает новые перспективы в формировании имиджа образовательного учреждения, а с другой – позволяет говорить о наличии объективно существующих противоречий.

Во-первых, образование выступает как одна из сфер общественной жизни, от которой во многом зависит развитие и потенциал современного общества. Речь идет не только о человеческом капитале в экономическом понимании,

но и о научной деятельности, которая формируется благодаря передаче знаний, опыта, навыков и стремлению познать новое, исследовать, открыть [2, с. 41]. При этом уделяется недостаточно внимания проблеме формирования имиджа образовательных учреждений и российскому образованию в целом.

Во-вторых, реформирование образования влияет не только на дальнейшие перспективы развития этой сферы, но и на использование учебными заведениями новых стратегий в области предоставления образовательных услуг [1], что связано с недостаточным позиционированием образовательного учреждения.

В-третьих, образовательные учреждения имеют определенный имидж и репутацию, но в современной ситуации, связанной с расширением спектра образовательных услуг и стремлением к повышению качества образования, отвечающего новым требованиям к системе государственного образования, построению имиджа уделяется недостаточное внимание [4, с. 107], несмотря на то, что это подвижная система, которую необходимо развивать и поддерживать, а также адаптировать к изменяющимся условиям.

В-четвертых, сегодня в России существуют социально-экономические предпосылки к формированию благоприятного имиджа российского образования [3], однако начинать построение имиджа необходимо с изучения представлений общественности об образовательных учреждениях и уровне российского образования с учетом российских ценностей, менталитета, культуры.

Под имиджем нами понимается сознательно сформированный образ объекта, который наделяет данный объект дополнительными ценностями и дает возможность продуцировать те впечатления об объекте, отношения к нему и оценки его, которые необходимы создателю объекта [5, с. 23].

Сегодня явление и само понятие «имидж» приобрело особое значение. С усилением коммуникативной составляющей в общественной жизни, важность положительного впечатления, особенно впечатления первого, многократно возрастает. Положительный имидж образовательного учреждения

позволяет более продуктивно взаимодействовать с общественностью, с потенциальными потребителями образовательных услуг; он помогает эмоционально окрашивать образ учреждения, положительно воздействовать на сознание людей, ретранслироваться через их оценки во внешнюю среду, и в конечном итоге – достигать поставленных целей.

Мы будем исходить также из того, что проект формирования имиджа образовательного учреждения во многом зависит от того, какие ценности доминируют в обществе, от степени соответствия целей и задач, которые ставит перед собой общество, и тех средств, которые для этого привлекаются. При преобладании положительных ценностных установок и предпочтений, а также оптимальном соответствии целей и наличных средств, необходимых для их достижения, создаются условия для формирования целостной, позитивно настроенной социальной личности. В контексте данного положения большое значение имеет достижение в современном начальном, среднем и высшем образовании России той ситуации, при которой все действительно необходимые меры по его реформированию оптимально соотносились бы с мерой человека. Это предполагает, что перманентные изменения требований к выпускникам средних школ, лицеев и гимназий, уточнения правил поступления в вузы и получения специальности, скорость перемен в самой специфике образовательных услуг, предлагаемых учебными заведениями РФ, не должны превышать физических возможностей адаптации учащихся, и их родителей.

Современное образование является одним из ведущих социальных институтов, формирующих личность. Именно от него зависит развитие всего общества и страны в целом. В современной российской системе образования сложились две модели: традиционная и инновационная. Традиционная модель основывается на традициях старого русского образования, тех самых, которые были заложены Петром I, М.В. Ломоносовым, Г.Р. Державиным, Н.И. Новиковым, Н.И. Лобачевским. Они были успешно продолжены в СССР и получили признание во всем мире. Инновационная модель связана

с реализацией новых требований; тех, которые предъявляет образованию современная российская экономика, новые экономические и социально-политические структуры. К сожалению, в этих инновациях весомыми являются и те рекомендации, которые транслируются извне. Нередко они воспринимаются некритически и неосмотрительно, без учета их долгосрочных последствий для страны. Сложность ситуации определяется и тем, что в последнее время образование в РФ стало сферой услуг, и развитие этой системы происходит в непростых условиях, в формате рыночной экономики. Жизнеспособными оказываются только такие образовательные учреждения, которые обеспечивают качественный уровень предоставляемых услуг и одновременно видят в имидже актуальную содержательную сторону своего существования и выживания в новых экономических условиях.

В настоящее время все большую актуальность приобретают вопросы, касающиеся двух сторон образования. Во-первых, это вопросы, связанные с эффективностью деятельности образовательного учреждения. Во-вторых, рост конкуренции на рынке образовательных услуг, заставивший руководителей образовательных учреждений задуматься и о том, как они воспринимаются общественностью. Положительный и, более того, рыночно-привлекательный имидж особенно необходим тем образовательным учреждениям, которые появились недавно. Такие учреждения, в отличие от давно существующих, еще не обладают устойчивой репутацией, основанной на традициях. Поэтому отделам PR постоянно надо исходить из того, что имидж, разрабатываемый с первых дней создания образовательного учреждения, в значительной степени определяет его репутацию не только сейчас, но и в более далекой перспективе.

Работа по созданию имиджа всегда начинается с работы над тремя вопросами: 1) для кого? 2) зачем? 3) против какого конкурента? В результате правильного решения первого вопроса осуществляется определение целевой группы потребителей. Правильный ответ на второй вопрос яснее очерчивает выгоды потребителей, т. е. тех, кто будет учиться и уже учится. Это

перечисление и обобщение тех преимуществ на рынке труда, которые дает диплом данного учреждения и полученное в его стенах образование. Правильная расстановка акцентов при ответе на третий вопрос позволяет выявить схожие образовательные учреждения, и определить сферы своих преимуществ, а также и те сферы, в которых конкуренты оказываются сильнее.

Положительный имидж начинается с образа руководителя (его образование, какое учебное заведение закончил, на чем специализировался, научные работы, которые ему принадлежат, где работал в прошлом, внешний вид). На втором месте стоит образ персонала (научный статус, личностные характеристики, профессионализм, уровень владения материалом). Наконец, большое внимание должно уделяться плате за обучения и ее соответствию качеству преподавания. Большое значение имеет уровень комфортности, стиль пространственно-архитектурной среды и внешняя атрибутика.

Процесс формирования имиджа образовательного учреждения определяется и корректируется тем, что система образования становится более сложной. Это влечет за собой усложнение соотношения личных перспектив и тех возможностей в получении специальностей, которые предлагает образовательное учреждение. Здесь речь идет уже о достижении консенсуса между тем, что предлагается и желается потенциальными потребителями и тем, что реально может предоставить учебное заведение, находясь в условиях постоянной смены образовательных стандартов, обновлению содержательной части и структурно-организационных реформ.

С одной стороны, имидж образовательного учреждения должен соответствовать уровню реализации его функций, а с другой – имидж характеризует перспективные ценностные установки, идеальный образ образовательного учреждения и степень соответствия провозглашаемых заявок результатам его деятельности. Реализация функциональных особенностей имиджа образовательного учреждения осуществляется в процессе следующих мероприятий: 1) установлением, поддержанием, расширением контактов с гражданами и учреждениями; 2) информированием общественности

о существе принимаемых решений; 3) изучением общественного мнения; 4) организацией специальных событий.

Существуют следующие специальные события, способствующие формированию имиджа:

1. День открытых дверей. Он имеет особо важное значение. Дни открытых дверей организуются для внешней аудитории – потенциальных школьников и их родителей, представителей законодательной и исполнительной власти, чтобы все они могли ознакомиться с условиями и возможностями обучения, преподавательским составом.

2. Школьная газета. Во многих учебных заведениях издаются малотиражные газеты. В идеале все номера такой газеты должны по своему содержанию и оформлению быть ориентированными на широкие и значимые целевые аудитории. Отдельным событием может стать ее специальный выпуск, приуроченный ко Дню открытых дверей и кампании по приему новых учащихся.

3. «Вау-событие». Особое место имеют нестандартные события, созданные с целью привлечь внимание, вызвать позитивные эмоции, где каждое последующее событие, с одной стороны, отличается от предыдущего, с другой – сохраняет нить преемственности с ним. В «вау-событие» можно превратить и кажущиеся «стандартными» День книги, День рождения школы, День посвящения в школьники, круглый стол, конференцию, посвященную интересной теме.

4. «Этапы большого пути». Речь идет о событиях, связанных со знаменательными и памятными датами, например, первым выпуском, Днем рождения школы.

5. Различные викторины и конкурсы. Например, на лучшее название школьной газеты, лучший формат досуга, а также регистрация достижений в различных книгах рекордов.

6. Участие в международных обменных программах (например, переписка школьников с целью практики языковых навыков и изучения культурных традиций).

7. Нестандартные события. Среди них наиболее значимым может быть День самоуправления в школе. Речь идет о создании нестандартных для учащихся ситуаций, в которых школьники в новой обстановке, наделенные новыми полномочиями и сложными обязанностями, обновляют старый информационный багаж и приобретают новые знания и умения.

Данные события должны быть тщательно продуманы, спланированы, организованы, также они должны быть информационно и эмоционально насыщенными, с единством рациональной и эмоциональной составляющей. Люди, планирующие и организовывающие эти события, должны помнить, особенно в только созданных учреждениях, что данные события формируют тот фундамент, на котором будет создаваться традиция. Если же учебное заведение существует уже не один год, то здесь возникает задача гармоничного соотношения новых мероприятий с наработанными, апробированными традициями.

Кроме организации мероприятий, позволяющих на новом уровне прожить и заново пережить знаковые события, специальные события, весьма действенной может быть разработка фирменного стиля образовательного учреждения (школьная форма, бэйджи, слоган, логотип). Это важнейший элемент продвижения образовательного учреждения на рынке образовательных услуг, один из главных средств борьбы за позитивное, благожелательное отношение; важная составляющая брендинга. Кроме того, фирменный стиль – это один из наиболее современных и актуальных видов рекламы.

И именно здесь эффективными приемами и механизмами для формирования имиджа образовательного учреждения является создание сайта в интернете: сегодня, чтобы обеспечить статус и конкурентоспособность образовательного учреждения, необходимо иметь специально созданный сайт, блог и форум.

Также целесообразно использовать различные виды рекламы, которая является составляющей продвижения и инструментом формирования положительного имиджа образовательного учреждения. Преимущественно используется радиореклама. Рекламные объявления, размещенные в соответствующих радиопрограммах, охватывают значительный процент заданной аудитории слушателей, независимо от того, где они находятся – на работе, на отдыхе, в пути. Радиореклама оперативна и имеет невысокую стоимость. Однако в процессе восприятия рекламных обращений, транслируемых по радио, не участвует зрение, через которое человек получает до 90 % информации. Часто у него нет под рукой ручки, карандаша, бумаги, чтобы записать переданные в объявлении данные.

Телевизионные объявления включают в себя изображения, звук, движение, цвет, текст бегущей строки и поэтому оказывают на рекламную аудиторию значительно большее воздействие, чем объявления в других средствах массовой информации. Реклама в средствах массовой информации является достаточно дорогой, не каждое учебное заведение может себе позволить это, следовательно, она является малоэффективной. В тоже время, если использовать данную рекламу, возрастает уровень осведомленности общественности. Не стоит также забывать и о таком достаточно дешевом, но действенном типе рекламной информации, как стационарные наружные носители (стены, щиты и т. п.). В этом случае с наибольшей эффективностью и наименьшими затратами используются здания самих учебных заведений. В этом случае не надо платить за аренду, или покупку рекламного места.

Подобные рекламные обращения, как правило, стандартны. В них содержится информация о предлагаемых образовательных программах, наличии лицензии, сроках обучения, сотрудничестве с иностранными учебными заведениями. Самым оптимальным и результативным вариантом рекламного объявления является то, которое сочетает содержательную информацию и неординарное творческое решение в ее подаче.

Чрезвычайно важно иметь в виду, что на рынке образовательных услуг негативный эффект от некачественной рекламы приобретает особенно большие масштабы. Рекламное обращение, выполненное непрофессионально, не отвечающее принципам добросовестной конкуренции, будет свидетельствовать о низком образовательном и культурном уровне рекламодателя, его некомпетентности, непрофессионализме, вызовет к нему недоверие и может послужить весомой причиной отказа от поступления в то, или иное учебное заведение. Отметим, что с доверием может восприниматься лишь такая реклама, которая убедительна с точки зрения возможностей региональной адаптации, понимания специфики региона.

Сформированный позитивный имидж образовательного учреждения позволяет решить следующие задачи: 1) повысить привлекательность, в первую очередь, для родителей, потенциальных учеников, и в тоже время для специалистов и преподавателей различных дисциплин, которые ищут работу; 2) повысить эффективность мероприятий по информированию населения относительно новых образовательных услуг, о деятельности образовательного учреждения; 3) способствовать введению и адаптации новых специальностей и направлений; 4) повысить уровень организационной культуры, способствовать улучшению социально-психологического микроклимата в коллективе.

Можно сделать вывод, что существующий уровень качества образования и создание положительного имиджа образовательного учреждения являются в одинаковой степени очень важными. В настоящее время условия, в которых находятся образовательные учреждения таковы, что они не оставляют резерва времени для эволюционного, естественного формирования имиджа, как он складывался естественным традиционным путем ранее. Имидж образовательного учреждения без организации работы и стоящих за ним ценностных установок, не будет прочным, не станет «кирпичиком» традиции; а именно это является необходимым условием продвижения образовательных учреждений в проблемном поле образовательных услуг.

Список литературы:

1. Зуева Е.И. Подходы к формированию имиджа образовательного учреждения – [Электронный ресурс] / Е.И. Зуева // Режим доступа: <http://aeli.altai.ru/nauka/sbornik/2002/zueva.html>.
2. Карпов Е.Б. Имидж в образовании / Е.Б. Карпов // PR в образовании. – 2003. – № 6. – С. 40–50.
3. Лазаренко И.Р. Формирование имиджа образовательного учреждения как управленческое новшество – [Электронный ресурс] / И.Р. Лазаренко // Педагог. – 2000. - № 9. – Режим доступа: http://www.informika.ru/text/magaz/pedagog/pedagog_9/stat8.html.
4. Лизинский В.М. Имидж и миссия школы как ресурс её развития / В.М. Лизинский // Ресурсный подход в управлении развитием школы. – М.: Педагогический поиск, 2006. – С. 106–108.
5. Медреш Е. «Фактор первого лица», или Типология управленческих связей / Е. Медреш // Директор школы. – 2005. - № 5. – С. 22–26.

СЕКЦИЯ 4. МЕНЕДЖМЕНТ

ПРОБЛЕМА ФОРМИРОВАНИЯ ЭФФЕКТИВНОГО ТРУДОВОГО КОЛЛЕКТИВА

Кириллов Анатолий Владиславович
студент 4 курса филиала Горного университета
«Хибинский технический колледж»,
РФ, Мурманская обл. г. Кировск

Анисимова Татьяна Робертовна
научный руководитель, преподаватель филиала Горного университета
«Хибинский технический колледж»,
РФ, Мурманская обл. г. Кировск

Актуальность темы заключается в том, что плодотворную работу, развитие, да и просто успешное выполнение всех поставленных перед любой компанией задач, независимо от её функций и специфики протекающих в ней процессов, абсолютно невозможно представить без правильной организации деятельности персонала. На сегодняшний день именно грамотный подбор кадров, стиля руководства и формирование благоприятного морально-психологического климата в коллективе являются фундаментальными составляющими успешной деятельности любой без исключения организации. Последний аспект я упоминаю не случайно, ведь о продуктивной работе персонала, где кто-либо испытывает психологический дискомфорт, говорить не приходится. И ответственность за столь важные этапы формирования эффективного трудового коллектива в полной мере ложится на руководителя.

Пожалуй, самый важный аспект, пренебрежение которым делает абсолютно бессмысленными дальнейшие попытки сформировать трудовой коллектив – это, безусловно, подбор кадров. Это то, с чего начинается коллектив. Руководитель уже на начальной стадии должен представлять, какими личностными качествами должны обладать его подчиненные, сработаются ли они вместе, станут ли они командой, объединённой общими

целями или это будет просто группа людей, работающих под одной крышей. Ведь сколь бы усердно руководитель ни пытался найти подход к работникам, это не возымеет никакого эффекта, если коллектив будут составлять совершенно незаинтересованные в результате своего труда и в работе люди.

Подбор и расстановка кадров, основывается на принципах соответствия, перспективности и сменяемости [1].

Принцип соответствия заключается в подборе на каждую должность сотрудника, чьи деловые и личностные качества в полной мере соответствуют специфике рабочего места.

Принцип перспективности означает, что решение о назначении специалиста на должность принимается с учетом следующих условий:

- способность работника в дальнейшем сменить специальность или профессию, повысить квалификацию;
- состояния здоровья работника, наличия противопоказаний к выполнению определенных трудовых функций;
- возрастного ценза, установленного для различных категорий специальностей и должностей.

Принцип сменяемости заключается в разработке оптимальной схемы использования персонала, которая бы способствовала эффективным трудовым перемещениям внутри организации. Тем самым предотвращается застой и старение кадров. Этот принцип крайне важен, так как доказано, что, работник, чересчур долго занимающий одну и ту же должность (выполняющий одни и те же функции, занимающийся только одним проектом и т. д.), со временем начинает терять интерес к работе, работает менее эффективно [5].

Следующий основополагающий фактор формирования эффективного трудового коллектива – это морально-психологический климат в коллективе.

Доброжелательность, хорошая информированность каждого из членов коллектива о задачах и состоянии дел при их выполнении, свободное выражение собственного мнения при обсуждении вопросов, касающихся всего коллектива – вот неполный список преимуществ создания благоприятного

морально-психологического климата. Хороший климат представляет собой итог сложной психологической работы с членами коллектива, осуществления системы мероприятий, формирующих отношения между руководителем и подчиненными, а не следствие провозглашенных девизов искусственно созданной организационной культуры предприятия. Формирование и совершенствование морально-психологического климата – это задача, постоянно стоящая перед любым руководителем. Создание благоприятного климата, как и любая работа менеджера, является не только наукой, но и искусством, делом, требующим творческого подхода, иногда очень больших моральных затрат, а также знаний природы конфликтов и средств урегулирования, умения предвидеть вероятные ситуации во взаимоотношениях членов коллектива. Формирование хорошего морально-психологического климата требует от менеджеров понимания психологии людей, их эмоционального состояния, настроения, душевных переживаний, волнений, отношений в группе [1].

Существует две группы факторов, влияющих на формирование морально-психологического климата:

1) Факторы макросреды – это внешняя среда организации, факторы, которые оказывают влияние на коллектив и организацию и на которые сам коллектив способен повлиять только опосредованно. Это внутренняя экономика страны, географическое положение района, региона, международная политическая обстановка, налоговое законодательство и т. д.

2) Факторы микросреды – это ближайшее окружение коллектива, то есть внутренняя среда организации, субъекты, которые воздействуют на коллектив непосредственно. Это организационная структура, организационная культура, технологии, стиль руководства и т. д.

Неблагоприятный климат коллектива влечет за собой неудовлетворенность, как самим коллективом, так и взаимоотношениями в нем, взаимоотношениями с руководителями, условиями труда и его содержанием.

Это отражается на настроении человека, его работоспособности, творческой и физической активности, его здоровье [9].

Немалую роль играет также и совместимость членов коллектива. Принято выделять психофизиологическую и психологическую совместимость [6; 99].

Психофизиологическая совместимость связана с особенностями индивидуальной психической деятельности работников (выносливость нервной системы членов коллектива, скорость мышления, способность быстро переключаться между разными задачами, способность концентрироваться, особенности восприятия, внимания и т. д.), именно это следует учитывать при распределении физических и умственных нагрузок и поручении отдельных видов работ.

Психологическая совместимость предполагает наилучшее сочетание личностных психологических качеств, таких как особых черт характера, темперамента, способностей человека, интересов, что ведет членов коллектива к взаимопониманию.

Несовместимость членов коллектива заключается в их стремлении избегать друг друга, а в случае неизбежности контактов – к отрицательным эмоциональным состояниям и даже к конфликтам.

На самом деле создание трудового коллектива, где каждый работник будет соответствовать ожиданиям в выполнении возложенных на него функций – весьма серьёзная и комплексная задача, а порой и вовсе предмет несбыточных мечтаний. Ведь здесь речь идёт не о конструкторе «ЛЕГО», компьютерной стратегии и т. д. Человек – куда более сложный в плане интеграции в рабочий процесс ресурс, обладающий системой индивидуальных качеств. И вполне возможно, некий специалист, обладающий всеми необходимыми навыками и просто идеально подходящий на какую-либо должность, не сможет работать на ста процентах своих возможностей в силу тех или иных обстоятельств. И скорее всего это уже будет индикатором того, что в трудовом коллективе не всё так гладко, в том числе и с точки зрения стиля руководства, который несомненно влияет на обстановку в коллективе. Например, авторитарный стиль

руководства подразумевает подавление у сотрудников желания работать, творчески подходить к делу, проявлять инициативу. В этом случае коллектив для руководителя выступает в качестве исполнителя. Нередко поведение такого руководителя сопровождается высокомерием по отношению к подчиненным, неуважением к личности работника и т. д. В таких ситуациях некоторые из членов коллектива стараются вести себя соответственно, стараются перенять стиль своего руководителя, заискивают перед начальством. Другие работники пытаются изолироваться от контактов внутри группы, третьи впадают в депрессию. Единоличный руководитель предпочитает сам решать все вопросы, не доверяет подчиненным, не просит их совета, берет на себя ответственность за все, дает работникам лишь указания. В качестве стимулирования работы такой руководитель использует наказание, угрозы, давление. Понятно, что такой метод руководства в большинстве случаев формирует в коллективе неблагоприятный морально-психологический климат. Но в то же время ставить на нём крест не стоит. В некоторых случаях, особенно в экстремальных ситуациях или, когда необходимо быстро принять решение, возможно, именно этот стиль является наиболее оптимальным [7; 65].

Демократический и либеральный стили основываются на совершенно иных принципах и восприятии коллектива руководителем. Прежде всего, это должна быть команда единомышленников, заинтересованных в результатах своего труда, получающих внутреннее удовлетворение от решения сложных задач.

Но даже если руководитель выбрал, как ему кажется, оптимальный стиль руководства, учитывая и свой склад ума, характер, и род деятельности подчиненных, будь то творческая направленность или же четко структурированная работа, всё равно остаётся вероятность, что коллектив не будет ориентирован на максимальную отдачу. Так, по большей части работникам может прийти по душе избранный стиль руководства, но скорее всего, останутся и те, кому лучше подойдут иные условия. Ведь все мы разные, и найти единственно верный метод воздействия на людей вряд ли возможно.

Вот тут-то у руководителя и появляется шанс творчески подойти к делу. Возможно, его метод будет являть собой смешение стилей управления персоналом как эталон для конкретной социальной общности. В настоящее время именно такой подход – сочетание стилей – является наиболее распространённым.

Возникает резонный вопрос: каким образом можно применить на практике все эти принципы? Наверное, стоит выделить главную суть этих правил, чтобы сформировать общее представление о каждом из них и о том, как их воплотить в жизнь. Итак, в стремлении сформировать эффективный трудовой коллектив руководителю необходимо сделать основной упор на следующем:

Во-первых, тщательно осуществлять подбор кадров, соблюдая три основных принципа: сменяемости, соответствия и перспективности. Важно помнить, что неправильно подобранный персонал не будет работать эффективно;

Во-вторых, постараться создать благоприятную для продуктивной работы атмосферу. Ибо даже грамотный квалифицированный работник, подобранный с учётом всех обозначенных принципов, может испытывать трудности в выполнении своих обязанностей, если в коллективе неблагоприятный морально-психологический климат;

Ну и в-третьих, выбрать правильный, подходящий данному конкретному коллективу стиль руководства. Ведь максимально раскрыть свой потенциал работники смогут только тогда, когда руководитель правильно ставит перед ними задачи и соответствующим образом контролирует их выполнение. И если один коллектив предпочтёт действовать по чётким предписаниям и установкам, то другому может потребоваться чуть большая свобода в их решении, а третьему вообще лучше не мешать.

Список литературы:

1. Библиофонд: Электронная библиотека студента / Формирование благоприятного морально-психологического климата в коллективе – [Электронный ресурс] – Режим доступа: – URL: <http://bibliofond.ru> (Дата обращения: 02.12.2015).
2. Потапова Р.Ф. Влияние лидерских качеств руководителя на психологическую атмосферу в коллективе – [Электронный ресурс].
3. Ризатдинова Г.К. Государственная служба и государственный служащий – [Электронный ресурс].
4. Сайт: – [Электронный ресурс] – Режим доступа: – URL: [http:// 5ka.ru](http://5ka.ru) (Дата обращения: 22.11.2015).
5. Сайт: Словари и рефераты / Формирование благоприятного морально-психологического климата в коллективе – [Электронный ресурс] – Режим доступа: – URL: <http://referat.mirslovarei> (Дата обращения: 22.11.2015).
6. Кибанов А.Я. Управление персоналом организации: стратегия, маркетинг, интернационализация: учеб. пособие / А.Я. Кибанов, И.Б. Дуракова. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 301 с. – (Высшее образование).
7. Консультирование в управлении человеческими ресурсами: учеб. пособие / под ред. Н.И. Шаталовой. – М.: ИНФРА – М, 2012. – 221 с. – (Высшее образование).
8. Кузнецов И.Н. Эффективный руководитель: учебно-практ. пособие / И.Н. Кузнецов. – М.: Дашков и К°, 2011. – 596 с.
9. Bestreferat.ru / Совершенствование социально-психологического климата – [Электронный ресурс] – Режим доступа: – URL: [http:// bestreferat.ru](http://bestreferat.ru) (Дата обращения: 22.11.2015).

МЕТОДОЛОГИЯ ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

Гаспарян Роза Саркисовна

*студент Томского политехнического университета,
РФ, г. Томск*

Макаркина Анна Сергеевна

*студент Томского политехнического университета,
РФ, г. Томск*

Халиулина Василя Радиковна

*студент Томского политехнического университета,
РФ, г. Томск*

Панькова Наталья Михайловна

*научный руководитель, старший преподаватель Томского политехнического
университета,
РФ, г. Томск*

На всех этапах становления общества проблема управления стояла довольно остро, и многие люди пытались решить ее, но их труды носили разрозненный характер и не составляли обобщенной теории.

Во второй половине прошлого века, после победы промышленной революции на Западе ситуация изменилась существенным образом. Росли крупные фирмы, которые требовали большего числа руководителей высших уровней, тех, кто способен принимать грамотные рациональные решения, умеет работать с большими массами людей, которые были бы свободны в своих поступках. От управляющих требовалась компетентность и умение соизмерять свою деятельность с существующими законами. В итоге появилась некая группа людей, которые специально занимались управленческой деятельностью. Этим руководителям уже не нужно было держать своих подчиненных в повиновении властной рукой. Главной задачей становится трудоемкая организация, и каждодневное управление производством в целях обеспечения наибольшей прибыли собственникам фирмы.

В социологии и теории управления организации особое место отводится проблеме руководства. Главный принцип управления по-прежнему –

единоначалие. Имеется в виду, что право решения, власть, возможность проконтролировать отношения и процессы, ответственность в организации всегда предоставляется только одному конкретному должностному лицу. Но он физически не может осуществлять все это в полном объеме, поэтому делегирует часть собственных полномочий своим подчиненным. Так создаются иерархические структуры, в которых каждый имеет руководителя, но не все, а лишь некоторые – подчиненных.

Многие социологи считают организацию не чем иным, как инструментом управления. Поэтому деятельность ее связывается с подготовкой и дальнейшей реализацией различных управленческих решений. Экономическая эффективность управленческих решений обуславливает эффективность управления, в общем.

Типовая методологическая ошибка – игнорирование системного подхода при принятии решений. При их разработке, принятии и реализации необходимо:

- рассматривать проблему в целом, а не «выдергивать» какую-нибудь одну черту, даже если она представляется наиболее важной;
- анализировать последствия подобных решений, учитывая различные критерии их оценки, действовать, говоря математическим языком, в условиях многокритериальной оптимизации.

Прежде чем рассмотреть методы принятия управленческих решений, необходимо понимать, что в литературе можно увидеть разные точки зрения, касаясь того, какие решения считать управленческими. В первую очередь, это те, которые затрагивают отношения в любой организации.

Управленческие решения обычно связаны с различными изменениями в организации, а их инициатор – это соответствующий орган либо лицо, которое несет полную ответственность за все возможные последствия реализуемых и контролируемых решений.

Управленческое решение – есть результат конкретной деятельности менеджера. Этот творческий процесс, происходящий в деятельности

руководителей, находящихся на любом уровне. Он начинается с выработки и постановки целей, потом проблема изучается на основе получаемой различными путями информации. Далее выбираются и обосновываются критерии результативности или эффективности, а также возможные последствия этих решений. Следом наступает этап обсуждения разнообразных вариантов разрешения проблемы или задачи со специалистами. В процессе этого выбирается и формулируется оптимальное решение, оно принимается и конкретизируется для исполнителей.

Методы принятия управленческих решений всегда направлены на достижение намеченных, конкретных целей. Они могут быть разнообразными.

Во-первых, метод, который основан исключительно на интуиции управляющего. Она обусловлена тем, что он имеет в наличии накопленный опыт и сумму знаний в конкретной, именно этой области деятельности. Собственно, все это и позволяет выбрать, а потом принять правильное и верное решение.

Во-вторых, методы принятия управленческих решений невозможно представить без метода, который основан на понятии, называемом «здравый смысл». В данном случае управляющий принимает решения и обосновывает их весьма последовательными доказательствами.

В-третьих, метод, который основан на научно-практическом подходе, также, очень важен. Он предлагает выбирать оптимальное решение исключительно на основе переработки огромного количества информации и обосновывать его. Данный метод требует обязательного применения технических средств современности, речь идет об электронно-вычислительной технике. Перед руководителем в любом случае рано или поздно встанет проблема выбора соответствующего решения. Она является одной из главных в современной науке управления. Руководитель должен сам всесторонне оценить конкретную обстановку, выбрать подходящие методы принятия управленческих решений, и с их помощью остановиться на одном

из нескольких возможных вариантов. Он и несет ответственность за их дальнейшее исполнение.

Принятие управленческих решений является очень важным фактором в деятельности любой современной фирмы. Без правильного принятия управленческих решений, эффективного руководства вряд ли возможно экономическое процветание фирмы.

Существует большое число различных методов принятия управленческих решений. Применительно к управлению все решения можно классифицировать как:

- Общие;
- Организационные;
- Запрограммированные;
- Незапрограммированные;
- Рациональные;
- Нерациональные;
- Вероятностные;
- Решения в условиях неопределенности;
- Интуитивные;
- На основе компромисса;
- Альтернативные.

Методология для руководителя – не абстрактная интеллектуальная роскошь, а инструмент повседневной работы. Пренебрежение методологическими аспектами принимаемых решений приводит к экономическим потерям и невозможности достичь поставленные цели.

Понимание природы принятия решения важно для любого, кто хочет преуспеть в искусстве управления.

Важно знать методологию принятия решений. Она помогает структурировать данный процесс и способствует принятию эффективных управленческих решений.

Необходимо помнить, что принятие решений происходит не в организационном вакууме, а на фоне постоянно изменяющихся событий как во внешней, так и во внутренней среде организации, и учитывать факторы, влияющие на процесс принятия решений, которые были рассмотрены в данной работе.

Список литературы:

1. Вовлеченность персонала. – [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://www.rb.ru/inform/29747.html> (Дата обращения: 02.12.2015).
2. Лукашевич В.В. Основы управления персоналом: учебное пособие / В.В. Лукашевич. – 2-е изд., перераб. и доп. – КНОРУС, 2010. – 240 с.
3. Методология принятия управленческих решений – [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://www.yurhelp.ru/news4729.html> (Дата обращения: 04.12.2015).
4. Подготовка и принятие управленческих решений. – [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://delovoymir.biz/ru/articles/view/?did=5621> (Дата обращения: 04.12.2015).

ЭФФЕКТИВНОСТЬ СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЫ НА ПРИМЕРЕ ОГКУ «РЕАБИЛИТАЦИОННОГО ЦЕНТРА ДЛЯ ДЕТЕЙ И ПОДРОСТКОВ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ» ЗАТО СЕВЕРСК

Миронова Елена Геннадьевна

*студент, кафедры истории и философии науки и техники
Томского Политехнического университета,
РФ, г. Томск*

Ардашкин Игорь Борисович

*научный руководитель, д-р филос. наук, проф. кафедры истории и философии
науки и техники Томского Политехнического университета,
РФ, г. Томск*

Панькова Наталья Михайловна

*научный руководитель, старший преподаватель кафедры истории
и философии науки и техники Томского Политехнического университета,
РФ, г. Томск*

Инвалидность является комплексным показателем, характеризующим состояние здоровья населения, уровень оказания медико-социальной помощи, отражающим динамику демографических процессов в обществе, социально-экономическое развитие этого общества и ряд других показателей.

Масштабы инвалидности вместе с демографическими факторами и показателями заболеваемости являются важнейшей проблемой в определении состоянии общественного здоровья в масштабах государства и составляют сложнейшую задачу, которую предстоит решить органам здравоохранения и социальной защиты населения [3, с. 26].

Инвалидность наряду с заболеваемостью обусловлена влиянием множества различных факторов, в основном социально-экономического и медицинского характера. Огромный социально-экономический ущерб, наносимый обществу процессом инвалидизации во всем мире, придает особую актуальность изучению и поиску мер ее уменьшения.

Понятие «эффективность» как феномен, имеющий политическую, психологическую, экономическую, и в целом социальную компоненты, всегда привлекало внимание представителей различных областей знаний. Это связано,

во-первых, с тем, что профессиональная деятельность в любой сфере имеет своей целью достижение максимальной эффективности при минимальном ресурсном обеспечении. А во-вторых, определение эффективности является важнейшим инструментом воздействия на дальнейшее развитие человеческого труда. То есть эффективность является интегральным показателем той или иной деятельности и характеризует ее смысл и значимость, и в то же время она детерминирована спецификой этого вида деятельности [2, с. 295].

На территории Томской области существует «Центр Реабилитации для детей и подростков с ограниченными возможностями в ЗАТО Северск» который оказывает комплексную помощь детям-инвалидам, детям с ограниченными возможностями здоровья. В г. Томске находится «Центр Реабилитации», который оказывает только медицинские услуги для детей-инвалидов. Поскольку страдает у детей-инвалидов не только опорно-двигательная система, но и психика, речевые центры, специалисты центра оказывают своим подопечным, детям с ограниченными возможностями здоровья и их семьям, комплексную квалифицированную помощь.

Целью деятельности Северского Центра Реабилитации для детей и подростков с ограниченными возможностями, созданного в 1991 году, является оказание комплексной квалифицированной помощи детям-инвалидам, детям с нарушениями в развитии от рождения до 18 лет и их семьям, направленной на обеспечение максимально полной социальной адаптации к жизни в обществе, а также профилактика детской инвалидности. Было приобретено необходимое медицинское оборудование и мебель, создана адаптированная среда для детей-инвалидов. Больше ни одно детское лечебное учреждение области не имеет такого оборудования, позволяющего провести комплекс мероприятий по реабилитации: механотерапию, галатерапию, бальнеотерапию, физиотерапию, массаж, лечебную гимнастику. По своей сути учреждение является уникальным.

С целью создания более гибких и эффективных форм коррекционной деятельности творческий коллектив учреждения ведёт целенаправленную поисково-методическую работу.

Большое внимание уделяется этапу диагностики как основополагающему по выявлению причин социальной недостаточности, оценке социально-психологической дезадаптированности семьи.

Диагностический и констатирующий метод комплексного обследования семьи включает общие и психолого-педагогические сведения о семье, реабилитационном потенциале семьи, формах работы, прогноз [2, с. 292].

Целью изучения является установление семейного диагноза – выявление тех положительных черт и нарушений, которые нужно учитывать при выборе методов дальнейшей работы.

В центре организуются семейные праздники, где происходит процесс единения семейных интересов, повышается самооценка, родительский авторитет. Родители, активно участвуют в разработке праздников, предлагают тематику встреч, приглашают родственников и знакомых. Так же помогают детям в подготовке к фестивалям и конкурсам [1].

Основным показателем качественной оценки предоставляемых услуг семье, воспитывающей ребенка-инвалида, является проведение систематического мониторинга эффективности. Механизм проведения мониторинга проработан специалистами Центра – адаптированы элементы передового опыта, но в целом считаем его авторским и инновационным. Все результаты наблюдений за динамикой развития ребенка отражены в документальном сопровождении, действительным и актуальным на протяжении всего процесса реабилитации.

В связи с внедрением мер по оптимизации деятельности учреждения количество обслуженных клиентов и их семей увеличилось. Для объективной оценки качества социальных услуг было проведено исследование, направленное на оценку деятельности Центра, в котором приняли участие 120 родителей.

Результаты анкетирования показали в удовлетворенность клиентов деятельностью Центра. Были отмечены положительные результаты проводимой работы по повышению правовой грамотности родителей, предупреждению насилия в семье. При этом, данные мониторинга по применению физического наказания в семье показывают необходимость продолжения работы в данном направлении.

Психологической службой Центра регулярно проводятся диагностические процедуры для отслеживания проблем родительско-детских отношений, подходов к воспитанию. Результаты психологического изучения семьи дополняют данные социально-педагогического обследования и в целом, помогают оптимизировать работу по привлечению родителей в реабилитационный процесс.

Ведется мониторинг отслеживания количественного и качественного участия родителей в реабилитационном процессе. Результатом своей работы в данном направлении считаем положительную динамику в привлечении родителей в реабилитационный процесс.

Анализ эффективности реабилитационных мероприятий показывает в целом положительную динамику в развитии социального статуса семьи. Отмечается повышение реабилитационного потенциала семьи, улучшение психологического климата, активизация совместного творчества родителей с детьми способствует социальной адаптации семьи. Положительно эмоциональное реабилитационное воздействие создает условия для совместной коррекционной деятельности с особым ребенком, появления личностных успехов и особой социальной установки [1].

Помощь, оказываемая в Центре, очень востребована. На территории, ЗАТО Северск по статистике медико-социальной экспертизы имеют инвалидность 306 детей, помимо детей с ограниченными возможностями, в Томской области эта цифра еще выше. Северский Центр Реабилитации оказывает помощь и поддержку детям-инвалидам со всей Томской области, но справиться с потоком нуждающихся в помощи детей не в силах. На данный момент

у Центра есть возможность предлагать курсовое лечение 1–2 раза в год, а не 3–4 раза, как это необходимо. Большая проблема в работе центра заключается также и в том, что средств на приобретение нового лечебного специализированного оборудования, тренажёров не хватает, т. к. стоимость курса лечения ребёнка достаточно высока.

Опыт коллектива, включающий детей и родителей, медицинских и педагогических работников, представителей общественных организаций может быть полезным для тех, кто заинтересован в решении проблем социальной защиты ребёнка с ограниченными возможностями и его семьи [3, с. 29].

Таким образом, результатом совместных действий Центра реабилитации и родителей, несовершеннолетних детей с ограниченными возможностями, направленных на реабилитацию таких детей, возможно осуществление качественной помощи, позволяющей осуществить прорыв в практике реабилитации несовершеннолетних, продемонстрировать эффективность современных технологий, содействующих интеграции детей-инвалидов в общество.

Список литературы:

1. Вторушин Н.А., Панькова Н.М. Творчество как условие существования современной образовательной модели – [Электронный ресурс] – // Современные проблемы науки и образования. – 2013 – № 6. – С. 1–8. – Режим доступа: <http://www.science-education.ru/113-11617> (Дата обращения 25.11.2015).
2. Гиниятова Е.В., Панькова Н.М. Актуализация концепции непрерывного образования в современном социокультурном пространстве // Известия Томского политехнического университета. – 2013 – Т. 323 – № 6. – С. 292–297.
3. Топчий Л.В. Эффективность социального обслуживания населения: методологические подходы, методика, практика // Эффективность социальной работы: Методологический семинар / сост. ред. В.В. Колков. – М., 1998. – С. 28–29.

ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ КАК ИНСТРУМЕНТ САМООБРАЗОВАНИЯ

Николаева Валерия Юрьевна

*студент, Самарский Государственный Университет Путей Сообщения,
РФ, г. Самара*

Малышева Оксана Викторовна

*научный руководитель, канд. экон. наук, кафедры менеджмента и логистики
на транспорте, Самарский Государственный Университет Путей Сообщения,
РФ, г. Самара*

В статье рассматривается проблема планирования времени в жизни человека, как один из факторов самообразования, выделяются главные принципы тайм-менеджмента, приводятся результаты опроса среди студентов, в которых показывается их нынешнее умение рационально распределять свое время

Нынешний ритм жизни порой заставляет жить людей «в спешке», а ведь в современном мире личное время человека – его основной ресурс, и он, в отличие от материального богатства, не может быть восстановлен или накоплен. Именно поэтому существенную ценность в нашем беспечном мире имеет умение человеком правильно распоряжаться временем.

Изначально, система управления временем касалась исключительно сферы бизнеса и трудовой деятельности. Но, со временем тайм-менеджмент стал включать в себя также различные аспекты жизнедеятельности человека и непосредственно его личное время.

В XXI веке сравнение «Время-Деньги» окончательно и бесповоротно потеряло свою значимость в обществе. Время – бесценно, его не вложишь, не инвестируешь, не купишь. Все мы очень часто жалуемся на нехватку времени. Попробуем вычислить 5 главных ошибок, мешающих нам грамотно пользоваться временем.

1. Не планируем свой день заранее. Исследованиями доказано – наша энергия достигает «пика» примерно в 8:00. Ежедневно, на сон грядущий, составьте примерный список дел на завтрашний день и временные рамки, в которые вы укладываетесь, чтобы равномерно тратить свою работо-

способность и энергию. Люди, начинающие практиковать такой метод, заметили, что это действительно положительно повлияло на их жизнь.

2. Не делегируем задачи. По жизни мы привыкли возлагать на собственные плечи огромное количество дел. Но ведь разделение задач – один из принципов успеха, который помогает нам сосредоточиться на самом главном, не забывая голову второстепенной, и, порой, не столь важной работой.

3. Не правильно расставляем приоритеты. Очень часто, принимаясь за неотложные дела, мы забываем о главных проблемах. Тогда нам на помощь приходит Матрица Эйзенхауэра, пользуясь ей, мы выбираем то, что для нас действительно очень важно.

4. Не мечтаем. Успешные люди потому и успешные, что постоянно мечтали, как дети. А потому берегли время и посвящали каждую минуту своей мечте.

5. Не отдыхаем. Да, звучит странно, но лишение себя отдыха делает нашу жизнь однообразной, а нас самих – непродуктивными. Тот самый случай, когда много работы – не есть хорошо. Здесь важно найти баланс в жизни и не забывать регулярно отдыхать, тем самым, восстанавливая свои силы.

Так как же научиться умело использовать теорию на практике?

Начните реально относиться ко времени – это первая ступень, это то, что вам нужно определить для себя перед включением тайм-менеджмента в свою жизнь. Попробуйте планировать дела таким образом, чтобы они не отнимали у вас личного времени, которое вы хотите посвятить близким людям и здоровью.

Нарисуйте свой календарь, пишите в нем большими буквами, красочно, чтобы это откладывалось в памяти. Календарь отлично приучит вас выполнять все запланированное.

Ведите отчет по вашему потраченному времени. Порой мы кажемся себе безумно занятыми, но на самом деле, мы просто избегаем необходимые дела, занимаясь не таким уж и важным занятием.

Не стоит хвататься за несколько дел одновременно. Возможно, у кого-то получается совмещать много дел, но это действительно бывает крайне редко. Все-таки, лучше качество, а не количество.

На сегодняшний день существует огромное количество книг и подходов к грамотному управлению временем. Очень сложно определить, какой из подходов подходит именно вам.

Например, Сергей Калинин, автор книги «Тайм-менеджмент. Практикум по управлению временем», считает, что специалисты выделяют три подхода (типа) тайм-менеджмента: личный, профессиональный и социальный. Внутри же этих подходов существует множество систем, неоднократно пересекающихся друг с другом.

Личный тайм-менеджмент тесно связан с саморазвитием, осуществляется человеком, с целью повышения своей деятельности и работоспособности. Для этого любой из нас пользуется личными способами, взяв информацию из литературы, интернета, рекомендаций товарищей, а еще собственных идей, которые приведут к увеличению эффективности управлению собственным временем.

Профессиональный тайм-менеджмент может помочь человеку являться успешным в рамках выполнения им какой-либо общественной роли, как правило, связанной с профессией. В этом тайм-менеджменте необходима поддержка высококлассного консультанта.

Социальный тайм-менеджмент связан с взаимоотношением людей и общим управлением временем. Привычный всем пример – корпорация. Большая часть усилий способствует улучшению бизнес-процессов, организационных отношений и так далее.

Словом, есть безмерное количество подходов, теорий и аксиом, связанных со всевозможным распределением времени. Каждый должен найти подходящий себе метод тайм-менеджмента и работать над собой.

На улицах города и в социальных сетях мной был проведен опрос на тему «Достаточно ли Вам свободного времени?». И вот какими оказались результаты (рисунок 1).



Рисунок 1. Достаточно ли Вам свободного времени?

Проанализируем результаты опроса. Подавляющее число студентов, а именно – 43 % опрошенных, ответили, что им совершенно недостаточно свободного времени. Как оказалось, этот недостаток появляется далеко не из-за занятости молодёжи, а вследствие их неумения управлять своим временем и, порой, нерасторопности.

Так все же, как бороться с болезнью 21 века – нехваткой времени?

Перестать слушать только свои желания, порой мы желаем слишком много не очень-то и нужного, например – полениться. Отдых отдыхом, но и меру знать надо.

Ставить перед собой конкретные цели и задачи. Спросите у себя – чего вы хотите добиться?

И наконец, читать больше книг, связанных с распределением времени.

Исходя из всего вышесказанного, можем сделать вывод, что тайм-менеджмент – это современная наука об управлении временем и для того, чтобы ее освоить, нужно следовать незамысловатым советам.

Список литературы:

1. Архангельский Г. Корпоративный тайм-менеджмент. Как внедрить в компании единые правила управления временем / Г. Архангельский // Управления персоналом. – 2010. – № 23 (249). – С. 6–18.
2. Воеводина Н. Коротко о вечном: планирование рабочей недели / Н. Воеводина // Секретарское дело. – 2010. – № 1. – С. 74.
3. Иголкина И. Повелевать хаосом / И. Иголкина // Справочник по управлению персоналом. – 2009. № 1 (январь). – С. 72–75.

МОДЕЛЬ БАЛЛЬНОЙ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ИНФОРМАЦИИ

Новожилова Юлия Алексеевна

*магистрант Уральского Федерального Университета,
РФ, г. Екатеринбург*

Обухов Олег Владимирович

*научный руководитель, канд. экон. наук, доц.
Уральского Федерального
Университета,
РФ, г. Екатеринбург*

Развитие информационных и коммуникационных технологий привело к тому, что в последнее время наиболее остро встал вопрос о качестве информации во всех сферах человеческой деятельности. Анализ данного вопроса показал, что проблемой количественной оценки качества информации, адекватной современным условиям ее поиска и извлечения, чаще занимаются зарубежные исследователи. В частности, в 2013 году во Франции была опубликована работа, посвященная оценке качества информации в системах слияния данных [3, с. 906]. Целью настоящей статьи является обзор исследования французских специалистов и его адаптация к оценке качества источников информации и информации вне системы слияния данных. Задачи: 1) перевод исследования с английского языка; 2) адаптация используемых терминов; 3) моделирование оценки качества информации. Гипотеза: модель оценки качества информации в отдельных блоках систем слияния данных можно использовать для оценки качества обособленного массива информации.

Оценка качества по своей природе является многомерной проблемой, и она стала ключевой в таких областях исследований, как менеджмент организации, веб-ориентированные информационные системы и системы слияния данных. С точки зрения менеджмента организации, качество информации можно оценить в ее 16 измерениях, сгруппированных в 4 категории. Данные критерии оценки представлены в таблице 1 [2, с. 10].

Таблица 1.**Качество информации с точки зрения менеджмента организации**

Внутренние характеристики	Содержательные характеристики	Характеристики отображения	Характеристики доступа
Точность	Добавочная стоимость	Возможности интерпретации	Доступность
Достоверность	Релевантность	Простота восприятия	Безопасность
Объективность	Охватываемый период, своевременность	Логичность	-
Репутация источника	Полнота	Краткость	-
-	Количество, объем данных	Манипулируемость	-

На сегодняшний день наибольшая доля поиска информации осуществляется через Интернет. В связи с возрастающими объемами данных, доступных через Интернет, и технологиями, позволяющими иметь высокоскоростное соединение практически каждому пользователю, качество информации, полученной через всемирную сеть, имеет огромную важность. Критерии оценки такой информации собраны исследователями из нескольких источников и объединены в 4 категории, представленные в таблице 2.

Таблица 2.**Критерии оценки информации из сети Интернет**

Содержание	Технические характеристики	Интеллектуальные характеристики	Скорость восприятия
Точность	Доступность	Достоверность	Количество, объем данных
Полнота	Наличие шифрования	Объективность	Логичность
Уровень технической поддержки потребителей	Цена	Репутация источника	Краткость
Уровень документирования	Качество обслуживания	-	Простота восприятия
Возможности интерпретации	Быстрота отклика	-	Возможность осуществления контроля
Релевантность	Безопасность	-	-
Добавочная стоимость	Охватываемый период, своевременность	-	-

Авторы отмечают, что не все приведенные характеристики являются независимыми, и не все они могут быть использованы одновременно [1, с. 112].

Модель же оценки качества информации в системах слияния данных, рассмотренная французскими исследователями, заключается в оценке качества информации на отдельных участках движения данных в системе, а затем комплексной оценке качества системы на основе функции трансформации информации. Таким образом, критерии оценки качества информации и их измерители, приведенные в изучаемой работе можно использовать для оценки качества определенного массива информации при принятии управленческого и, в частности, маркетингового решения. Для этого необходимо установить значения экспертной оценки для измерителей в баллах.

Рассмотрим список критериев, позволяющих оценить качество информации на «местном уровне» информационной системы (таблица 3).

Таблица 3.

Качество данных в информационной системе

-	Критерий качества	Измеритель качества
Данные	Точность	Среднее квадратическое отклонение
	Полнота	Доля пропущенных данных, полнота выборки
	Доступность	Время, затрачиваемое для доступа к информации; степень надежности; время восстановления информации
	Актуальность	Время последнего обновления информации
	Безопасность	Уровень безопасности
	Количество, объем данных	Количество сущностей (для HTML), количество атрибутов (для JavaScript), вес (в битах)
	Логичность	Формат файла, доля избыточных данных
Информация	Релевантность	Пользовательская оценка
	Достоверность	Пользовательская оценка, стандарты
	Объективность	Экспертная оценка
	Простота применения	Пользовательская оценка
	Возможности интерпретации	Пользовательская оценка

Также, критерии оценки качества информации можно условно разделить на объективные и субъективные. Объективные критерии характеризуют информацию независимо от сферы применения и требований пользователя,

а субъективные – насколько качество информации соответствует конкретной ситуации (таблица 4).

Таблица 4.

Субъективные и объективные критерии качества информации

	Критерий качества	Измеритель качества
Объективные - критерии	Корректность	Степень правильности, верности информации
	Актуальность	Возраст информации
	Логичность	Степень непротиворечивости информации
Субъективные критерии	Достаточность	Степень использования информации для принятия решения
	Релевантность	Степень применимости и полезности информации для принятия данного решения
	Своевременность	Степень актуальности информации для принятия конкретного решения

Между приведенными критериями качества информации существует взаимосвязь. Например, в случае с такими критериями качества данных, как безопасность и доступность, имеет место отрицательная корреляция: высокий уровень безопасности ведет к сложностям с быстрым доступом к информации.

Для того чтобы использовать данные критерии на практике необходимо привязать к каждому измерителю качества реальные числовые значения в определенном диапазоне, а также уровень значимости каждого критерия информации для конкретного управленческого решения.

Рассмотрим полученную модель для оценки маркетингового отчета по проведенному опросу (таблица 5). Принимаемое решение – выпуск нового продукта. В модели использованы только те критерии качества, которые являются значимыми в конкретной ситуации.

Таблица 5.

Модель балльной оценки качества информации

№	Критерий	Измеритель качества	Вес	Количественные показатели с описанием
1	Полнота	Доля пропущенных данных, полнота выборки	0,1	Баллы от 1 до 5, где: 5 – выборка в целом характеризует генеральную совокупность 1 – выборка взята не точно и характеризует малую часть генеральной совокупности
2	Актуальность	Время последнего обновления информации	0,2	5 – опрос проведен не позднее 1 месяца назад 4 – 1-2 месяца 3 – 2-3 месяца 4 – 3-5 месяцев 5 – более полугода
3	Достоверность	Пользовательская оценка, стандарты	0,2	Баллы от 1 до 5, где: 5 – исполнитель добросовестно проводил опрос, нет фальсификации анкетных данных 1 – в результатах заметны явные признаки фальсификации
4	Объективность	Экспертная оценка	0,05	Баллы от 1 до 5, где: 5 – формулировки вопросов не содержат субъективной оценки маркетолога-исполнителя 1 – формулировки вопросов показывают отношение исследователя к поднятой проблеме
5	Корректность	Степень правильности, верности информации	0,1	Баллы от 1 до 5, где: 5 – максимальная корректность обработки собранных данных 1 – минимальная
6	Логичность	Степень непротиворечивости информации	0,05	Баллы от 1 до 5, где: 5 – максимально логичная последовательность задаваемых вопросов 1 – минимально логичная
7	Достаточность	Степень использования информации для принятия решения	0,1	Баллы от 1 до 5, где: 5 – представленная информация может полностью использоваться при принятии решения о запуске нового продукта в производство 1 – лишь малая часть информации может быть использована при принятии решения
8	Релевантность	Степень применимости и полезности информации для принятия данного решения	0,1	Баллы от 1 до 5, где: 5 – проведенное исследование максимально соответствует поставленным целям 1 – минимально
9	Своевременность	Степень актуальности информации для принятия конкретного решения	0,1	5 – отчет предоставлен в срок в положенные сроки без задержек 4 – задержка отчета составила до 7 дней 3 – задержка отчета 1–2 недели 2 – задержка отчета 2–4 недели 1 – задержка отчета более месяца

В итоге может получиться следующая интегральная оценка качества информации: $4 \times 0,1 + 5 \times 0,2 + 4 \times 0,2 + 3 \times 0,05 + 5 \times 0,1 + 4 \times 0,05 + 2 \times 0,1 + 3 \times 0,1 + 5 \times 0,1 = 4,05$. Максимальная оценка качества 5 баллов, значит, качество информации составляет 81 %.

В результате работы над настоящей статьей был произведен обзор и адаптация исследования в области оценки качества информации. По итогам перевода, адаптации работы, а также моделирования оценки качества информации можно сделать вывод, что определенные положения исследования, проведенного французскими авторами, могут быть использованы для оценки качества информации при принятии управленческого решения.

Список литературы:

1. English L., Information Quality Applied, Wiley Publishing, Indianapolis, Indiana, 2009. – 238 p.
2. Madnick S., R. Wang, Y. Lee and H. Zhu Overview and Framework for Data and Information Quality Research, Journal of Data and Information Quality, 1(1), 2009. – P. 1–13.
3. Todoran I.-G.; Lecornu L.; Khenchaf A.; Le Caillec J.-M., “Information quality evaluation in fusion systems”, in Information Fusion, 2013 / 16th International Conference on 9–12 July 2013 – P. 906–913.

ВЛИЯНИЕ ИНТЕРНЕТА НА ПРОЦЕСС КОММУНИКАЦИИ

Семенов Нюргун Николаевич

*студент 4 курса, кафедры Экономики и управления производством
СВФУ им. М.К. Аммосова,
РФ, Республика Саха (Якутия), г. Якутск*

Герасимов Богдан Иннокентьевич

*студент 4 курса, кафедры Экономики и управления производством
СВФУ им. М.К. Аммосова,
РФ, Республика Саха (Якутия), г. Якутск*

Степанова Айталина Юрьевна

*студент 4 курса, кафедры Экономики и управления производством
СВФУ им. М.К. Аммосова,
РФ, Республика Саха (Якутия), г. Якутск*

Конторусова Саргылана Сергеевна

*научный руководитель, доц. кафедры ЭиУП; СВФУ им. М.К. Аммосова,
РФ, Республика Саха (Якутия), г. Якутск*

В данной статье рассмотрено влияние информационных технологий на организацию управления.

Информация – это один из основных ресурсов развития общества. А информационные технологии уже давно являются средством коммуникации, повышения производительности и эффективности работы людей.

Информационные технологии больше всего используются в производственной, управленческой и финансовой деятельности.

Таким образом, информационные технологии незаменимы практически во всех сферах деятельности человека. Соответственно, изучение данного вопроса, несомненно, актуально в настоящее время, как для каждого отдельного человека, так и для общества.

Появление компьютеров и различных средств связи дало рождение различным вариациям информационных технологий. И сегодня самым объемным и информативным из них является интернет.

Любая организация пытается найти самые лучшие методы и средства, которые позволили бы им осуществлять эффективную коммуникацию

со своими клиентами и своими партнерами. Одно из самых эффективных и используемых – это интернет. Интернет (всемирная сеть) является одним из важнейших элементов успешной коммерческой деятельности. Интернет также позволяет создавать интегрированную информационную среду бизнеса, в которой связаны сотрудники, поставщики и клиенты компании.

Интернет, а именно внутриорганизационная сеть позволяет повысить эффективность процесса коммуникации и распространения информации в крупных корпорациях. Это особенно важно для компаний, где информация является не только основной деятельностью фирмы, но главным фактором ее успеха (например, в компаниях, занимающихся разработкой программного обеспечения, разработкой приложений или консультированием в области менеджмента). После получения информации компанией, она сохраняется в ее внутренних базах данных и таким образом, получить доступ к ней можно с любого компьютера этой компании в мире. Так как сотрудники в первую очередь обращаются к внутренним базам данных, уменьшается вероятность дублирования процессов поиска одной и той же информации в различных отделах компании, что повышает эффективность ее использования.

Сетевые коммуникации позволяют работникам обсуждать необходимые темы с коллегами или другими специалистами, которых в противном случае собрать вместе не удалось бы по причинам нехватки времени.

Первоначально интернет являлся альтернативной коммуникационной сетью правительства США. Сегодня же, интернет объединяет домашних пользователей, компании, библиотеки, университеты и другие организации.

В настоящее время в мире насчитывается 3,2 миллиарда пользователей интернета (всё население Земли составляет 7,2 миллиарда человек) из них 2 миллиарда проживают в развивающихся странах.

В период с 2000 по 2015 год удельный вес пользователей интернета увеличился почти в семь раз – с 6,5 до 43 процентов мирового населения.

Доля домашних хозяйств, имеющих доступ в интернет, увеличилась с 18 процентов в 2005 году до 46 процентов в 2015 году. За последние четыре

года самый высокий рост уровня доступа домашних хозяйств наблюдался в Африке (рост с нуля всегда показательный), при этом годовой темп роста составил 27%.

В 2015 году 69 процентов населения Земли охвачено подвижной широкополосной связью третьего поколения по сравнению с 45 процентами в 2011 году.

Интернет включает в себя различные коммуникационные и информационные службы, такие как: Электронная почта/E-mail и WorldWideWeb/WWW. Интернет коммуникации помогают выровнять условия ведения бизнеса для различных компаний, осуществляющих реализацию, маркетинг и т. п. Коммерческие и академические организации занимаются изучением характеристик пользователей Интернета, также, как и варианты его использования.

Всемирная сеть является основным видом сбора первичных данных. Для получения первичной информации применяются также интерактивные формы. Онлайн-виды трансляции полностью проводятся в Интернете. Для получения вторичных данных о компаниях и продуктах можно использовать поисковые системы, такие как google и yandex. Интернет обладает колоссальной мощностью и с точки зрения проведения обмена информации его вклад невозможно не оценить.

Список литературы:

1. Ильенкова С.Д., «Инновационный менеджмент».
2. Москва изд. «Юнити», 2008.
3. Архангельский Г., «Организация времени: от личной эффективности к развитию фирмы», Москва, изд. «АиСТ-М», 2008.
4. Балдин К.В., «Инновационный менеджмент» Москва изд. «Академия», 2008.
5. Коротков Э.М., «Концепция российского менеджмента», Москва, изд. «ДеКа», 2006.
6. <https://ru.wikipedia.org/wiki> 6. <http://www.bizhit.ru/>.

ЦЕНТР ДИСПЕТЧЕРСКОЙ СЛУЖБЫ СОЦИАЛЬНОЙ ПОДДЕРЖКИ

Симаков Анатолий Николаевич

*студент кафедры истории и философии науки и техники
Томского Политехнического университета,
РФ, г. Томск*

Ардашкин Игорь Борисович

*научный руководитель, д-р филос. наук кафедры истории и философии науки
и техники Томского Политехнического университета,
РФ, г. Томск*

Панькова Наталья Михайловна

*научный руководитель, старший преподаватель кафедры истории
и философии науки и техники Томского Политехнического университета,
РФ, г. Томск*

Конституция Российской Федерации 1993 г. провозгласила, что человек, его права и свободы являются высшей ценностью. «Признание, соблюдение и защита прав и свобод человека и гражданина – обязанность государства» выступает методологически исходным положением при исследовании всего комплекса проблем, связанных с реализацией конституционных гарантий прав человека в российском обществе. Права и свободы являются ценностно-нормативным основанием функционирования государства и общества [2].

В ежегодном обращении к Федеральному собранию Президент РФ В.В. Путин обратил внимание на ещё один значимый показательный факт. В 2014 году в глобальном рейтинге здравоохранения Россия впервые признана благополучной страной. Благополучными признаются государства, в которых средняя продолжительность жизни граждан превышает 70 лет. На данный момент этот показатель в России превысил 71 год. Президент отметил, что у нас есть все основания уже в ближайшей перспективе увеличить среднюю продолжительность жизни до 74 лет и добиться новой качественной динамики в снижении смертности [4]. В связи с этим 2015 год был объявлен Национальным годом борьбы с сердечно-сосудистыми заболеваниями, которые являются основной причиной смертности сегодня, объединив для решения этой проблемы усилия медицинских работников, представителей культуры,

образования, средств массовой информации, общественных и спортивных организаций [2].

Если средняя продолжительность жизни возрастет, увеличатся издержки государства, связанные со старением населения. Для устранения негативных финансовых последствий долгожительства необходимо решать проблему увеличения пенсионного возраста, увеличения взносов в пенсионные фонды, сокращения размеров выплат и социальных гарантий. Представленные меры являются не только не популярными для правительства любого государства, в том числе и для России, но и не соответствуют Конституции РФ, в которой указано, что Россия – социальное государство [2], т. е. направлено на достижение каждым гражданином достойного уровня жизни в соответствии с принципом социальной справедливости [3]. В этом контексте возникает вопрос: как можно организовать жизнедеятельность пожилых граждан Российской Федерации в соответствии с принципами активного долголетия? Для решения данной проблемы необходимо представить новые возможности для пожилых людей, обозначаемые понятием «активное долголетие». Активное долголетие предполагает участие человека в жизни общества. В качестве основных видов социальной активности можно выделить трудовую, досуговую и семейно-бытовую активность. Помимо социологической составляющей, социальная активность предполагает эмоциональную реакцию человека на реализуемую деятельность, а также безопасные условия жизни [1; 3].

В современной России во многих крупных городах существуют службы социальной поддержки в виде экстренной психологической помощи по телефону, так называемые «телефон доверия». Эти службы имеют цель оказания неотложной помощи человеку, попавшему в трудную жизненную ситуацию. Но кроме психологической помощи человеку требуются часто и условия создания личной безопасности, особенно это касается пожилых людей.

В последнее время все чаще на самом высоком уровне идет обсуждение того, что больше внимания следует уделять безопасности России и ее граждан.

Целесообразным представляется новый подход к социальной политике в отношении условий жизни и безопасности пожилых людей. Одной из форм обеспечения безопасности людей старшего поколения в системе социальной поддержки незащищенных слоев населения является создание Центров Диспетчерской Службы (ЦДС) социальной поддержки.

В своей деятельности ЦДС руководствуется нормативными актами правительства и федеральных органов исполнительной власти. Работа службы организуется на основе принципов единоначалия в решении вопросов служебной деятельности, персональной ответственности каждого работника на соответствующем участке работы. Делопроизводство организуется и осуществляется в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации.

Центры диспетчерской службы социальной поддержки пожилых людей позволят выявить наиболее острые проблемы и создать условия для их решения этой категории россиян. С помощью ЦДС появляется реальная возможность решения жизненно важных вопросов в системе безопасности пожилых людей.

Эта структура обслуживания населения потребует:

- а) высокотехнологичное оборудование с использованием беспроводного дистанционного управления;
- б) квалифицированные кадры, имеющие специальную профессиональную подготовку;
- с) специализированный автотранспорт.

В 1963 году Всемирной организацией здравоохранения была принята следующая классификация возрастной структуры населения: 60–74 года – пожилые люди, 75–89 лет – старые люди, старше 90 лет – долгожители. В рамках статистической практики принято выделять три возрастные группы: лица моложе трудоспособного возраста, лица трудоспособного возраста, лица старше трудоспособного возраста [3, с. 30].

В результате проведенного опроса населения, относящегося к категории пожилых людей, авторы получили представление о наиболее острых проблемах

людей старшего поколения. Было отмечено, что среди людей старшего поколения (70 лет и старше) около 70 % имеют серьезные проблемы с опорно-двигательным аппаратом, а также сопутствующие заболевания, присущие этому возрасту, вследствие чего пожилым людям сложно обслуживать себя самостоятельно в быту без посторонней помощи.

ЦДС мог бы стать для пожилых людей, нуждающихся в помощи, связующим звеном и осуществлять координацию действий разных служб жизнеобеспечения, ориентированных на оказание такого рода услуг населению, в режиме круглосуточного обслуживания в домашних условиях. Особенно в такой поддержке нуждаются одинокие пожилые люди, не имеющие возможности обратиться за помощью к близким [5; 6].

ЦДС должен быть создан на базе департамента социальной работы и призван решать ряд важных социальных задач:

а) организационная (для решение бытовых, медицинских, юридических и пр. задач);

б) информационная (для проведения профилактических мероприятий);

с) контролирующая (проверка качества социальных услуг, предоставляемых социальными службами);

д) обеспечение мер безопасности (осуществление взаимодействия со службами жизнеобеспечения, МЧС, полиции, защита от мошенников, предупреждение насилия от родственников).

Для решения поставленных перед ЦДС необходимо техническое оснащение центра современным оборудованием – системой видеонаблюдения, радиосвязью и наличием тревожной кнопки для экстренного вызова дежурного оператора, что позволит своевременно решать возникающие проблемы, а также разгрузить медицинские службы скорой помощи.

Проблема, затронутая в работе, имеет глобальный характер, и актуальна не только для нашего региона, но и для всей страны.

Список литературы:

1. Гиниятова Е.В., Панькова Н.М. Актуализация концепции непрерывного образования в современном социокультурном пространстве // Известия Томского политехнического университета [Известия ТПУ] – 2013. – Т. 323, № 6. – С. 292–295.
2. Конституция Российской Федерации (с поправками от 30 декабря 2008 г., 5 февраля, 21 июля 2014 г.). – [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: http://base.garant.ru/10103000/1/#block_5555 (Дата обращения: 21.11.2015).
3. Макиенко М.А. Проблемы и перспективы сохранения качества жизни пожилых людей в Российской Федерации // Вестник науки Сибири. – 2015. – № 1 (16). – С. 29–40. – [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://sjs.tpu.ru/journal/article/view/1270>. (Дата обращения: 18.11.2015).
4. Послание Президента Федеральному Собранию Российской Федерации 2014 г. – [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/47173> (Дата обращения: 25.11.2015).
5. Сырямкина Е.В. Справедливость как индикатор устройства хорошего общества: путь от теории к практическому воплощению // Вестник Кемеровского государственного университета. – 2014. – № 4-1. – С. 204–208.
6. Тюкульмина О.И. Проблема экологических рисков современной цивилизации в рамках концепции «Общества всеобщего риска» // Известия Томского политехнического университета – [Известия ТПУ]. – 2008. – Т. 313. – № 6. – С. 141–145.

РАЗВИТИЕ КОНЦЕПЦИИ БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА В РОССИИ

Степанов Илья Васильевич

*магистрант Воронежского государственного технического университета,
РФ, г. Воронеж*

Туровец Оскар Григорьевич

*научный руководитель, д-р экон. наук, проф.
Воронежского государственного технического университета,
РФ, г. Воронеж*

Lean manufacturing – дословный перевод «тощий» или «стройный»; в России в рамках производства используется перевод «бережливый», помимо этого существует и другой вариант с транслитерацией «лин». Бережливое производство, как концепция менеджмента это сокращение всех видов затрат, возникающих в процессе производства. Бережливое производство основывается на систематизации всех звеньев производственного процесса с целью оптимизации каждого элемента и максимальной отдачи для роста эффективности. Бережливое производство – это интерпретация идей производственной системы компании Toyota американскими исследователями феномена Тойоты.

Идеи бережливого производства были высказаны ещё Генри Фордом, но они не были восприняты бизнесом, поскольку значительно опережали время. Спустя 10 лет в СССР выходит книга «Нормирование и организация труда» автором которой является Алексей Капитонович Гастев. В данной работе отражаются предпосылки развития концепции, которые в дальнейшем послужат зарождению и формированию современной концепции бережливого производства в Японии.

Бережливое производство следует рассматривать как эффективный инструмент организации производства, основным принципом реализации которого является устранение производственных потерь [6].

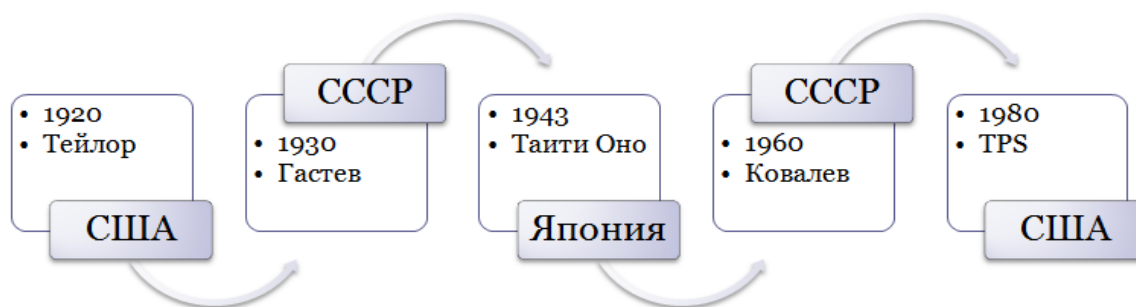


Рисунок 1. Развитие концепции бережливого производства

Отправной точкой развития концепции бережливого производства в России считается 2004 год. С этого периода сотни организации внедряют и адаптируют философия бережливого производства.

Наиболее ярким примером служит предприятие ОАО КАМАЗ, так как является лидером экономического эффекта в области внедрения бережливого производства. Также исследуемое предприятие относят к «промышленным первопроходцам» по внедрению инструментария бережливого производства.

По состоянию на 30.12.2013 данными предприятиями получен экономический эффект от реализации проекта «Бережливое производство» более 6,5 млрд. рублей, а суммарный экономический эффект за 7 лет составил более 23 млрд. рублей.

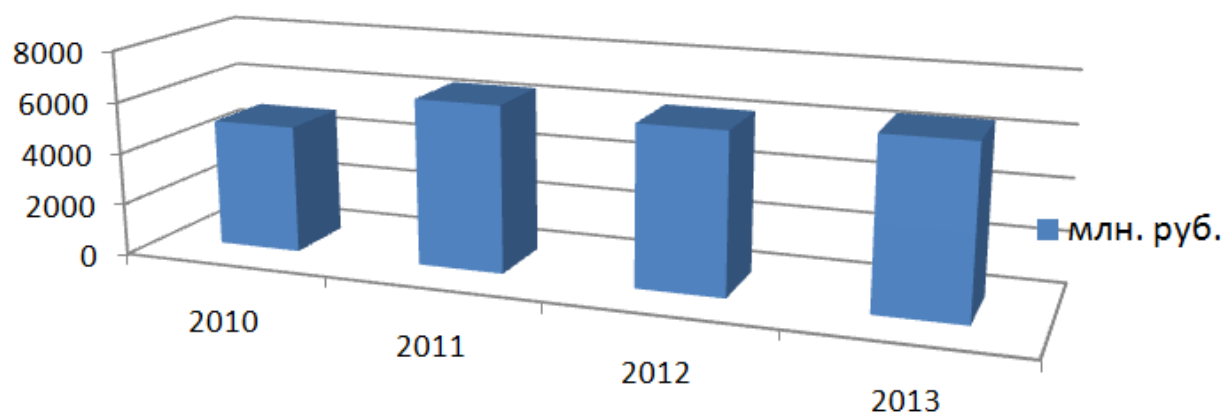


Рисунок 2. Экономический эффект от внедрения Lean-технологий

Основные методы и инструменты, которые применяются на ОАО КАМАЗ следующие:

SFM – стандарт управления процессами производственной системы Камаз.

Андон – система контроля качества на основе информативности.

TPM – автономное обслуживание на примере лимитирующего оборудования, система красных ярлыков и предупредительного обслуживания.

5S – организация рабочих мест [3].

Вторым «промышленным первопроходцем» является компания РУСАЛ. На данном предприятии активно внедряется система TPS. Как отмечает директор по развитию производства Дмитрий Бондаренко: «TPS – самая масштабная, комплексная и системная из них. Почти все крупные компании сейчас внедряют ту или иную производственную систему. Но чаще всего акцент делается на какие-то внешние аспекты и отдельные задачи: например, улучшить навыки персонала или качество продукции. Если же речь идет о выживаемости бизнеса, то TPS – единственно возможная система. Ведь она предполагает не просто улучшение каких-то процессов, а полный пересмотр взглядов на производство, на взаимоотношения компании с сотрудниками и партнерами. То есть полную смену философии бизнеса» [2].

В качестве следующего примера служит ОАО «РЖД». Экономический эффект по внедрению бережливого производства за 2012 год составил 36,9 млн. руб. при внедрении метода 5S экономический эффект составил 2,5 млн. руб.

Полигон внедрения проекта «Бережливое производство» на ОАО «РЖД» в 2012 году расширен более чем в 5 раз и сегодня охватывает 553 структурных подразделения на всех железных дорогах и все направления хозяйственной деятельности ОАО «РЖД». С начала 2012 года было успешно реализовано 1628 проекта улучшений, пересмотрено 1640 нормативов и технологических процессов. Накопленный экономический эффект от реализации проекта превысил 260 млн. руб. Но самое главное создается команда заинтересованных лиц для улучшения всего производственного [5].

В качестве следующего примера следует привести предприятие ОАО «АвтоВаз». На начальных этапах экономический эффект реализованных мероприятий составил более 0,55 млрд. руб. в год и состав этих мероприятий продолжает расти. Адаптированный опыт вполне применим к производству на российских предприятиях и дает значительный экономический эффект без значительных капиталовложений [2].

Другой пример внедрения бережливого производства в автомобилестроении является предприятие ОАО «ЕлАЗ». При внедрении бережливого производства прошли обучение более тысячи работников предприятия, созданы десятки внутрикорпоративных тренеров. Было предложено сотрудниками 2 тыс. рекомендаций из этого сформировалось более 150 проектов, что привело к выгоде. Экономическая эффективность от внедрения lean технологий составила более 300 млн. рублей [2].

В строительной отрасли примером успешного внедрения бережливого производства является корпорация Технониколь – один из лидеров в России по уровню производительности труда. По словам директора по развитию производственной системы Татьяны Бертовой, бережливое производство с 2010 года внедрено на многих производственных подразделениях предприятия. На всех заводах уделяют большое внимание обучению системам и инструментам бережливого производства, которым охвачены все – как рабочий персонал, так и топ-менеджмент. Экономический эффект от внедрения lean технологий составил более 200 млн. рублей только за прошедший год, также внедрение бережливого производства позволило сократить время перемещения продукции на 60 %.

Так, например, совершенствование процессов переналадки производственной линии позволило за три года сократить время перехода с одного вида продукции на другой на 60 % с экономическим эффектом в 150 млн. руб. в год, а также снизить время на плановую замену элементов оборудования на 25 % с экономическим эффектом в 50 млн. руб. в год. С помощью построения

системы ТРМ (эксплуатации и обслуживания оборудования) на заводах добились снижения времени внеплановых простоев оборудования на 25 %.

По мнению аналитиков, активное распространение практики бережливого производства на российских предприятиях позволит приблизиться к выполнению указа президента РФ «О долгосрочной государственной экономической политике» в части увеличения производительности труда к 2018 году на 50 %» относительно уровня 2011 года [4].

Последнее время принципы и инструменты «бережливого производства» достаточно востребованы и в энергетической отрасли. Так, например, в энергоугольной компании «Иркутскэнерго» с 2002 года реализуется программа тотальной оптимизации производства, включающая в себя принципы бережливого производства. Данная программа подразумевает под собой сбор идей на всех уровнях работы производства, начиная с рабочих и заканчивая топ-менеджментом компании. Уже в первый год реализации экономический эффект от внедрения предложенных идей составил порядка 2 млрд. рублей.

В основном в «Иркутскэнерго» предложения были направлены на сокращение потребления ресурсов и повышение производительности труда. Позже в компании стали применяться и другие инструменты «бережливого производства» 5S, «визуальное управление эффективностью», «стандартные операционные процедуры» и другие лин-технологии [2].

Но при внедрении существует множество преград для реализации бережливого производства. Так установлены семь видов типичных ошибок при внедрении бережливого производства по Вумеку:

- непонимание роли руководства при внедрении системы Лин;
- хаотичное внедрение;
- обходиться без поддержки;
- бесконечный анализ ситуации, вместо непрерывных улучшений;
- изменяются рабочие места, но не культура;
- построение «системы», не обладающей гибкостью.

К данному перечню можно добавить сопротивление персонала изменениям.

Следует отметить также и то, что внедрение бережливого производства имеет и определённые отрицательные аспекты. На практике, довольно большое количество зарубежных компаний, практикующих бережливое производство вслед за «Тойота» широко используют труд так называемых временных рабочих, предлагающим работу по краткосрочным контрактам, которые попадают под увольнение в случае сокращения объёмов производства. Например, в 2004 году на «Тойота» было занято 65 000 постоянных рабочих и 10 000 временных [1].

Как видно из выше перечисленного опыта внедрения на крупнейших российских предприятиях, бережливое производство распространяется во всех отраслях бизнеса. Главное особенностью внедрения является не перенятие опыта зарубежных компаний, а его адаптация или разработка собственной системы на основе опыта и принципов бережливого производства.

В целом использование принципов бережливого производства может дать значительные эффекты. Несмотря на повышение эффективности работы предприятия происходит устойчивый рост по такому важному показателю как производительность труда, что дает предприятию возможность вести производство в условиях конкурентной среды. Внедрение принципов и установок бережливого производства на уровне рабочего персонала укрепит организационную культуру.

Список литературы:

1. Вумек Джеймс П., Джонс Даниел Т. Бережливое производство. Как избавиться от потерь и добиться процветания вашей компании. – М.,: Альпина Бизнес Букс, 2008.
2. Материалы сайта управление производством: – [Электронный ресурс] // URL: <http://www.ur-pro.ru/> (Дата обращения: 15.10.2015).
3. Материалы сайта LeanZone.ru: бережливое производство и бережное управление – открытый портал – [Электронный ресурс] // URL: <http://leanzone.ru/> (Дата обращения: 10.09.2015).
4. Официальный сайт ТехноНИКОЛЬ. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.tn.ru/>. (Дата обращения: 14.09.2015).
5. Совет главных инженеров ОАО «РЖД»: Портал – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.sgi-rzd.ru/> (Дата обращения 10.09.2015 г.).
6. Туровец О.Г., Родионова В.Н. Концепция реализации принципов бережливого производства // Организатор производства. – 2014. – № 3. – С. 12–18.

РЕЛИГИЯ КАК СПОСОБ УПРАВЛЕНИЯ В КОНЦЕПЦИИ З. ФРЕЙДА

Шагжеева Саяна Санжиевна

*студент Томского политехнического университета,
РФ, г. Томск*

Тихонова Алина Андреевна

*студент Томского политехнического университета,
РФ, г. Томск*

Ардашкин Игорь Борисович

*научный руководитель, проф. Томского политехнического университета,
РФ, г. Томск*

На каждом этапе развития общества религия всегда играла важную роль. Она выступала двигателем развития общества, соответственно и его культуры. В минувшем столетии вопросами возникновения и влияния религии на человека занимались Зигмунд Фрейд, Альфред Адлер, Карл Густав Юнг и Эрих Фромм и др.

Религия во многом основывается на системе табу. Мы можем это наблюдать в священных заповедях (не убий, не укради и т. д.), при соблюдении постов. Религиозные люди стараются жить так, как принято в обществе в основном из-за страха, что они будут отвержены или наказаны за непослушание. Используя страхи людей и отдельного человека можно заставить его делать что-то. Конечно, здесь важную роль играют не только религиозные страхи, но и любые другие. Например, страх перед государством, начальством и т. п. Здесь происходит перенос образа Бога на другие объекты. Многие отношения построены не на свободе и сотрудничестве, а на основе страха и зависимости. Страхи могут быть как собственные, так навязанные обществом. Мы будем говорить о том, что страх – это одна из функций религии в рамках управления людьми. Однако страх – это весьма не эффективный способ управления людьми. Под постоянными угрозами производительность труда ни одного сотрудника не возрастет.

Существование Бога бездоказательно, идеи принимаются на веру. Даже в современном мире религия не утрачивает свое влияние. Одна из главных

функций религии – дать человеку веру в себя, в лучшую жизнь. Эта вера поддерживает наш дух, указывает на добро и зло, в определенной мере она выступает как наша совесть. Возможно, в будущем и появится общество, которому для соблюдения норм и правил морали не нужна будет религия. Но пока, как мы видим, религия прочно связана с нашей жизнью.

Связь религии с другими сферами жизни общества доказал М. Вебер [1]. М. Вебер связал успехи развития экономики Европы с протестантской ментальностью. Протестантская трудовая этика представляют собой религиозно-обоснованную доктрину о добродетельности труда, о необходимости работать добросовестно и усердно. Вебер обратил внимание на то, что среди успешных бизнесменов преобладают протестанты. Таким образом, мы видим, что основа роста уровня и качества человеческого капитала (его конкурентоспособность на мировом уровне) – культура и менталитет нации. На их формирование решающее влияние оказывает национальная религия. Этика труда определяет качество современного труда и человеческий потенциал нации. Она формировалась многими поколениями под влиянием различных религиозных мировоззрений. Поэтому происходят различия в возможностях и темпах развития стран. Здесь, назовем следующую функцию – формирование менталитета людей (в обобщенном виде – мировоззренческая функция). Приведем примеры разных религий и соответствующего им менталитета:

- Дух протестантизма ярче всего выражен в американской модели управления. Протестантизм создал либеральную экономику с высокой степенью экономической свободы и высшим качеством человеческого капитала.

- Южная Корея, Китай, Япония и Сингапур сделали огромный рывок в своем развитии. В этих странах преобладают конфуцианство, буддизм, синтоизм. Для приверженцев данных религий характерно: ответственное отношение к труду, чувство личного долга, почитание старших, дисциплинированность, рационализм и прагматизм.

- Большая часть евреев относится к слою богатых и успешных людей. Их успешность кроется в их отношении к себе: бережное отношение к знаниям, гордость за свое происхождение, предприимчивость и уверенность в себе.

- Что же касается православия, в нем нет выраженных черт присущих рыночной экономике. Православие – ортодоксальная религия. Это в какой-то мере объясняет темпы экономического развития России.

Можно провести параллель между системой табу в религии и психоаналитической концепцией З. Фрейда. З. Фрейд – основоположник классического психоанализа, создал теорию структуры личности. Именно он заговорил о бессознательном в психике человека. А теоретическая значимость психоанализа заключается в выявлении смысла и значения бессознательного в жизни человека и на раскрытие механизмов работы психики. Возникновение религии Фрейд связывает с системой тотемов и табу. Тотем – это «видоизмененный» бог современных монотеистических религий [3]. В контексте психоанализа религия приравнивается к коллективному неврозу навязчивых состояний. Она выступает совокупностью навязчивых ритуалов и верований. Такое сравнение можно считать вполне обоснованным: проявления невроза навязчивых состояний похожи на страхи верующих.

Религия по Фрейду – это великая иллюзия, которую в будущем должна исчезнуть. На место религии должны прийти другие нормы, которые будут оценивать мир рационально и не внушать людям о существовании трансцендентного. Такой нормой должна стать высокоразвитая культура.

Для эффективного управления персоналом в организации, руководители должны придерживаться определенных принципов и методов. Основа методов управления – это философия управления персоналом. Данная философия является совокупностью принципов, моральных и административных норм, разработанных в данной организации и которые разделяет каждый сотрудник. У работников могут быть различные интересы, взгляды и мировоззрение. Все они формируются исходя из различных факторов: семья, общество, вера.

В рамках психоанализа мы можем оказывать различное манипулятивное воздействие на массы, воздействуя на их бессознательное.

Как мы можем использовать особенности проявления религиозности сотрудника в трудовом процессе? Прежде всего, мы должны знать к какой ментальности принадлежит человек и насколько сильно в нем выражены черты присущие этой ментальности. На основе этого знания, ниже сформированы способы использования выявленных особенностей функций религии в организации:

- Запугивание. Менеджер в любом случае использует страх как способ влияния на сотрудников. В этом случае манипулирование людьми с помощью страха должно не превышать рамки допустимого и должно быть обосновано. Иначе повторится история со съедением отца, т. е. сотрудники просто поменяют своего «вождя» или же его поменяет вышестоящий руководитель.

- Раскрытие человеческого капитала. Мировоззренческая (идеологическая) функция заложила в человеке определенные качества характерные для всей нации. Мы должны этим пользоваться: сотрудник должен работать там, где он лучше всего проявит себя. Определенные качества, составляющие человеческий капитал, уже заложены в бессознательном. Наша задача суметь их выявить, развить и использовать.

- Интегрирующую функцию мы должны использовать для создания сплоченного коллектива, члены которого сильные и одновременно непохожие друг на друга личности. Это будет способствовать их здоровой конкуренции, а адаптивная функция позволит быстрее влиться в новый коллектив новичкам.

- Функция социального контроля должна обеспечивать соблюдение принятых норм морали и права без непременно участия руководителя. Для достижения такого эффекта, менеджер должен создать такую трудовую мораль, которую работники будут придерживаться и прилагать усилия для ее укоренения в организации.

- Психотерапевтическая функция религии помогает человеку пережить различные трудности, благодаря ей мы можем работать с адекватными людьми.

Человек может сходить в церковь или обратиться к психологу, но главное, чтобы результат был одним – приобретение духовного спокойствия. А менеджеры в свою очередь, должны выступать по мере необходимости «духовным наставником».

Наяву в капиталистических отношениях мы не можем разглядеть именно тот момент, когда мы руководствуемся при принятии наших решений и действий, исходя из религиозных соображений. Это происходит на интуитивном уровне. Наши решения исходят из оценки всей совокупности качеств и характеристик человека.

Религия помогает человеку жить в этом сложном многообразном мире. Она некий оплот для человека, необходимый для душевного равновесия, т. к. нарушение равновесия приводит к психологической нестабильности.

Список литературы:

1. Корчагин Ю.А. Религии – фундамент ментальности и человеческого капитала. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа. –URL: <http://www.lerc.ru/?part=bulletin&art=27&page=12> (дата обращения 23.11.2015)
2. Панькова Н. М. Управление персоналом организации. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – URL: <http://www.lib.tpu.ru/fulltext2/m/2014/m172.pdf> (дата обращения 30.11.2015)
3. С точки зрения психоанализа: религия. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – URL: <http://naked-science.ru/article/psy/s-tochki-zreniya-psikhoanaliza-1> (дата обращения 25.11.2015)

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

Фатюхина Наталья Александровна

*магистрант Московского городского педагогического университета
Институт менеджмента,
РФ, г. Москва*

Скубрий Евгений Вениаминович

*научный руководитель, д-р экон. наук, проф.
Московского городского педагогического университета,
РФ, г. Москва*

В современных рыночных условиях сфера образования является одним из ключевых факторов экономического роста экономики, уровень развития которой прямо пропорционально влияет на социально-экономические условия жизни населения как региона, так и страны в целом. Образование необходимо рассматривать как доминирующий фактор поступательного развития экономики, а также как обеспечение конкурентоспособности страны на мировом уровне.

Условия рыночного функционирования всей системы образования повышают практический интерес к более глубокому исследованию основных проблем конкурентоспособности учреждений образования и качество предоставления образовательной услуги в условиях жесткой конкурентной борьбы. Неблагоприятные демографические процессы в России данную проблематику сильно актуализируют. Диверсификация номенклатуры и ассортимента образовательных услуг, стремление образовательных учреждений оказывать свои услуги на более качественном уровне, постоянная работа над повышением их доступности, являются лишь некоторыми направлениями конкурентной борьбы образовательных учреждений за привлечение учащихся [4, с. 84].

Динамичное развитие внешней среды образовательного учреждения диктует необходимость постоянного мониторинга и контроля рыночной ситуации и внесения корректив в образовательную деятельность. Формирование единого образовательного пространства заставляет своих участников применять

современные методы управления, которые содействуют повышению их конкурентоспособности и качества образовательной услуги. Осмысление человека, его компетенций, интерактивности в разработке и принятии решений как результат наивысшей социальной ценности является характерным атрибутом современной национальной экономики. Следовательно, усиление конкурентоспособности и повышение качества образовательной услуги станет тем императивом, который инициирует качественно новый этап в развитии факторного рынка в сфере образования. Вышеперечисленные обстоятельства требуют достаточно глубокого анализа и исследования факторов повышения конкурентоспособности и качества образовательных услуг субъектов системы образования.

Становление и развитие рынка образовательных услуг характеризуется наличием связывающей компоненты между многообразными видами деятельности, в качестве которой выступает система образования. Вместе с тем, отдельное внимание акцентируется на способности конкурировать на мировом рынке как научно-исследовательской деятельности, так и самой национальной экономики в целом. В итоге, уровень образования России характеризует ее благосостояние, а способность общества достаточно быстро адаптироваться к инновационным технологиям, принимать качественные решения, оказывает ключевое влияние на НТП страны, экономическую безопасность и стабильность.

Развитие системы образования способствовало становлению сферы образовательных услуг, состоящей из целого ряда институтов, взаимозависимых и взаимосвязанных между собой социально-экономическими отношениями в результате получения образовательного продукта. В рыночных условиях развитие отечественной экономики вызвало особый интерес ведущих специалистов в области экономики и управления в сфере образования, направленных на обучение работников образования. При этом следует отметить, что все интерпретации категории «образовательная услуга» не дают четкого понимания ее сущности и содержания в современных экономических условиях.

Образовательные услуги с позиции экономических отношений рассматривают как некое общественное благо. Учитывая, что на рынке товаров и услуг широкого потребления существуют блага разных форм собственности, образовательные услуги следует относить к смешанным формам собственности. При этом услугу в сфере образования необходимо рассматривать как некое частное благо, так как с его помощью индивиду обеспечивается возможность самореализации, достижения делового успеха и предоставления дополнительной социальной защиты от негативных колебаний рыночной конъюнктуры.

Таким образом, образовательная услуга – это такое благо, которое предоставляет возможность приобретения актуальных знаний путем исследования определенных областей науки и обладает соответствующими специфическими свойствами: 1) неотделимостью самой образовательной услуги от производителя; 2) непостоянством качества услуги сферы образования; 3) невозможностью осязать услугу до момента ее приобретения; 4) невозможностью сохранения образовательной услуги в отличие от товара; 5) периодичностью предоставления отдельных видов образовательных услуг [2, с. 32].

Образовательные услуги выполняют социально-экономическую функцию, пользу от них получает не только сам потребитель данной услуги, но и общество в целом, что выражается в его социально-экономической стабильности, формировании человеческого капитала, значимость которых определяется объемом приобретенных знаний и умением их применять для получения социально-экономических результатов. Образовательную услугу необходимо рассматривать в трех аспектах:

- с точки зрения отдельного индивида, образовательная услуга – это последовательность действий по передаче потребителю компетенций общекультурного и профессионального характера с целью удовлетворения его потребностей в получении профессии, самоактуализации и саморазвитии,

осуществляемая во взаимозависимости с покупателем по соответствующей форме и образовательной программе;

- с точки зрения рынка труда, в лице работодателя, образовательная услуга – это деятельность по переподготовке, повышению квалификации персонала, необходимая для обеспечения его интерактивности, работоспособности, поддержания конкурентоспособности в условиях рынка образовательных услуг;

- с точки зрения государства, образовательная услуга – это некое благо, обеспечивающее расширенное воспроизводство личностного и интеллектуального потенциала [6, с. 49].

Конечным продуктом и образования, и образовательной услуги, без сомнения, является совокупность знаний, навыков и умений – все то, что определяется как способность человека к труду, но образование, кроме этого, неразрывно связано с воспитанием гражданина, превращением его в полноценного члена общества. Должна ли быть вложена данная компонента в образовательную услугу? Попытаемся ответить на этот вопрос.

Можно рассматривать образовательную услугу как составную часть образования, с целью увеличения в дальнейшем стоимости товара «рабочая сила» на рынке труда и вовлечения человека в систему производственных отношений. И, действительно, потребитель образовательной услуги платит именно за это, т. е. за совокупность знаний, навыков и умений, приобретение которых в дальнейшем позволит ему получить более выгодное предложение на рынке труда. Воспитание гражданственности, нравственности, высокий уровень которых будет в дальнейшем характеризовать его как субъекта общественных отношений, потребитель не заказывает и не оплачивает. Но воспитательный процесс и содержание образования для двух учащихся, сидящих за одной партой и имеющих равный доступ к школьной инфраструктуре, один из которых является потребителем образовательной услуги, а другой получает образование за счет государства, абсолютно ничем не отличаются.

Таким образом, процесс воспитания совершенно идентичен как для учащегося, получающего образование, так и для учащегося, получающего образовательную услугу. Следовательно, компонента воспитания обязательно присутствует в образовательной услуге, несмотря на то, что в договоре она не зафиксирована и, соответственно, потребителем не оплачена. Более того, процессы воспитания и передачи знаний вообще неразделимы в рамках любой существующей национальной системы образования.

Попробуем сверить суть рассматриваемого вопроса с позиции концепции общественного блага [1, с. 10]. Согласно этой концепции, услуги как экономические блага могут быть классифицированы следующим образом.

1. Общественные услуги в чистом виде. Данные услуги относятся к общественному (государственному) сектору в тех сферах деятельности, где основные атрибуты рынка: прибыль, конкуренция, свободное ценообразование, не срабатывают или по замыслу общества не должны срабатывать. Однако, несмотря на то, что общественные услуги предоставляются населению бесплатно, это не означает, что они являются даровыми благами. Производство их требует соответствующих затрат, которые производятся государством от имени и за счет всех налогоплательщиков.

Чистые общественные услуги как экономические блага характеризуются совокупностью, взаимосвязанностью и взаимодополняемостью следующих трех признаков: 1) совместный характер потребления, неделимость и неизбирательность; 2) невозможность исключения из потребления и возможность потребления благ, не оплачивая их; 3) значительный внешний, в первую очередь социальный, эффект от производства и потребления этих благ [3, с. 8]. Производство и потребление данных услуг обеспечивает удовлетворение общественных потребностей, реализацию интересов общества в целом. Экономически и технически невозможно исключить такие услуги из потребления всего общества и сделать их предметом сугубо индивидуального пользования. Именно доступность таких услуг для всего

общества и предопределяет возможность потребления общественных услуг без прямой оплаты.

2. Частные услуги в чистом виде. Данные услуги, в отличие от чисто общественных, характеризуются следующими двумя альтернативными признаками: 1) индивидуальный характер потребления, делимость и избирательность; 2) исключаемость и конкурентность, отсутствие у кого-либо из частников отношений монополии на данный вид услуг [3, с. 9].

Данные услуги производятся на продажу с целью извлечения прибыли на основе частной собственности и свободной конкуренции. Как известно, в секторе частных услуг основой рыночного конкурентного механизма являются равновесные цены, определяемые законом спроса и предложения на рынке подобных услуг. Данные положения концепции применительно к образовательным услугам как чистым частным услугам показывают возможность их производства только в негосударственном секторе системы образования, и то при условии полной самокупаемости и самофинансирования, т. е. функционирования этого сектора в чисто рыночном режиме. В мировой практике негосударственный сектор образования, работающий в подобном режиме, достаточно сегментарен. В большинстве стран частные учебные заведения, исходя из некоммерческого статуса хозяйствования, имеют возможность получать бюджетные субсидии, разного рода льготы, в том числе и налоговые.

3. Услуги смешанного характера. Чисто общественные и чисто частные общественные блага в реальной действительности представляются как крайние полюсы шкалы экономических благ, между которыми существуют смешанные блага различного рода. В зависимости от тяготения конкретных услуг к тому или иному полюсу преобладают и признаки этих благ. Согласно этой концепции, образовательные услуги, оказываемые частными учебными заведениями, в нашей стране должны тяготеть к частному сектору услуг и характеризоваться в большей степени признаками, присущими данным услугам. В то время как образовательные услуги, оказываемые

государственными учебными заведениями, будут тяготеть к общественному сектору услуг с преимущественным набором признаков, характерных для общественных благ. Их еще называют социально значимыми услугами, следовательно, они в большей степени должны быть ориентированы на интересы общества и общественного производства, отличаться весьма значительными внешним эффектом и ролью в обеспечении социального равенства и доступности этих услуг для всех членов общества.

Как известно, существуют пять основных признаков совершенного конкурентного рынка:

- 1) свободный вход и выход участников рынка;
- 2) цена, назначаемая на товар отдельным участником рынка, оказывает незначительное влияние на общую рыночную цену;
- 3) полная свобода перемещения материальных, финансовых и людских ресурсов;
- 4) признание права каждого участника рынка на полную информированность о спросе и предложении, о ценах, прибыли и т. д.;
- 5) исключение каких-либо привилегий для каких-либо групп участников рынка.

Совершенно очевидно, что ни один из национальных рынков образовательных услуг не отвечает всем пяти признакам. Более того, большинство признаков в силу характера «смешанного блага» и специфики самого товара «образовательные услуги» не применимы и не должны, по нашему мнению, применяться к рынку бесплатных образовательных услуг. Так, российскому рынку бесплатных образовательных услуг присущи только второй и четвертый признаки.

Во всех странах любой рынок образовательных услуг является регулируемым. Государство использует различные методы воздействия на рынок: от прямого административного вмешательства и финансовых рычагов до косвенного регулирования через налоги, льготы, государственные

заказы. Причем степень влияния государства на данный рынок в разных странах различна, но в целом очень высока.

Различают национальный (внутренний) и международный (внешний) рынки образовательных услуг. На внутреннем рынке участвуют производители и потребители одной страны, на внешнем – разных стран. Таким образом, международный рынок образовательных услуг – это сфера формирования спроса и предложения на образовательные услуги между производителями и потребителями разных стран.

В соответствии с основными формами международной торговли, принятыми ВТО, можно выделить четыре формы международной торговли образовательными услугами:

- перемещение потребителя услуги в страну их производителя (получение образования за рубежом);
- коммерческое присутствие производителя услуги на территории страны – потребителя услуги (получение образования в своей стране в филиале, представительстве и т.п. зарубежного образовательного учреждения);
- поставка услуг через границу (в данном случае границу пересекает сама услуга, а не ее поставщики или потребители, например, образовательная услуга, передаваемая через все возможные средства связи);
- временное перемещение за границу физического лица – поставщика услуги (обмен учеными, специалистами, преподавателями).

Итак, конкурентоспособность услуги в сфере образования представляет собой совокупность качественных и количественных референций предлагаемого блага и его производителя, обладающих преимуществами на факторном рынке и удовлетворяющих запросы потребителей в образовательной услуге. Конкурентоспособность учреждения в сфере образования, совокупность референций, определяющих его позицию как в образовательной, так и в социокультурной среде, определяется такими параметрами, как качество, цена образовательных услуг, PR-кампания, а также эксплуатационные затраты.

Ключевой целью деятельности образовательных учреждений в области системы менеджмента качества является непрерывное повышение конкурентоспособности образовательной услуги, реализация НТП, определяемого уровнем общекультурных и профессиональных компетенций преподавательского состава и учащихся, создание и укрепление гражданственности и высоких нравственных идеалов. Таким образом, создание неценовых факторов конкурентных преимуществ образовательных услуг тесно связано с социально-экономическими показателями развития конкретного региона.

В интересах социально-экономического функционирования региона значение устойчивого и поступательного его развития определяется необходимостью модернизации системы образования. Совершенствование образовательных услуг базируется на перспективных потребностях социально-экономической сферы региона. Данная задача реализуется путем разработки и внедрения системы мониторинга образовательной сферы в регионе, проявляющегося в регулировании и координации действий всех участников производства, распределения, обмена и потребления услуг сферы образования, ориентированных на повышение конкурентоспособности учреждений в сфере образования, качества самих образовательных услуг и способствующих трудоустройству квалифицированных кадров.

Внедрение системы мониторинга образовательных услуг позволяет реализовать следующие задачи: 1) разработать и внедрить систему критериев и показателей эффективности образовательных учреждений; 2) проводить мониторинг и оценку состояния системы образования; 3) анализировать выполнение задач перспективного развития сферы образования; 4) вносить коррективы в стратегические программы и мероприятия перспективного развития сферы образовательных услуг на основе полученных результатов предыдущих задач [5, с. 70].

В целях повышения конкурентоспособности и качества образовательных услуг в регионе целесообразно, на наш взгляд, реализовать комплекс мероприятий: 1) создание наиболее оптимальных условий для работы

высококвалифицированных специалистов; 2) обеспечение устойчивого развития образовательного учреждения в долгосрочной перспективе; 3) использование инновационных технологий в процессе реализации образовательных программ, научной и учебно-воспитательной деятельности; 4) применение системы непрерывного повышения качества и эффективности образования и информатизации; 5) улучшение производственной инфраструктуры, отвечающей современным требованиям.

Список литературы:

1. Ахинов А.Г. Экономика общественного сектора / А.Г. Ахинов, Е.Н. Жильцов. – М.: Инфра-М, 2008. – 345 с.
2. Губарев В.В. Системное представление о качестве образования / В.В. Губарев // Стандарты и качество. – 2009. - № 1. – С. 30–35.
3. Ишина И.В. Бюджетное финансирование образования: Назначение, состояние, проблемы / И.В. Ишина. – М., 2001. – 80 с.
4. Лукина А.В. Создание конкурентного преимущества на основе дифференциации / А.В. Лукин, А.А. Лукин // Маркетинг в России и за рубежом. – 2012. - № 3. – С. 82–88.
5. Мохначев С.А. Современные тенденции развития управления конкурентоспособностью вуза / С.А. Мохначев // Маркетинг в России и за рубежом. – 2011. – № 1. – С. 67–71.
6. Стрижов А.М. Понятие качества образовательной услуги в условиях рыночных отношений / А.М. Стрижов // Стандарты и мониторинг в образовании. – 2013. – № 3. – С. 47–50.

СЕКЦИЯ 5. РЕГИОНОВЕДЕНИЕ

АРКТИКА И ДАЛЬНИЙ ВОСТОК В МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Дробышева Татьяна Владимировна
магистрант Санкт-Петербургского государственного университета,
РФ, г. Санкт-Петербург

Ширяев Борис Анатольевич
научный руководитель, д-р ист. наук, проф.
Санкт-Петербургского государственного университета,
РФ, г. Санкт-Петербург

На сегодняшний день в мировой политике и на уровне экспертов общепризнанным является факт существования трех сильнейших игроков на международной арене. Ими являются Россия, США и Китай. Некоторые исследователи добавляют к данному списку ЕС, однако, по нашему мнению, на данном этапе развития международных отношений уже нельзя говорить о том, что ЕС играет какую-либо действительно значимую роль. Это связано со многими факторами, в числе которых заикленность Европейского Союза на своих внутренних проблемах (в частности текущая проблема с беженцами из региона Ближнего Востока) и высокая степень зависимости от США в ряде вопросов.

Именно в силу сложившейся ситуации, России необходимо отстаивать свои национальные интересы, а их основу составляют интересы, прежде всего, в социально-экономической сфере. Экономическая стратегия Российской Федерации сегодня состоит из ряда различных направлений, однако, по мнению экспертов в сфере экономики, их можно объединить в три основных сферы:

- долгосрочный устойчивый экономический рост, опережающий средние мировые и европейские темпы роста валового внутреннего продукта, что

определяется необходимостью укрепления геополитического положения России в мире;

- повышение конкурентоспособности экономики страны и сохранение ее положения в мире как одного из источников богатейших запасов и добычи минерально-сырьевых ресурсов при ускоренном переходе хозяйственного комплекса на инновационный путь развития;
- рост благосостояния и качества жизни граждан, создание благоприятных экологических условий [5].

Неслучайно взгляды исследователей и политиков сегодня обращены на Дальний Восток и Арктику. Эти регионы являются той областью земного шара, где соприкасаются интересы наиболее сильных акторов международной арены – России, США и Китая. Данный факт вызван, в первую очередь, географическим расположением регионов – оба находятся практически в центре треугольников, в которых вершинами являются политические центры всех трех держав. Также среди причин можно выделить то, что регионы обладают значительным количеством природных ресурсов, и, конечно, их геополитическую значимость.

Сегодня можно сказать, что большая часть Азиатско-Тихоокеанского региона находится под влиянием Китая, а в Арктике сильно влияние США и Канады, что связано не только с географической близостью регионов к данным странам, но также со стремительными темпами развития Китайской Народной Республики и высоким уровнем развития стран Северной Америки. Несомненно, вопрос столкновения интересов таких крупных акторов, чьи цели являются далеко идущими, и ориентиром для которых выступает стремление к мировому господству, является комплексным и сложным.

Стратегия развития Арктической зоны Российской Федерации и обеспечения национальной безопасности на период до 2020 года [6], является основополагающим документом, на которой строится современная политика нашей страны в Арктике. Согласно данному документу, приоритетами в развитии Арктической зоны Российской Федерации являются комплексное

социально-экономическое развитие Арктики, развитие науки и технологий, создание современной информационно-телекоммуникационной инфраструктуры, обеспечение экологической безопасности, международное сотрудничество в Арктике, обеспечение военной безопасности, защиты и охраны государственной границы Российской Федерации в данном регионе.

Согласно «Основам государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года», в 2014 году в Российской Федерации проживают 33,22 миллиона граждан в возрасте от 14 до 30 лет. И задача государства сегодня состоит в «улучшении социально-экономического положения молодежи Российской Федерации и увеличение степени ее вовлеченности в социально-экономическую жизнь страны» [4].

В последние несколько лет Россия начала уделять значительное внимание развитию Дальнего Востока и Арктики, отводя особое место молодежной политике, к чему можно отнести, в том числе, проведение ряда молодежных образовательных форумов, посвященных рассмотрению проблем данных регионов. Таким образом, реализуются сразу два важнейших направления российской политики: работа с молодежью и развитие отстающих регионов. В 2015 году Федеральным агентством по делам молодежи были проведены Всероссийский молодежный образовательный форум «Итуруп» и Международный молодежный форум «Экспедиция Арктика», а также ряд других региональных мероприятий.

По результатам работы форума «Экспедиция Арктика» десять наиболее активных участников мероприятия получили право участия в экспедиции Арктического плавучего университета САФУ им М.В. Ломоносова, а также была подписана Резолюция по созданию рабочей группы по организации Молодежного Арктического совета, целью работы которого является активное приобщение молодежи к решению проблем Арктической зоны [2]. Что касается итогов форума «Итуруп», который прошел на одноименном острове Курильской гряды, то одним из важнейших результатов явилась выработка участниками «Меморандума о создании рабочих групп студентов в ВУЗах

России по изучению Востока России», нацеленного на «разработку мероприятий для повышения уровня интегрирования молодежи России на Восток России для формирования основы интеллектуального потенциала бренда территории Восток России» [3].

Тот факт, что в проекте бюджета Российской Федерации на 2016 год финансирование Федерального агентства по делам молодежи было увеличено в два раза по сравнению с первоначально планируемой цифрой, только подтверждает высокий приоритет работы с молодежью во внутренней политике государства. Федеральное молодежное агентство «Росмолодежь» может получить в 2016 году финансовую поддержку в размере 1,3 млрд. рублей, из которых 680 млн. рублей будет выделено на молодежные съезды и форумы [7], в том числе на Всероссийский молодежный образовательный форум «Арктика», который пройдет с 29 февраля по 6 марта 2016 года на Кольском полуострове [1], а также на Всероссийский молодежный образовательный форум «Итуруп», который во второй раз будет проведен летом 2016 года.

Путей решения проблем Дальнего Востока и Арктики много и, по нашему мнению, их необходимо применять в комплексе для того чтобы добиться максимально положительного результата. Прежде всего, необходимо обратить внимание на демографическую проблему и проблему инфраструктуры. Если для решения второй нужны значительные финансовые вливания, то для решения демографической проблемы, на первом этапе достаточно реализовать ряд инициатив. И здесь очень важна связь с молодежной политикой: в числе таких инициатив, например, может быть названо трудоустройство молодых специалистов по опыту системы распределений, существовавшей в СССР, однако немного видоизмененной, основанной на добровольных, а не принудительных началах, и организовав кампанию по выдаче земель на льготной основе для молодых специалистов. На данном этапе в Российской Федерации поэтапно реализуется план развития Дальнего Востока и Арктической зоны, а также принятая стратегия работы с молодежью.

Согласно вышерассмотренным фактам, государством было принято решение по перекрестному развитию этих сфер, делая упор на эффективность в работе.

Список литературы:

1. Всероссийский молодежный образовательный форум «Арктика» – Официальная страница Всероссийского молодежного образовательного форума «Арктика» – [Электронный ресурс] – 2015. 7 декабря – Режим доступа: свободный – URL: <https://vk.com/forumarctic> (Дата обращения: 07.12.2015).
2. Международный молодежный форум «Экспедиция Арктика» – Федеральное агентство по делам молодежи: офиц. интернет-сайт – [Электронный ресурс] – 2015 – Режим доступа: свободный – URL: <http://fadm.gov.ru/forums/arctic.php> (Дата обращения: 07.12.2015).
3. Меморандум о создании рабочих групп студентов в ВУЗах России по изучению Востока России – Официальная страница Всероссийского молодежного образовательного форума «Итуруп» – [Электронный ресурс]. – 2015. 18 августа – Режим доступа: свободный – URL: https://vk.com/doc-95856422_421250827?dl=ef69e8f52063375b1b (Дата обращения: 07.12.2015).
4. Основы государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года – Правительство России: офиц. интернет-сайт – [Электронный ресурс] – 2014. 29 ноября – Режим доступа: свободный – URL: <http://government.ru/media/files/ceFXleNUqOU.pdf>. (Дата обращения: 07.12.2015).
5. Павленко В.И. Арктическая зона Российской Федерации в системе обеспечения национальных интересов страны // Арктика: экология и экономика № 4 (12). 2013 / Институт проблем безопасного развития атомной энергетики Российской академии наук: офиц. интернет-сайт – [Электронный ресурс] – Режим доступа: свободный – URL: [http://www.ibrae.ac.ru/docs/4\(12\)/016_025_ARКТИКА_4\(12\)_12_2013.pdf](http://www.ibrae.ac.ru/docs/4(12)/016_025_ARКТИКА_4(12)_12_2013.pdf) (Дата обращения: 07.12.2015).
6. Стратегия развития Арктической зоны Российской Федерации и обеспечения национальной безопасности на период до 2020 года – Правительство России: офиц. интернет-сайт – [Электронный ресурс] – 2013. 20 февраля – Режим доступа: свободный – URL: <http://government.ru/news/432> (Дата обращения: 07.12.2015).
7. Финансирование Росмолодежи в 2016 году увеличат вдвое – Комсомольская правда: офиц. интернет-сайт – [Электронный ресурс] – 2015. 2 декабря – Режим доступа: свободный – URL: <http://www.kp.ru/online/news/2238697> (Дата обращения: 07.12.2015).

ОЦЕНКА РЕГИОНАЛЬНОЙ СТРУКТУРЫ НАСЕЛЕНИЯ НА ПРИМЕРЕ УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ И ЕЕ ВЗАИМОСВЯЗЬ С ЭКОНОМИЧЕСКИМ РАЗВИТИЕМ РЕГИОНА

Казакова Елена Петровна

*студент Ульяновского Государственного Университета,
РФ, г. Ульяновск*

Погодина Елена Александровна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доц.
Ульяновского Государственного Университета,
РФ, г. Ульяновск*

Как известно, одним из направлений демографической политики является оценка структуры населения того или иного региона, либо страны в целом. Исследование структуры населения и ее анализ носят достаточно актуальный характер и на сегодняшний день. В первую очередь, это необходимо для осознания тех или иных процессов, которые происходят сегодня среди населения. Во-вторых, исходя из полученных результатов, органы власти могут корректировать направленность проводимых действий в той связи, которая приведет к желаемым результатам. Важно обратить внимание именно на региональные показатели, так как интересным представляется изучение аспектов, которые имеют место в небольших регионах, каких в нашей стране большое количество, одним из таких регионов и является Ульяновская область с общей численностью населения на 2015 год в количестве 1 262 624 чел.

Итак, структура населения включает в себя такие основные показатели, как:

- численность женского и мужского населения;
- численность городского и сельского населения;
- численность населения по отношению к трудовой деятельности: молодежь трудоспособного, трудоспособное, старше трудоспособного.

Все вышеперечисленные показатели имеют основополагающее значение для каждого региона и для всей страны в целом. От того или иного показателя будет зависеть не просто демографическая статистика, но и некоторые

экономические показатели, поэтому анализ показателей структуры населения в Ульяновской области в динамике носит актуальный характер.

Для более наглядного изучения проблемы, следует обратить внимание на таблицу.

Таблица 1.

**Показатели структуры населения Ульяновской области за 2012–2014 г.
(тыс. чел.) [1]**

	2012 тыс. чел.	2013 тыс. чел.	2014 тыс. чел.
Мужчины	587.3	584.1	581.5
Женщины	694.8	690.4	686.1
Моложе трудоспособного	186.6	188.9	192.5
Трудоспособное	777.5	761.0	744.0
Старше трудоспособного	318.0	324.5	331.1
Городское нас.	946,3	943,6	940,9
Сельское нас.	335,8	330,9	326,7

Таким образом, выше представлена динамика структуры населения Ульяновской области за последние три года. Однозначно можно сказать, что численность женского населения в течение трех лет преобладает над численностью мужского населения. Однако можно заметить, что численность обоих полов ежегодно сокращается, что говорит о сокращении численности населения области в целом. Такое преобладание женского населения над мужским характерно и в целом для Российской Федерации. Основные причины такой ситуации следующие:

- средняя продолжительность жизни мужчин ниже, чем продолжительность жизни женщин;
- среди мужчин распространен более высокий уровень смертности в юношеском и в зрелом возрасте;
- мужчины чаще, чем женщины заняты в тяжелой, а также опасной трудовой деятельности, вследствие чего состояние здоровья мужчин ухудшается быстрее, в этой связи растет и сокращение мужского населения;

- мужская часть населения более подвержена таким проблемам, как алкоголизм, наркомания, курение, что также является причинами сокращения численности мужского населения.

Таким образом, половая структура Ульяновской области представлена в большей части женщинами, в меньшей – мужчинами. Такая ситуация характера для большинства регионов нашей страны и Российской Федерации в целом. Для стабилизации ситуации необходимо уделять большее внимания борьбе с вредными привычками, как среди мужчин, так и среди женщин, злоупотребление которыми ведет к сокращению численности населения. В числе таких мер может быть предусмотрено значительный рост цен на алкогольную и табачную продукцию, введение более жестких наказаний за распространение и употребление наркотических средств, усиление средств и методов контроля над распространением наркотических средств. Кроме того, необходимо улучшать качество лечения в специализированных клиниках, где людям помогают избавиться от страшных зависимостей. Необходимо именно информационная пропаганда таких лечебных учреждений, активная реклама того, что такие организации создаются для помощи людям, и нет ничего постыдного в обращении в такие учреждения. Государство предусматривает более ранний срок выхода на пенсию для людей, чья работа связана с повышенной опасностью, трудом, вредным воздействием. Но, кроме того, необходимо акцентировать внимание и на достойных условиях труда. Вполне вероятно, что для облегчения каких-либо тяжелых физических действий на заводе, возможно приобрести оборудование и автоматизировать сложный процесс. Что касается безопасности труда, то все работники должны проходить инструктаж по технике безопасности не просто с целью показательного ознакомления, а с целью сохранения своего здоровья и своей жизни.

Далее как раз следует уделить внимание структуре населения по ее отношению к трудовой деятельности в динамике. Самую многочисленную группу в течение исследуемого периода занимают люди, относящиеся к категории «трудоспособное население». Но за три года

численность такого населения сократилась на 33.5 тыс. человек. Такой показатель демонстрирует отрицательную тенденцию и свидетельствует о снижении трудовой активности населения в целом. Сокращение численности трудоспособного населения ставит под сомнение перспективы активного повышения производительности труда. А по данным Министерства экономического развития к 2020 году численность трудоспособного населения сократится на 8–9 % в целом по стране. Таким образом, помимо демографической проблемы, здесь явно прослеживается проблема экономическая: если в Ульяновской области продолжится сокращение населения трудоспособного возраста, то вполне вероятно, что для увеличения производительности труда нужно будет изыскивать дополнительные ресурсы. Привлечение мигрантов для роста производительности труда в Ульяновскую область представляется маловероятным, так как статистика говорит о значительном оттоке из региона, как по причине образовательной, так и по причине трудовой миграции. Численность двух других категорий, наоборот, ежегодно увеличивается. Так численность категории «моложе трудоспособного» за анализируемый период увеличилась на 5,9 тыс. чел. Численность последней категории возросла на 13.1 тыс. чел. Это говорит о старении населения в целом. В этой связи, последнее время во властных структурах говорят о повышении пенсионного возраста. Считается необходимым продлевать активное долголетие население, а повышение пенсионного возраста – одна из мер достижения результатов поставленной задачи. Однако, можно предположить, что некоторая часть населения вообще не сможет дожить до наступления пенсионного возраста, учитывая вышеперечисленные причины, относящиеся к сложности в трудовой деятельности. На данный момент, является невозможным оценить, какие плоды принесёт такое значительное новшество, так как подобные изменения носят долгосрочный характер, и говорить об их результативности можно лишь спустя годы. Итак, увеличение численности населения категории «старше трудоспособного» может привести к нарушению сбалансированности

пенсионной системы, повысит потребность в более активном развитии социальной помощи престарелым, как в регионах, так и во всей стране, породит и другие проблемы, связанные со старением населения, увеличит демографическую нагрузку на трудоспособных, численность которых сокращается ежегодно. Увеличение численности населения в старших возрастах повлечет за собой рост количества умерших, что негативно отразится в целом на демографической статистике Ульяновской области. Так же, как и по предыдущему показателю, ситуация в Ульяновской области с численностью населения по отношению к трудовой деятельности является аналогичной для ситуации в целом по Российской Федерации.

Что касается оценки структуры населения по численности городского и сельского населения, то здесь заметно значительное преобладание городского населения по понятным причинам:

- в сельской местности отсутствуют высшие учебные заведения;
- в селе остро стоит проблема с трудоустройством;
- отсутствует необходимая инфраструктура для саморазвития и самореализации вдали от городской местности.

Нельзя утверждать, что сокращение численности сельского населения сказывается отрицательно на регионе. Но всё же главный минус такой тенденции может скрываться в снижении сельскохозяйственного производства. В большинстве сёл давно расформированы колхозы, прекращен развод скота, отсутствует необходимая техника для земледельческих работ. Нужно иметь виду, что наверняка есть категория граждан, которые были бы не против жить в сельской местности, однако они вынуждены искать работу в близлежащих районных центрах, что создает неудобство в плане транспортировки и распределении собственного времени. Для решения данной проблемы необходимо уделять большое внимание развитию сельской местности: на сегодняшний день уже существуют разнообразные льготы для медицинских работников, а также для педагогов, которые работают не в городе. Но вполне возможно, что таких мер недостаточно. Для комфортной жизни в сельской

местности необходимо возрождение фермерских хозяйств, колхозов, а также создание инфраструктуры, которая способствовала бы развитию и умственному, и физическому, и культурному. Кроме того, это породило бы создание новых рабочих мест. Таким образом, снова заметна взаимосвязь между демографическим показателем и экономической его составляющей. Преобладание городского населения характерно для всех Федеральных Округов, за исключением Северо-Кавказского.

Итак, были рассмотрены основные показатели структуры населения на примере Ульяновской области, были определены основные тенденции и рассмотрены возможные пути улучшения ситуации. Помимо возлагаемых надежд на действия органов власти, необходимо каждому задумываться о своем будущем, о своем развитии, о собственном вкладе в региональные особенности и показатели. Лишь при постоянном взаимодействии и активном диалоге между властными структурами Ульяновской области и обществом будут достигнуты положительные результаты, которая отразится не только на демографической статистике, но и на экономическом развитии региона.

Список литературы:

1. Российский статистический ежегодник 2014 г.

СЕКЦИЯ 6. РЕКЛАМА И PR

РЕЧЕВОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ В РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТАХ

Гартунг Стелла Рудольфовна
магистрант МГЛУ ЕАЛИ направления Лингвистика,
РФ, г. Иркутск

Колпакиди Дмитрий Викторович
научный руководитель, канд. экон. наук, МГЛУ ЕАЛИ,
РФ, г. Иркутск

Реклама является одним из действенных способов привлечения покупателя, именно это порождает повышенный интерес к ней. Реклама создаётся и совершенствуется на протяжении довольно длительного периода времени. Совершенствуются и создаются и новые подходы в ней, появляясь с невероятной скоростью, чтобы заинтересовать как можно больше потребителей. В связи с этим явлению рекламы и её эффективному воздействию посвящено большое количество научных работ в области экономики, менеджмента, психологии. Однако гораздо меньшее внимание уделяется лексической составляющей рекламных текстов, которая и является основой речевого воздействия, а значит, представляет собой один из главных механизмов влияния на покупателя.

Для начала следует определить значение термина «воздействие». В словаре находим следующее толкование: «действие, направленное на какой-нибудь объект и производящее в нём те или иные изменения» [2]. Опираясь на данное определение, можно сделать вывод, что речевое воздействие представляет собой действие некоего субъекта, направленное на объект с целью произвести какие-либо внешние или внутренние изменения в нём, при этом это действие, облачённое в словесную форму. В широком смысле речевое воздействие является осознанным влиянием на поведение индивида или группы посредством коммуникации, взаимодействия и всех связанных с ними речевых

средств. Всякое речевое поведение целенаправленно [4]. Однако следует учитывать, что речь – это не просто поток информации, интересующей говорящего и слушающего, а также жесты, мимика и позы. При письменной коммуникации присутствуют также средства графического оформления текста, направленные на привлечение дополнительного внимания.

В узком смысле под речевым воздействием понимается использование особенностей устройства и функционирования всех речевых средств упомянутых выше, но прежде всего языка, с целью построения таких сообщений, которые будут обладать повышенной способностью воздействия на сознание и поведение адресата.

В рекламе, или другими словами, в оповещении, привлечении потребителей, а также создания широкой известности различными способами, в наши дни широко используется речевое воздействие [4]. В большинстве своём она проявляется в слоганах, так как слоган является «визитной карточкой» любой марки или бренда. В них непременно утверждается мысль о том, что человек не может обойтись без какого-либо продукта. Выбор определённых лексических единиц в них определяется в первую очередь видом продукта и общепринятыми непременно положительными характеристиками, которые потенциальный покупатель ожидает в них увидеть [5]. Кроме слов с определённым значением слоганы часто пестрят словоформами, имитирующими какими-либо звуками, связанными с рекламируемым продуктом.

В самих рекламных текстах помимо использования приведённых выше приёмов используется также особое построение предложений. Часты, например, личные или наоборот безличные предложения. Личные предложения помогают сделать контакт с покупателем ближе и теснее. Не менее важную роль в рекламных текстах играют лексические единицы. Как уже было указано раньше, их выбор должен чётко соответствовать виду рекламируемого продукта. Простота слов, иными словами их вовлечённость в разговорную речь и краткость относительно количества слогов напрямую влияет

на запоминаемость рекламного текста, а значит оказывает большее воздействие на покупателя.

Стоит сказать, что это далеко не все средства, активно используемые специалистами по рекламе. Огромное внимание уделяется средствам создания образности, которые способны превратить обычное сообщение с налётом агитации в наиболее эффективный и запоминающийся рекламный текст или слоган благодаря своей оригинальности [1]. Одними из таких часто употребляемых стилистических средств образности принято считать анафору и эпифору. Это обусловлено тем, что повторение одной и той же части фразы упрощает последнюю и без сомнения является более эффективным для запоминания. Другими средствами повышения оригинальности считаются такие стилистические приёмы, как антиципация, антитеза, оксюморон, а иногда и каламбур. Все они помогают придать совмещение логически несовместимых, а иногда и противоположных понятий в одном речевом такте. Гипербола и литота также используются, однако всё реже и реже.

Помимо использования тропов одним из способов речевого воздействия, в рекламе активно задействовано языковое манипулирование. Языковым манипулированием принято считать такой вид речевого воздействия, целью которого является неявное внесение в психику адресата чуждых ему ценностей, желаний и целей, с использованием при этом психолингвистических механизмов, которые приводят адресата к некритическому восприятию речевого сообщения [2]. Встречаясь с языковым манипулированием, мы сталкиваемся не с объективным описанием действительности, а с вариантами субъективной её интерпретации.

Существует три основных направления языкового манипулирования, которые используются в рекламе:

- эмоции;
- социальные установки;
- картина мира [3].

Важным аспектом для рекламы является воздействие именно на эмоциональную сферу. Так, например:

- общая эмоциональная реакция на рекламу товара или услуги автоматически переносится непосредственно на услугу или товар, оказывая преобладающее влияние в выборе потребителя;
- эмоциональная память считается одним из наиболее устойчивых видов памяти человека;
- поскольку эмоции сильнее и непосредственнее любых логических рассуждений, смоделировать их намного легче.

Выделяются положительные и отрицательные эмоции, однако в рекламе важно обращать внимание потребителя именно к положительным эмоциям для того, чтобы в дальнейшем связать их с товаром. Это объясняет почему реклама пестрит различными экспрессивными высказываниями положительного характера.

Следующим видом манипуляций являются социальные установки. Для каждого человека безусловно важными являются отношения типа «я – общество – я в обществе». Основываясь на этом, реклама зачастую манипулирует различными социальными установками человека. Среди них самооценка, самоутверждение, общественное мнение и многие другие. Основными являются следующие установки:

- стремление к лидерству или успеху;
- лидирующее место в социальной иерархии;
- непосредственная причастность к «эталонным» городам, странам и их жителям.

Нередко в рекламных текстах используются образы профессионалов в той или иной области, определённых научных или социальных институтов. Помимо этого активно привлекаются к участию в рекламе известные личности или «звёзды».

Другим часто задействованным направлением языкового манипулирования в рекламе является картина мира. Так как каждый человек имеет собственные представления о мире и его законах, то все его знания, навыки, эмоции и ощущения, а также накопленный опыт постепенно складываются в единую

картину действительности, которая совпадает с общепринятой на своей объективной основе. Однако она может отличаться личностными субъективными оценками. Именно поэтому в рекламных текстах форсируется не объективная картина мира, а лишь её интерпретация. Произведённая таким образом разница в восприятии и позволяет специалистам в области рекламы создавать собственные, иные вариации мира и впоследствии выдавать их за реальные.

В рамках картины мира реклама использует три основных направления:

- образ действительности;
- система ценностей;
- стереотипные рецепты действительности.

Это и с высказывания в виде мудрых изречений, афоризмов, безапелляционных заявлений, так или иначе притягивающих восприятие мира к рекламируемому продукту, и использование множества ценностных установок, где реклама обращается или к общественно-идеальным ценностям, или к индивидуально-материальным, что одинаково эффективно. Также к этой категории относятся разные «волшебные рецепты», обещающие избавить от проблем, а на самом деле диктующие свои решения и действия.

Реклама, являясь давней сферой человеческой жизни, всегда стремилась популяризировать продукт и сделать его не только продаваемым, но и запоминающимся, оригинальным. В наши дни для этих целей активно используются технологии речевого воздействия и, как одно из его направлений, языковое манипулирование.

Список литературы:

1. Киселева Л.А. Вопросы теории речевого воздействия / Л.А. Киселева. – Л.: Из-во ЛГУ, 1978. – 160 с.
2. ЛЭС – Ярцева В.Н. Лингвистический энциклопедический словарь – М.: Сов. энциклопедия, 1990. – 688 с.
3. Литунов С.Н. – [Электронный ресурс] / С.Н. Литунов – 2007 – Режим доступа: http://www.elitarium.ru/rechevoe_vozdejstvie_i_jazykovoe_manipulirovanie_v_reklame/.
4. Лопатин В.В. Русский толковый словарь / В.В. Лопатин, Л.Е. Лопатина. – 5-е изд., стереотип. – М.: Рус. яз., 1998.
5. Тарасов Е.Ф. Оптимизация речевого воздействия / Е.Ф. Тарасов, Н.А. Безменова – М.: Наука, 1990. – 240 с.

СЕКЦИЯ 7. ЭКОНОМИКА

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ДАТЧИКОВ ДВИЖЕНИЯ И ОСВЕЩЕННОСТИ КАК СПОСОБ ЭНЕРГОСБЕРЕЖЕНИЯ В ЖИЛОМ ДОМЕ

Крошкин Валерий Андреевич

*студент 4 курса филиала горного университета
«Хибинский технический колледж»,
РФ, Мурманская обл. г. Кировск*

Анисимова Татьяна Робертовна

*научный руководитель, преподаватель филиала горного университета
«Хибинский технический колледж»,
РФ, Мурманская обл. г. Кировск*

В современных условиях необходимым условием развития экономики стало обеспечение достаточным количеством энергии и топлива. В современных непростых геополитических событиях проблема ограниченных запасов природных топливно-энергетических ресурсов вызвала необходимость разработки разносторонних программ по их сбережению. Энергосбережение, как самый эффективный способ развития энергетики страны, выходит на первый план и становится задачей государственного уровня [9; 10].

Энергосберегающие технологии в настоящее время являются одним из ключевых направлений развития энергетической политики России, причем во всех отраслях народного хозяйства – от гигантских промышленных предприятий до сферы ЖКХ [8].

Актуальность выбранной темы обусловлена тем, что с каждым годом стоимость коммунальных услуг неуклонно растет, что, естественно, сказывается на бюджете каждой семьи. Не так давно в счетах за услуги ЖКХ появилась еще одна статья – общедомовые расходы, куда входят и расходы на освещение лестничных маршей, чердачных помещений, тамбурных помещений. И если в своей квартире мы сами контролируем освещение и тщательно следим за экономией электроэнергии, то в местах общего

пользования, по укоренившемуся с советских времен отношению к общей собственности, контролировать освещение и электроэнергию мы не считаем нужным. Часто мы видим, как на лестничных маршах свет горит круглосуточно, даже в солнечный день. А ведь эти помещения используются незначительное время в течение суток. Поскольку теперь общедомовые расходы электроэнергии распределяются на всех живущих в доме и жильцов и включаются в расходы каждой семьи, само собой, возникает вопрос: разве нельзя сделать так, чтобы свет включался только тогда, когда человек проходит по лестнице?

Таким образом, целью моей работы является выявление ресурсов энергосбережения в сфере ЖКХ на примере электропотребления жилого дома.

Коммунально-бытовое хозяйство является на сегодня одним из самых крупных потребителей топлива и энергии: на его долю приходится около 20 % топливно-энергетических ресурсов. Потребление электроэнергии в жилом секторе достигает 8 % всей электроэнергии страны: из них около 12 % расходуется на приготовление пищи, порядка 40 % приходится на электробытовые приборы и почти 30 % электроэнергии расходуется на освещение.

В жилых домах ежегодно расходуется в среднем 400 кВт*ч на человека, из которых примерно 280 кВт*ч потребляется внутри квартиры на освещение и бытовые приборы и 120 кВт*ч – в установках инженерного оборудования и освещения общедомовых территорий. Внутриквартирное потребление электроэнергии составляет примерно 900 кВт*ч в год в расчёте на «усредненную» городскую квартиру с газовой плитой и 2000 кВт*ч – с электрической плитой [1].

Общедомовые расходы электроэнергии распределяются на освещение вестибюлей, лестничных клеток, подвальных и чердачных помещений, козырьков подъездов. Это как раз те места в доме, которые используются не постоянно, а время от времени, а освещены они, как правило, круглосуточно [1; 3; 65].

В последнее время все большую актуальность приобретает использование системы «умный дом» с применением различных датчиков движения и освещения [2; 10].

Датчики движения предназначены для автоматического включения или отключения нагрузки при появлении в зоне чувствительности датчика движущихся объектов.

Если в схеме освещения использовать датчики движения, электроэнергии достигается тем, что осветительные приборы включаются лишь на время нахождения людей на лестничных клетках [4].

Датчики могут быть также оснащены регулятором уровня освещенности, который при определенном уровне внешнего освещения, заставляет срабатывать инфракрасный сенсор [5; 35]. В большинстве случаев датчик настраивается таким образом, чтобы освещение включалось только с наступлением сумерек. Я живу в Мурманской области, за Полярным кругом. В условиях Крайнего Севера применение таких приборов мне кажется наиболее рациональным, так как из общего времени использования светильников исключается период полярного дня, когда световой день составляет 24 часа и длится почти четыре месяца!

Кировск, в котором я живу, совсем маленький город по российским меркам. Жилой фонд в основном представлен пятиэтажными домами. Поэтому я попытаюсь произвести расчеты именно для такого дома.

Посмотрим, как изменится энергопотребление с применением различных ламп освещения на примере расчета освещения пятиподъездного, пятиэтажного дома.

Для большей наглядности и сравнения в данном расчете не учитывается, сколько часов в течение года лампы не горят по причине достаточного естественного освещения, либо при установлении различных датчиков движения.

Таблица 1.**Расчет энергоэффективности при применении различных видов светильников**

Параметры для расчета	Лампы накаливания	КЛЛ (компактные люминесцентные лампы)	Светодиодные лампы
Мощность ламп (с учетом эквивалентности), Вт	60	16	10
Количество ламп в подъездах дома, шт.	25		
Суммарная мощность, Вт	1500	400	250
Количество часов в году	8760		
Мощность за год, кВт	13140	3504	2190
Стоимость 1 кВт, руб.	1,708		
Стоимость за год, руб.	22443,12	5984,83	3740,52

В итоге, как видно из расчета, при установке компактных люминесцентных ламп их энергоэффективность в 3,75 раза выше, чем у ламп накаливания, а у светодиодных – в 6 раз!

Попробуем продолжить наш расчет, учитывая установку датчиков движения и освещенности для такого же стандартного пятиэтажного пятиподъездного дома.

Конечно, надо учитывать, что установка датчиков потребует единовременных и достаточно внушительных вложений денежных средств. Посмотрим, насколько быстро окупятся такие вложения.

Есть исследования, что при применении датчиков движения и освещенности время использования светильников сокращается почти в пять раз, следовательно, наш расчет примет следующий вид:

Таблица 2.**Расчет энергоэффективности при установке различных датчиков**

Параметры для расчета	Лампы накаливания	КЛЛ (компактные люминесцентные лампы)	Светодиодные лампы
Мощность ламп (с учетом эквивалентности), Вт	60	16	10
Количество ламп в подъездах дома, шт.	25		
Суммарная мощность, Вт	1500	400	250
Количество часов в году	8760	8760	1752
Мощность за год, кВт	13140	3504	438
Стоимость 1 кВт, руб.	1,708		

Стоимость за год, руб.	22443,12	5984,83	748,10
Стоимость единицы светильника	45,00	180,00	200,00
Количество замен в год	5	1	нет
Суммарная стоимость обслуживания светильников за год, руб.	5625,00	4500,00	5000,00
Возможность установки датчиков движения и датчиков освещенности	нет	не рекомендуется	да
Стоимость утилизации за год, руб.	нет	500,00	нет
Стоимость установки датчиков, руб.	нет	нет	25000
Итого стоимость всех затрат с обслуживанием и установкой датчиков в первый год, руб.	28068,12	10984,83	30748,10
Итого стоимость всех затрат с обслуживанием и установкой датчиков в последующие годы, руб.	28068,12	10984,83	748,10

Как видим, даже при очень приблизительных расчетах, можно сделать вывод, что использование светодиодных ламп и установка датчиков движения и освещения окупится по сравнению с лампами накаливания уже в первый же год, а по сравнению с люминесцентными лампами – к концу третьего года.

Таким образом, проведя несложные расчеты, мы можем сделать вывод, что в сфере ЖКХ имеются огромные ресурсы для проведения мероприятий по повышению энергоэффективности.

Наши расчеты были проведены для одного жилого дома. Конечно, это очень упрощенные расчеты, необходимо более глубокое изучение данной темы. Но даже сейчас можно представить, какие цифры будут в масштабах города, области, страны!

Сдерживающим фактором являются единовременные вложения для переоборудования жилых домов вследствие относительно высокой в настоящее время стоимости светодиодов. Однако за последние три-четыре года цена на светодиодные светильники значительно снизилась, а с ростом производства, скорее всего, снизится еще больше. Таким образом, эти вложения окупятся достаточно быстро.

На мой взгляд, система «умный дом» является наиболее перспективным направлением энергосберегающих технологий в сфере ЖКХ. Такие энергосберегающие системы освещения имеют большое будущее, так как позволяют снизить потребление электроэнергии в несколько раз и, со временем,

из предмета роскоши, которым является в настоящее время, превратятся в такую же привычную и обычную вещь как телевидение и сотовая связь.

Список литературы:

1. Аванесов В.М., Макаров В.С., Экономия электроэнергии при освещении подъездов, подвалов, чердачных и технических помещений жилых домов / Науч.-техн., инф.-ан. и уч.-мет. жур.; Энергобезопасность и энергосбережение № 1, 2011. – [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: http://endf.ru/37_1.php (Дата обращения: 10.11.2015).
2. Атаманенко С.А., Мотивация населения к энергосбережению / Периодическое издание: Журнал Управление многоквартирным домом. – 2012. – № 1. – С. 10.
3. Атаманенко С.А., Социальная норма на электроэнергию: дорога в светлое будущее или темное прошлое? / Периодическое издание: Журнал Управление многоквартирным домом. – 2014. – № 1. – С. 60–65.
4. Банк рефератов / Энергосбережение в быту – [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://topreferat.ru/s4343/i34166.html> (Дата обращения: 12.1.2015).
5. Безверхний И.А. Стоит ли, приобретать энергосберегающие устройства? / Периодическое издание: Журнал «Радиоаматор». – 2012. – № 12. – С. 35–37.
6. Достижения современной науки в области энергосбережения: материалы первой международной научно-практической конференции, 4–7 декабря 2013 г., Чебоксары / – [Рос. гос. аграр. ун-т – МСХА им. К.А. Тимирязева, Чуваш. гос. с.-х. академия, Чуваш. регион. отд-ние «Рос. союза молодых ученых»; под ред. М.А. Ершова и др.]. – Чебоксары: Пегас, 2013. – 306 с.
7. Колесников А.И. Энергосбережение в промышленных и коммунальных предприятиях: учебное пособие / А.И. Колесников, М.Н. Федоров, Ю.М. Варфоломеев. – Москва: ИНФРА – М, 2008. – 122 с.
8. Об энергосбережении и о повышении энергетической эффективности, и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации (с изм. и доп., вступ. в силу с 10 января 2014 г.): закон Российской Федерации от 23 ноября 2009 г. № 261 ФЗ (ред. от 28 декабря 2013 г.) / Собрание законодательства Российской Федерации. – 2009. – № 48. – Ст. 5711.
9. Об основных направлениях государственной политики в сфере повышения энергетической эффективности электроэнергетики на основе использования возобновляемых источников энергии на период до 2020 года: распоряжение Правительства Российской Федерации от 8 января 2009 г. № 1-р (ред. от 28 мая 2013 г.) / Собрание законодательства Российской Федерации. – 2009. – № 4. – Ст. 515. 12.
10. Об утверждении государственной программы «Энергоэффективность и развитие энергетики»: распоряжение правительства Российской Федерации от 3 апреля 2013 г. № 512-р / Собрание законодательства Российской Федерации. – 2013. – № 14. – Ст. 1739.

ФИНАНСОВАЯ СТРАТЕГИЯ: ПОНЯТИЕ И РОЛЬ В РАЗВИТИИ КОМПАНИИ

Бовкунович Виктория Валерьевна

*студент инженерно-экономического факультета СибГАУ,
РФ, г. Красноярск*

Мартынова Татьяна Алексеевна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доц. кафедры финансы и кредит,
СибГАУ,
РФ, г. Красноярск*

Управление финансовой деятельностью во все времена должно занимать у предпринимателей главенствующее место. Эффективное функционирование компании, обеспечение высоких темпов ее развития и повышение конкурентоспособности в условиях рыночной среды невозможны без стратегического управления ее финансовой деятельностью.

Финансовая деятельность это целенаправленный процесс реализации функций компании, которые связаны с формированием и использованием ее финансовых ресурсов и которые будут обеспечивать экономическое и социальное развитие.

Эффективным инструментом перспективного управления финансовой деятельностью компании, которое подчинено достижению целей развития в условиях изменений рынка, выступает финансовая стратегия.

В зарубежной литературе по финансовому менеджменту, определение финансовой стратегии практически отсутствует. В стратегическом менеджменте финансовая стратегия понимается как функциональная стратегия, а в финансовом менеджменте ученые пользуются конкретными терминами.

Рассмотрим подходы разных авторов к определению термина финансовая стратегия.

Доктор экономических наук, профессор, Бланк И.А. в своих трудах, дает следующее определение: «финансовая стратегия представляет собой один из важнейших видов функциональной стратегии компании, обеспечивающей все основные направления развития его финансовой деятельности и фи-

нансовых отношений, путем формирования долгосрочных финансовых целей, выбора наиболее эффективных путей их достижения, адекватной корректировки направлений формирования и использования финансовых ресурсов при изменении условий внешней среды» [2, с. 114].

Давыдова Л.В., Ильминская С.А., в своей работе отмечают, что финансовая стратегия одна из важнейших видов функциональной стратегии предприятия, которая обеспечивает основные направления развития его деятельности и которая способствует реализации основной стратегической цели – максимизации благосостояния собственников» [5, с. 6].

Хоминич И.П. определяет финансовую стратегию как «обобщающую модель действий, которая необходима для достижения поставленных целей в рамках корпоративной миссии путем координации, распределения и использования финансовых ресурсов компании» [6, с. 95].

По мнению Баранова В.В., «финансовая стратегия – детально проработанная концепция привлечения и использования финансовых ресурсов предприятия, включая конкретный механизм формирования необходимого объема финансирования за счет различных источников и форм, а также механизм эффективного вложения этих ресурсов в активы предприятия» [1, с. 202].

Финансовая стратегия, по Власовой К.Э. – долговременный курс целенаправленного управления финансами, с помощью которого достигаются общеорганизационные стратегические цели [3, с. 49].

В работе Гениберг Т.В., Ивановой Н.А. и Поляковой О.В., финансовая стратегия определяется как план действий, который связан с риском и неопределенностью, цель которого – эффективное развитие компании в рамках сформированной миссии, долгосрочных финансовых целей, разработанных стратегий компании, который представляет собой финансирование путем формирования, координации, распределения и использования финансовых ресурсов компании [4, с. 73].

Определение Бланка И.А. заслуживает большего внимания, так как более точно описывает финансовую стратегию. Данное определение отражает содержание финансовой стратегии, как самой важной из всех функциональных стратегий, которая ориентирована на развитие компании в долгосрочной перспективе, в условиях изменчивой внешней среды.

Формулировки, предложенные российскими специалистами, по отношению к финансовой стратегии различны. Но, так или иначе, их объединяет несколько ключевых моментов: эффективное развитие компании, долгосрочные ориентиры, финансовая деятельность и зависимость от условий внутренней и внешней среды.

В процессе анализа мной были выделены основные черты финансовой стратегии и сгенерировано новое, обобщенное определение.

Финансовая стратегия представляет собой детальный план мероприятий, по обеспечению в долгосрочной перспективе экономического роста компании, путем эффективного управления финансовой деятельностью и развития финансовых отношений, а также ориентированный на достижение главной корпоративной стратегии компании.

Данное определение целесообразно по ряду причин. Во-первых, данное определение, рассматривает финансовую стратегию как план мероприятий, позволяющий конкретизировать ее. Во вторых, определением рассматривается ее долгосрочная перспектива, что показывает ее стратегическую значимость. В-третьих, данное определение отражает зависимость финансовой стратегии от общей корпоративной стратегии.

Финансовая стратегия играет весомую роль в эффективном развитии компании. Эта роль отражается в следующем:

1. обеспечивает реализацию финансовых целей экономического развития компании;
2. реально оценивает финансовые возможности компании, максимально использует ее финансовый потенциал и активно маневрирует финансовыми ресурсами;

3. обеспечивает быструю реализацию перспективных инвестиционных возможностей, которые возникают в процессе изменений внешней среды;

4. учитывает всевозможные альтернативы развития неконтролируемых факторов внешней среды и минимизирует их отрицательные последствия для компании и риски;

5. показывает преимущества компании в финансовой деятельности в сравнении с ее конкурентами;

6. обеспечивает взаимосвязь стратегического и оперативного управления финансовой деятельностью компании;

7. обеспечивает соответствующее финансовое поведение в важнейших стратегических финансовых решениях компании;

8. формирует основные критерии оценки выбора важнейших финансовых управленческих решений;

9. является одним из основополагающих условий изменений организационной структуры управления и организационной культуры компании.

Каждая компания уникальна, поэтому и ее стратегия оригинальна. Единой стратегии для всех компаний не существует. Финансовая стратегия зависит от положения компании на рынке, ее потенциала, динамики развития. Поведение конкурентов, особенности продукции или услуг, состояние экономики, социальной среды также играют большую роль для финансовой стратегии, как и многие другие факторы.

Эффективная финансовая стратегия компании обеспечивается при уравнивании теории и практики разработки финансовой стратегии, при соответствии стратегических финансовых целей реальным финансовым и экономическим возможностям, через эффективное управление финансовой деятельностью, учитывая изменения финансово-экономической ситуации.

Список литературы:

1. Баранов В.В. Финансовый менеджмент. Механизмы финансового управления предприятием в традиционных и наукоемких отраслях. Учеб. пособие / В.В. Баранов. – М.: Дело, 2012. – 387 с.
2. Бланк И.А. Финансовая стратегия предприятия / И.А. Бланк. – К.: Ника-Центр, 2004. – 711 с.
3. Власова К.Э. Финансовая стратегия: теоретические основы и методики разработки / К.Э. Власова. – М.: Проспект, 2014. – 256 с.
4. Гениберг Т.В. Сущность и методические основы разработки финансовой стратегии фирмы / Т.В. Гениберг, Н.А. Иванова, О.В. Полякова. – Научные записки НГУЭУ, № 9, 2009. С. 68–88.
5. Давыдова Л.В., Ильминская С.А. Финансовая стратегия как фактор экономического роста предприятия / Финансы и кредит, № 30, 2004. С. 5–8.
6. Хоминич И.П. Финансовая стратегия компании / М.П. Хоминич. – М.: Российская экономическая академия, 2010. – 346 с.

БАНКОВСКОЕ КРЕДИТОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Букур Алина Олеговна

*студент Государственной организации высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»,
ДНР, г. Донецк*

Попова Ирина Витальевна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доц. Государственной организации высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»,
ДНР, г. Донецк*

В условиях рыночной экономики любое государство стремится увеличить уровень экономического состояния, что невозможно без внедрения инновационных технологий. Инновации оказывают влияние на различные аспекты общегосударственного развития, поскольку определяют место государства в мировом хозяйстве, его внутреннее социально-экономическое положение. В условиях кризиса наблюдается ослабление состояния экономики, финансов, промышленности, а также банковского сектора. Поэтому единственным выходом из кризиса является активизация инновационно-инвестиционной деятельности отраслей экономики государства.

Актуальность исследования заключается в том, что для стабилизации и улучшения ситуации необходимо активно внедрять в практику банковское кредитование инновационной деятельности, поскольку развитие инноваций способствует ускорению обновления основного и оборотного капиталов, обновлению технологий производства, достижению экономического и социального эффектов.

Проблемами банковского кредитования и финансирования инновационной деятельности, а также вопросами их стимулирования и активизации занимались как отечественные ученые: Т.А. Васильева, А.С. Волчанка, А.Н. Другов, Л.Б. Евтух, В.Ф. Иванов, М.И. Крупка, А.Я. Кузнецова, Е.Д. Мировский,

А.Н. Пересада, В.К. Рысин, В.Г. Чабан, так и зарубежные ученые: П. Друкер, В. Сигурт и многие другие.

Целью исследования является определение текущего состояния инновационной деятельности в Украине, выявление проблем банковского кредитования инноваций, а также исследование государственных задач и мероприятий, направленных на поддержку инновационного развития государства.

Инновации во всех сферах деятельности требуют финансовых вложений. Спрос на инновации всегда существует, но он ограничивается финансовыми возможностями.

В Украине в настоящее время наблюдается такое состояние: инновации необходимо разрабатывать, внедрять в практику, но не хватает инвестиций, инвесторов с имеющимися финансовыми ресурсами. Это и является одной из причин того, что Украина со своей отсталой техникой и технологией уже длительное время не может выйти на перспективные передовые рубежи. В этих условиях необходимо максимально использовать реально существующие источники финансирования, тщательно осуществлять их поиск, анализ и отбор [4, с. 63].

Как показывает зарубежный опыт, одним из наиболее распространенных способов финансирования инновационной деятельности являются банковские кредиты.

Банки являются главным звеном денежно-кредитной системы и реальными посредниками на инвестиционном рынке, поскольку они имеют возможность привлекать необходимые финансовые ресурсы и вкладывать капитал в наиболее привлекательные проекты. Кредиты банков относятся к источникам заемных средств и выступают весомым финансовым рычагом стимулирования и обеспечения инновационной деятельности.

Следует отметить, что банковский кредит как источник финансирования инновационных проектов пока не приобрел популярности в Украине. Главные

проблемы долгосрочного кредитования инновационной деятельности в Украине представлены на рисунке 1.

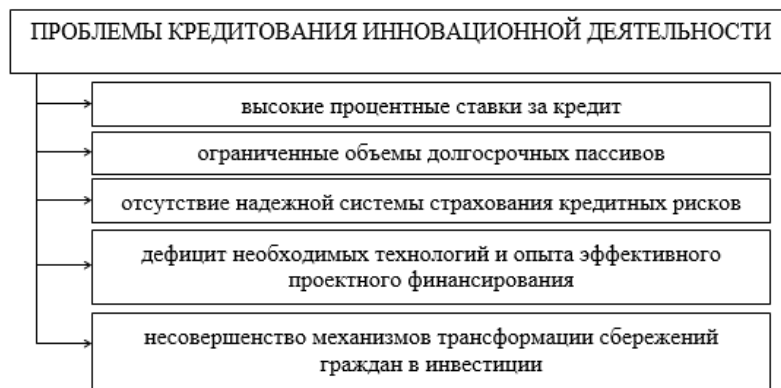


Рисунок 1. Проблемы кредитования инновационной деятельности [3, с. 142]

Инновационные процессы в Украине характеризуются такими чертами, как: недостаточный уровень финансирования и высокий риск ведения инновационной деятельности. Главным сдерживающим фактором формирования инновационного развития является углубление разрыва между реальной инновационной экономикой и банковскими институтами. Основы этого процесса были сформированы еще во времена Советского Союза и углубленные кризисными явлениями в украинской экономике в начале 90-х годов XX века. Существование такого разрыва, в свою очередь, усугубляет проблему обновления основных фондов научной сферы. Для малых предприятий нехватка финансовых ресурсов является главным сдерживающим фактором развития.

Одним из основных показателей, который характеризует инновационную направленность экономики, является общая наукоемкость ВВП. В США, Японии и странах Западной Европы данный показатель находится примерно на уровне 2,5–3 %. По прогнозу на 2015 год предусматривается его постепенное повышение. Подобная тенденция прослеживается и в странах Юго-Восточной Азии, Китае и Индии. Зато в Украине наукоемкость ВВП с каждым годом сокращается и сейчас составляет около 1 % [1, с. 57].

Активизация инновационных процессов и внедрение инноваций во всех отраслях экономики государства связаны, прежде всего, с деятельностью предприятий. В Украине доля предприятий, которые реализуют и внедряют инновации, постоянно уменьшается. Малые предприятия являются инновационно-активными во многих видах экономической деятельности. Однако в Украине малый бизнес, по сравнению со многими другими государствами, развит недостаточно.

Роль государства в регулировании банковского кредитования инновационных процессов заключается в создании благоприятного экономического климата для их осуществления и обеспечения активного и эффективного взаимодействия между банками и предприятиями. Поэтому государство должно выполнять ряд задач, представленных на рисунке 2.

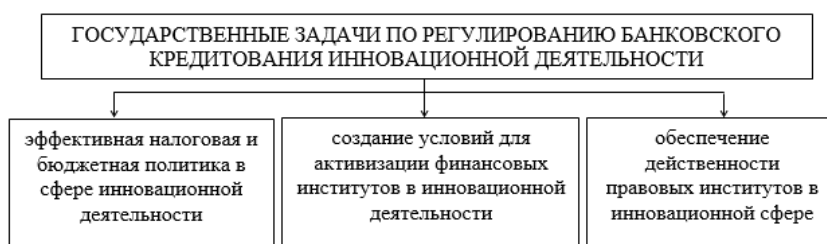


Рисунок 2. Государственные задачи по регулированию банковского кредитования инновационной деятельности [2, с. 45]

Современная отчетность украинских банков, а также государственная официальная статистика фактически не содержит информации по объемам привлечений банковского кредита в инновационную сферу. Существующая статистическая база в Украине не позволяет в полной мере оценить состояние инновационного развития национальной экономики.

Государственная политика должна быть ориентированной на разработку системы приоритетов и стимулов, которая бы направляла кредитные ресурсы на поддержку инновационного развития. Разработка данной системы требует таких основных мероприятий как:

1) стимулирование государством создания специализированных инновационных банков, а также фондов долгосрочного кредитования банков

путем установления соответствующих льгот по налогообложению средств, инвестируемых для достижения технологических изменений. Экономически обоснованные налоги, выполняя стимулирующую функцию, будут активизировать инвестиционно-инновационные процессы;

2) дифференциация ставки налога на прибыль банков в зависимости от направлений использования ресурсов – снижение ставки в случае направления ресурсов на долгосрочное кредитование инновационных проектов;

3) создание системы льготного рефинансирования гарантирования банков, которые предоставляют льготные кредиты для реализации инвестиционных проектов по разработке и внедрению инновационных продуктов;

4) внедрение механизма государственного страхования кредитов, предоставленных предпринимателям, работающим в сфере разработки и внедрения высокотехнологичной продукции;

5) поощрение банков при покупке акций предприятий, производящих инновационный продукт, путем освобождения от налогообложения той части прибыли банка, которая инвестируется в акции данных предприятий;

б) снижение нормы резервирования для банков, осуществляющих кредитование инновационных проектов.

Научная новизна исследования заключается в предложении действенных мероприятий, направленных на поддержку инновационного развития государства путем создания благоприятных условий для осуществления банковского кредитования инновационной деятельности.

Таким образом, можно сделать вывод, что современное состояние экономики Украины свидетельствует о недостаточном развитии предприятий и их инновационной активности с учетом потребностей общества. Одним из необходимых условий осуществления инвестиционно-инновационной деятельности предприятий является наличие финансовых ресурсов, основная часть которых приобретает через банковское кредитование. Кредитование банками инновационного развития в целом положительно влияет на экономическое развитие государства.

Список литературы:

1. Иванов В.Ф. Мониторинг научной и инновационной деятельности как основа для принятия решений в области инновационной политики / В.Ф. Иванов, Е.Д. Мирковский // Экономика: анализ, прогноз, регулирование. – 2014. – № 9. – С. 56–62.
2. Крупка М.И. Теоретические аспекты управления механизмом кредитования долгосрочных программ развития экономики в Украине / М.И. Крупка, Л.Б. Евтух // Финансы Украины: научно-теорет. и информ.-практ. журн. М-ва фин. Украины. – 2015. – № 1. – С. 43–57.
3. Кузнецова А.Я. Реалии банковского финансирования инноваций / А.Я. Кузнецова // Региональная экономика. – 2013. – № 3. – С. 136–144.
4. Чабан В.Г. Выбор источника финансирования инновационной деятельности / В.Г. Чабан // Формирование рыночных отношений в Украине. – 2014. – № 4. – С. 61–64.

МОДЕЛИ ПОВЕДЕНИЯ ДОМАШНИХ ХОЗЯЙСТВ НА РЫНКЕ ТРУДА

Велиева Фарида Энверовна

*студент Дагестанского государственного университета,
РФ, Республика Дагестан, г. Махачкала*

Маллаева Мадина Ибрагимовна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доц.
Дагестанского государственного университета,
РФ, Республика Дагестан, г. Махачкала*

Домохозяйства – один из важнейших рыночных институтов, призванных сыграть существенную роль в преобразовании российской экономики.

Домохозяйство можно охарактеризовать как самостоятельную экономическую единицу, состоящую из одного или нескольких человек, обладающих каким-либо производственным ресурсом, и стремящихся к наиболее полному удовлетворению своих потребностей. В отличие от семьи, домохозяйство может включать лиц, не состоящих в родственных отношениях и состоять из одного человека [1].

При переписях учитываются три категории домохозяйств: частные домохозяйства, домохозяйства бездомных и коллективные домохозяйства. Частные домохозяйства – это домохозяйства, проживающие в индивидуальных домах, отдельных и коммунальных квартирах, общежитиях, гостиницах, традиционных жилищах (чумах, ярангах, юртах и т. п.) и других помещениях, приспособленных для жилья. В 2010 г. было зафиксировано 695796 частных домохозяйств, в которых проживало 2899337 человек, или 99,6 % всего населения Республики Дагестан. Переписью 2002 г. было учтено 570036 частных домохозяйств, в которых проживало 2559499 человек, или 99,3 % всего населения республики (Рис. 1) [2].

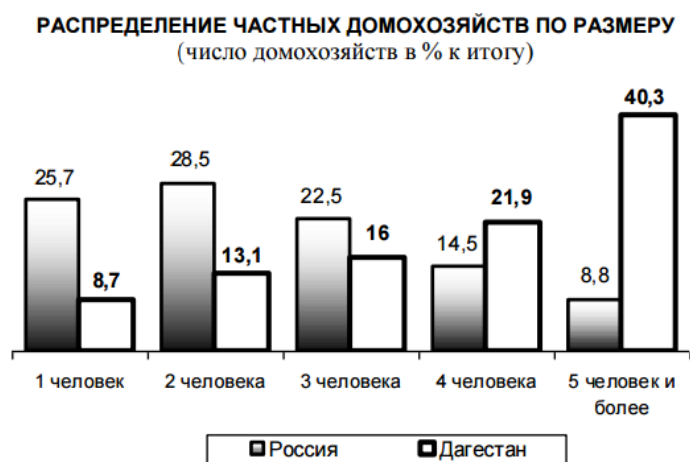


Рисунок 1. Распределение частных домохозяйств по размеру

Производственно-экономические характеристики домохозяйства:

- ведение личного подсобного хозяйства;
- индивидуально-трудовая деятельность и частное предпринимательство;
- индивидуально-семейная торговля и торгово-посредническая деятельность;
- семейный лизинг, приобретение и использование ценных бумаг;
- основные виды производимой продукции;
- нетоварный или товарный характер производства;
- использование наемных работников, их количество.

Существует множество классификаций моделей и выбор стратегии поведения домохозяйств на рынке труда. Особый интерес представляют исследования С.А. Соловченкова. Он выделяет три модели поведения индивида на рынке труда: модель работника, модель безработного, модель работодателя.

Развивая методологический подход С.А. Соловченкова, можно определить модели поведения членов домашних хозяйств следующим образом:

- модель «работающего»,
- модель «искателя рабочего места» (модель «безработного»),
- модель «неработающего»,
- модель «самозанятого»,
- модель «работодателя»,

- модель «занятого в домашнем хозяйстве» в целях производства продукции для реализации на рынке (рыночная занятость в домашнем хозяйстве).

Каждая из несколько вариаций моделей имеет.

Модель поведения «работающего» идентифицируется в случае неудовлетворения работником собственным рабочим местом и дифференцируются на четыре типа моделей:

- пассивная модель, при которой работник не удовлетворен собственным рабочим местом, но в силу определенных причин не предпринимает каких-либо действий для улучшения своего положения;

- акцессорная модель, в рамках которой работник увеличивает свою трудовую активность для продвижения по служебной лестнице или имеет возможность получить дополнительный доход в пределах конкретного предприятия;

- мобильная модель характеризуется поиском нового места работы работником в рамках внешнего рынка труда;

- целевая модель реализуется при поиске второго места работы, более вероятна в ситуации неполной занятости работника по месту основного трудоустройства.

Модель поведения «соискателя рабочего места» («безработного») (безработным следует считать члена домашнего хозяйства, ищущего работу):

- пассивная модель характеризуется ожиданием удачного трудоустройства с помощью третьих лиц без приложения усилий;

- активная модель реализуется при использовании межличностных связей, развитии индивидуальных ресурсов, накоплении опыта на свободном рынке труда, открытии собственного дела.

При выделении типов **моделей поведения «работодателя»** выделяют следующие:

- традиционная модель, при которой работодатель выплачивает полную заработную плату;

- работникам в условиях официального трудоустройства;
- теневая модель реализуется с использованием практики «зарплата в конверте», что позволяет работодателю снизить расходы на отчисления во внебюджетные фонды в пользу государства, а работника избавляет от необходимости платить высокий подоходный налог, но позволяет, в связи с официальным трудоустройством, претендовать на ряд социальных льгот;
- модель фриланса, при которой взаимодействие работодатель-работник возникает при отсутствии официально оформленных трудовых отношений;
- модель «мертвых душ» характеризуется в приеме на работу людей, которые реально никогда не работали и не будут работать на данном предприятии. Данная модель объясняется желанием работодателя получить обоснованные льготы, преувеличивая численность работающих на предприятии, экономия достигается за счет фальсификации числа и социального качества работников, что позволяет работодателю войти в иную категорию отношений с государством.

Данная практика находила большое распространение в бюджетных организациях с целью обеспечить возможность своим работникам получать большую заработную плату. Сам фиктивно устроенный работник получает непрерывный стаж работы.

Модель «занятого в домашнем хозяйстве» – рыночная занятость в домашнем хозяйстве – интерпретируется нами как реализация товаров и услуг, произведенных в домашнем хозяйстве для реализации на рынке.

Модель «неработающего» реализуется при личном желании членов домашних хозяйств не трудоустраиваться, при добровольном отказе от статуса «занятого».

Модель «самозанятого» имеет место при занятии членов дом. хоз. собственным делом. Данная ситуация имеет двойное значение. С одной стороны, он не является безработным, т. к. определил сферу своей реализации и имеет собственный источник дохода. С другой стороны, по отчетам службы занятости он числится безработным. Данная модель может быть

трансформирована в две модели: модель «работающего» – при удачном предложении трудоустройства и модель «работодателя» – при эффективном ведении предпринимательской деятельности.

Подводя итог, нужно отметить, что более глубокое изучение стратегий поведения членов домашнего хозяйства на рынке труда в современных условиях очень важно и ее роль определяется следующими моментами:

Во-первых, домохозяйства обеспечивают необходимый уровень потребительского спроса, без которого невозможно функционирование рыночного механизма.

Во-вторых, сбережения домохозяйств являются источником накоплений и инвестиций, что очень важно в условиях развивающейся экономики.

В-третьих, домохозяйства – это субъекты предложения на рынке факторов производства (предпринимательской способности и труда).

В-четвёртых, именно домохозяйство – основа для формирования производства и реализации человеческого капитала.

В-пятых, возможность домохозяйств налаживать семейный бизнес способствует не только росту личного благосостояния, но и развитию рыночной экономики в целом.

Таким образом, богатство домохозяйств обуславливает экономическую и социокультурную активность индивидов, придавая импульс динамичного развития рыночной экономике в целом, и семейной в частности.

Список литературы:

1. Кондратьев Н.Д. Проблемы экономической динамики. – М., 1989. – С. 58.
2. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Республике Дагестан / официальная статистика.

РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНОГО ПАРТНЕРСТВА В РЕГИОНЕ: НА ПРИМЕРЕ НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Горева Виктория Борисовна

*студент, Нижегородский государственный университет
им. Н.И. Лобачевского,
РФ, г. Нижний Новгород*

Ширяева Юлия Сергеевна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доц., заместитель заведующего
кафедрой менеджмента и государственного управления по научной работе,
ННГУ им. Н.И. Лобачевского,
РФ, г. Нижний Новгород*

Выстраивание эффективного взаимодействия Правительства Нижегородской области с представителями профсоюзов и объединениями работодателей – это очень важный процесс, поскольку значительная часть социально-трудовых вопросов решается непосредственно на предприятиях, в трудовых коллективах.

В результате двадцатилетней совместной работы удалось создать многоуровневую систему социального партнерства, которая оказалась востребованной, подтвердила свою жизнеспособность как в период стабильного экономического развития, так и, особенно, в нелегкие кризисные годы.

Сегодня есть основания говорить о сложившейся системе социального партнерства в регионе, способной регулировать социально-трудовые отношения.

Отсутствие в Нижегородской области коллективно-трудовых споров на предприятиях в прошедшем году является одним из значимых показателей эффективности работы сторон социального партнерства.

В рамках выполнения социальных обязательств перед работниками бюджетной сферы Правительством Нижегородской области с 1 апреля 2009 года для работников государственных и муниципальных бюджетных учреждений Нижегородской области введены новые системы оплаты труда. Новые системы оплаты труда также разрабатывались с учетом мнения отраслевых профсоюзов.

С участием сторон социального партнерства действует Нижегородская региональная трехсторонняя комиссия по регулированию социально-трудовых отношений. Профсоюзы активно принимают участие в ее работе.

Основой работы комиссии является разработка и принятие трехстороннего соглашения – нормативного акта, регулирующего социально-трудовые отношения между профсоюзами, работодателями и Правительством Нижегородской области. В настоящее время действует Соглашение на 2015–2017 годы. Также ежегодно принимаются соглашения, являющиеся социально значимыми для жителей области, - по совершенствованию оплаты труда и о минимальной заработной плате.

При подготовке региональных Соглашений учитываются предложения министерств, ведомств Правительства Нижегородской области, объединений профсоюзов и работодателей.

Соглашение о взаимодействии в области социально-трудовых отношений на 2015–2017 годы состоит из 10 разделов, включающих в себя обязательства сторон социального партнерства в области:

- развития экономики;
- развития отраслей социальной сферы;
- демографии и народонаселения;
- занятости населения и развития рынка труда;
- оплаты труда, уровня и качества жизни населения;
- социальной защиты населения.

Стороны социального партнерства договорились о сохранении предоставления мер социальной поддержки пенсионерам, ветеранам, инвалидам и другим социально-незащищённым категориям населения за счёт средств бюджета Нижегородской области, в том числе сохранены льготы по проезду на всех видах городского пассажирского транспорта (кроме такси и маршрутного такси); предусмотрен комплекс мер по повышению качества образования граждан, создание условий для обеспечения доступности жилья,

повышение качества жизни населения Нижегородской области, формирование у населения культуры здорового образа жизни.

Дальнейшее развитие получил раздел «Развитие социального партнёрства»:

- стороны принимают на себя в пределах своих полномочий обязательства, закрепленные Генеральным соглашением между общероссийскими объединениями профсоюзов, общероссийскими объединениями работодателей и Правительством Российской Федерации на 2014–2016 годы;

- проводят работу по включению в отраслевые и территориальные соглашения обязательств по повышению заработной платы, установленных настоящим Соглашением;

- организуют мероприятия, направленные на совершенствование форм и методов регулирования социально-трудовых отношений, обучение представителей сторон социального партнерства;

- оказывают содействие в создании и деятельности первичных профсоюзных организаций, Координационных Советов профсоюзов и объединений работодателей, территориальных трехсторонних комиссий по регулированию социально-трудовых отношений.

Соглашением по основным направлениям совершенствования оплаты труда на 2015 год определены основные подходы к формированию заработной платы; обязательства и гарантии Соглашения являются ориентиром для планирования фонда оплаты труда работников бюджетной сферы и реального сектора экономики. При этом ориентиром для работодателей в области оплаты труда работников реального сектора экономики остаётся «Бюджет развития семьи», который в соглашении установлен в размере 28311 рублей (в настоящее время – 25972 рубля); доля тарифной (постоянной) части оплаты труда в структуре заработной платы должна быть не ниже 60 процентов. При отсутствии финансовых возможностей для выполнения настоящего Соглашения работодатели совместно с первичной профсоюзной организацией разрабатывают поэтапный план реализации Соглашения.

В соответствии с региональным Соглашением о минимальной заработной плате на 2015 год:

- в организациях внебюджетного сектора экономики устанавливается не ниже 7800 рублей в месяц;
- в учреждениях бюджетной сферы Нижегородской области на уровне не ниже минимального размера оплаты труда, установленного федеральным законом (5965 рублей).

В настоящее время заключено трехстороннее Соглашение об установлении с 1 января 2016 года минимальной заработной платы для работников организаций внебюджетного сектора экономики не ниже 9000 рублей («Региональное соглашение о минимальной заработной плате в Нижегородской области на 2016 год» от 27.10.2015 года № 312-П/305/А-517).

Тексты Соглашения и Предложения о присоединении к нему опубликованы в газетах «Нижегородская правда», «Профсоюзная трибуна», (31 октября 2015 года, 7 ноября 2015 года), а также размещены на официальных сайтах Правительства Нижегородской области, министерства социальной политики Нижегородской области, НОСОП «Облсовпроф» и НАПП.

Совместная деятельность, а также работа на местах – в городах и районах, на конкретных предприятиях, приносит результаты в решении крайне сложной социальной проблемы – невыплата заработной платы. Там, где на ситуацию активно влияют профсоюзные организации, противодействие кризисным явлениям гораздо эффективнее и складывается более стабильная ситуация. Минувший год является тому подтверждением – объем просроченной задолженности перед работниками был наименьшим за последние пять лет.

Еще одним совместным социальным проектом, где в полной мере отражаются позитивные результаты взаимодействия общественных организаций, работодателей и исполнительной власти, является всероссийский Конкурс «Российская организация высокой социальной эффективности». С 2010 года проводится его региональный этап, за пять лет принято больше 200 заявок от организаций Нижегородской области. Победители и призеры

Конкурса определяются Нижегородской региональной трехсторонней комиссией по регулированию социально-трудовых отношений и награждаются в торжественной обстановке «Дипломом Правительства Нижегородской области». В предыдущие годы организации Нижегородской области неоднократно становились победителями в различных номинациях на уровне Российской Федерации: ООО «ЛУКОЙЛ – Волганефтепродукт», ОАО «Атомэнергопроект», ОАО «Гостиничный комплекс «Ока».

По итогам федерального этапа конкурса «Российская организация высокой социальной эффективности» – 2014 две организации Нижегородской области заняли призовые места: 1 место в номинации «За формирование здорового образа жизни в организациях производственной сферы» – Горьковская железная дорога (филиал ОАО «РЖД»), 2 место в номинации «За участие в решении социальных проблем территорий и развитие корпоративной благотворительности» – АО «Транснефть – Верхняя Волга».

Работа социальных партнеров основывается на согласованности действий. К сожалению, в районах и городских округах Нижегородской области наблюдаются проблемы в развитии данного направления, что связано с удаленностью и не подконтрольностью территориальных Комиссий.

В целях дальнейшего совершенствования социального партнерства представляется необходимым в рамках Нижегородской региональной трехсторонней комиссии по регулированию социально-трудовых отношений:

- в целях активизации работы комиссий проведение семинаров – совещаний с территориальными сопредседателями комиссий;
- проведение выездных заседаний в муниципальные районы и городские округа;
- подготовка ежегодных методических сборников по вопросам развития социального партнерства на территориальном и областном уровнях;
- оказание содействия в работе отраслевых комиссий по контролю за выполнением отраслевых соглашений;

- проведение с участием отраслевых министерств, отраслевых обкомов профсоюзов заседаний отраслевых рабочих групп по активизации развития колдоговорного регулирования социально-трудовых отношений в организациях области;

- совместно с Нижегородской ассоциацией промышленников и предпринимателей проведение рабочих совещаний, круглых столов, семинаров разъяснительной работы о роли объединений работодателей в развитии социального партнерства.

Работа сторон социального партнерства строится на принципах привлечения всех представителей общественности для решения и обсуждения важнейших аспектов жизни региона.

Тот факт, что стороны являются обязательными участниками Общественной палаты Нижегородской области, экспертных советов Нижегородской области, межведомственных комиссий и рабочих групп Нижегородской области, говорит о том, что в решении проблем необходима координация совместных усилий.

Власть, профсоюзы и работодателей объединяет общая цель – создать эффективную экономику и социальную сферу. Создать справедливое общество, в котором каждый имеет возможность комфортно жить и созидательно трудится.

Список литературы:

1. Чудайкин В.Н. Социальное партнерство и регулирование социально-трудовых отношений // Регионология. – 2007. – № 1. – С. 206–214.
2. Александрова И.А. Проблемы совершенствования законодательства о социальном партнерстве // Вестник Бурятского государственного университета. – 2010. – № 14. – С. 123–125.

ПРОБЛЕМА ФИНАНСИРОВАНИЯ В ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЯХ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Горшкова Юлия Александровна

*студент Уральского государственного университета Путей Сообщения,
РФ, г. Екатеринбург*

Тукова Екатерина Александровна

*научный руководитель, ассистент кафедры «Мировая экономика и логистика»
Уральского государственного университета путей сообщения,
РФ, г. Екатеринбург*

Серьёзная конкуренция имеет место на рынке образовательных услуг. Необходимым условием успешного развития образовательных учреждений является наличие ресурсов, их рациональное использование. Автор данной статьи исследует источники финансирования деятельности вузов. В данной статье выявлены основные факторы, тормозящие развитие приносящей доход образовательной деятельности.

Образование представляет собой ведущую производительную отрасль экономики, от уровня которой зависит функционирование и развитие общества в целом. И пока образование будет выполнять свою главную роль, которая заключается в качественной подготовке и выпуске квалифицированных кадров для всех отраслей материального и нематериального производства, оно всегда будет приоритетно. Образование нуждается в значительном финансировании, как и любая отрасль, для реализации своих целей и задач. Учитывая это, вопрос финансирования вузов и способы повышения эффективности использования уже имеющихся средств стоит очень остро.

Среди методов государственного регулирования системы образования бюджетное финансирование представляется важнейшим рычагом (регулятором) воздействия государства как на всю систему, так и на отдельное образовательное учреждение. Предоставление образовательных услуг интегрирует в себе существенные проблемы организации финансирования образовательных учреждений, от рационального разрешения которых

(проблем) зависит эффективность всей системы образования и ее непрерывное развитие. К основным направлениям финансирования отнесены:

- основная деятельность (текущее финансирование);
- инвестиции в развитие материально-технической базы;
- программы в области образования, утвержденные Правительством Российской Федерации (например, Федеральная программа развития образования).

Основными источниками финансирования высших учебных заведений являются средства федерального и местного бюджетов. Также вузы вправе получать средства из этих источников после получения ими государственной аккредитации.

Вузы имеют право использовать другие источники финансирования, в том числе:

- доход, полученный от оказания дополнительных образовательных услуг (программы дополнительного образования, специальные курсы, курсы углубленного изучения и т. д.), не входящих в содержание основных образовательных программ и государственного образовательного стандарта;
- взимаемая со студентов плата за обучение в том числе с иностранных студентов;
- доход, полученный в результате хозяйственной деятельности (сдача в аренду основных средств и имущества, продажа и закупка товаров и оборудования, предоставление посреднических услуг и т. д.).

Вузы финансируются на средства своих учредителей. Например, Министерство здравоохранения и медицинской промышленности осуществляет финансирование медицинских учебных заведений.

Бюджетные средства – это средства, выделяемые вузу для обеспечения его основной образовательной деятельности (подготовка специалистов с высшим профессиональным образованием) [2, с. 125].

Средства от приносящей доход деятельности – это поступления от оказания учреждением услуг (выполнения работ), относящихся в соответствии с уставом к основным видам деятельности, а также поступления от иной приносящей доход деятельности.

Еще одним источником внебюджетных доходов вуза является его инновационная деятельность, под которой понимается многомерная деятельность, направленная на создание инновационных продуктов, технологий и услуг, обучение инновациям и воспроизводство инновационных кадров. Инновационная деятельность должна иметь практическую направленность и влиять на качество образования.

К числу основных факторов, тормозящих развитие приносящей доход деятельности высших учебных заведений можно отнести:

- недостаточный уровень материально-технической базы;
- несовершенство нормативно-правовой базы;
- административные барьеры;
- высокая конкуренция.

Снижение влияния всех этих факторов, поиск новых источников финансирования приведут к полному использованию потенциала высшего учебного заведения и экономической стабильности.

Сложность системы высшего профессионального образования, ее многофункциональный, многоцелевой характер делают неэффективным использование одного или нескольких финансовых инструментов, обуславливают необходимость использования разнообразных источников финансового обеспечения учреждений высшего профессионального образования, тем не менее, в настоящее время основным источником финансирования системы высшего образования являются бюджетные средства.

Исходя из этого, механизм финансового обеспечения государственных высших учебных заведений в Российской Федерации строится с учетом следующих особенностей:

1. Руководствуясь ст. 158 Бюджетного кодекса РФ (далее – БК РФ), главный распорядитель бюджетных средств распределяет бюджетные ассигнования, лимиты бюджетных обязательств по распорядителям и (или) получателям бюджетных средств [1].

2. Высшие учебные заведения составляют бюджетные заявки и проекты бюджетных смет на основе показателей, доводимых до них главным распорядителем бюджетных средств, таких, как контрольные цифры приема и предельные объемы финансирования на очередной финансовый год; индексы-дефляторы по различным статьям бюджетной сметы; ставки оплаты труда работников высшей школы; ставки единого социального налога (взноса); размеры трансфертов населению; материальные и финансовые нормы и нормативы, используемые для расчета и обоснования размера бюджетных ассигнований на очередной финансовый год.

3. Бюджетная смета вуза утверждается распорядителем средств федерального бюджета по подразделу «Высшее образование» функциональной классификации расходов бюджетов Российской Федерации после принятия закона о федеральном бюджете на очередной финансовый год.

4. В бюджетной смете должны быть отражены все доходы вуза, получаемые как из федерального бюджета и государственных внебюджетных фондов, так и от осуществления предпринимательской и иной приносящей доход деятельности.

Анализ механизма финансового обеспечения вузов позволяет сделать вывод об определенной узости организационно-правовой формы, в которой существует высшее учебное заведение, не позволяющей стать полноценным участником рыночных отношений. Статус бюджетного учреждения характеризуется рядом черт, не адекватных современным условиям, в которых функционируют вузы, предполагающих, с одной стороны, предоставление бюджетных средств, недостаточных для нормального функционирования учреждений, а с другой – отсутствие реальной самостоятельности вузов в использовании как бюджетных, так и внебюджетных средств.

Список литературы:

1. «Бюджетный кодекс Российской Федерации» от 31.07.1998 № 145-ФЗ (ред. от 03.11.2015).
2. Нешиной А.С., Воскобойников Я.М. Финансы. Учебное пособие – М: 10-е 2012. – 528 с.

АНАЛИЗ ЗАНЯТОСТИ И БЕЗРАБОТИЦЫ НА РЫНКЕ ТРУДА УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Есина Надежда Алексеевна

*студент Ульяновского государственного университета,
РФ, г. Ульяновск*

Погодина Елена Александровна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доц.
Ульяновского государственного университета,
РФ, г. Ульяновск*

В настоящее время, в период глобального экономического кризиса, особенно остро стоит проблема занятости и безработицы.

Рынок труда является важнейшим фактором территориальной социально-экономической системы. От эффективности его функционирования в значительной степени зависят уровень и качество жизни населения, направления и темпы макроэкономического развития региона. Проблема занятости является основополагающей в современном обществе и характеризует социально-экономическую ситуацию в регионе. Занятость можно определить, как наличие у граждан доходного занятия, приносящего доход и не противоречащего действующему законодательству.

Безработица наносит сильный вред различным интересам людей, не давая им использовать свои профессиональные знания и умения в той или иной сфере деятельности. При длительной безработице люди теряют профессиональные знания и навыки работы, а также квалификацию. Безработица ведет к прямому падению уровня жизни населения, так как пособия по безработице ниже прожиточного минимума в РФ, не говоря уже о средней заработной плате по стране. Рост безработицы, несомненно, приводит и к политической нестабильности всего общества, поскольку население начинает не доверять своему правительству и политике, которую оно проводит.

Безработица – это серьезная проблема, которая волнует не только отдельного гражданина нашего общества, но и всю мировую общественность.

Безработица повсюду, она есть даже в таких развитых странах, как Германия, Япония, США.

Уровень развития трудового потенциала в Ульяновской области представлен в таблице 1.

Таблица 1.

Уровень развития трудового потенциала Ульяновской области

	2010	2011	2012	2013	2014
Уровень экономической активности населения					
Российская Федерация	67,7	68,3	68,7	68,5	68,9
Приволжский федеральный округ	67,8	68,4	68,6	68,1	68,4
Ульяновская область	65,0	68,1	67,7	67,9	65,8
Уровень занятости населения					
Российская Федерация	62,7	63,9	64,9	64,8	65,3
Приволжский федеральный округ	62,7	63,9	64,9	64,7	65,3
Ульяновская область	59,3	63,4	63,9	64,2	62,7
Уровень безработицы					
Российская Федерация	7,3	6,5	5,5	5,5	5,2
Приволжский федеральный округ	7,6	6,5	5,3	4,9	4,5
Ульяновская область	8,8	6,8	5,6	5,5	4,8

Уровень экономической активности населения в области на 2,6 пункта ниже, чем в среднем по ПФО и на 3,1 пункта ниже, чем в целом по России. Уровень занятости по Ульяновской области также ниже среднероссийского показателя и показателя по Приволжскому федеральному округу. Уровень безработицы по Ульяновской области сложился ниже, чем по РФ на 0,4 пункта и выше чем по ПФО на 0,3 пункта, что является положительным результатом, как работы государственной службы занятости, так и повышением уровня трудовой сознательности незанятого, но находящегося в поиске работы населения.

Оценивая состояние рынка труда Ульяновской области за 2010–2014 гг. (таблица 2), следует отметить сокращение численности экономически активного населения на 2,9 %, при этом численность мужчин сократилась на 3 %, а женщин – на 2,8 %.

Несмотря на сокращение численности экономически активного населения, численность занятых в экономике увеличилась за рассматриваемый период на

1,3 %, численность мужчин, занятых в экономике выросла на 1,8 %, численность женщин – на 0,8 %.

Уровень безработицы – одна из самых главных характеристик, описывающая экономику нашей страны в целом, а также отдельных её регионов. Практически всегда считается, что чем выше уровень безработицы той или иной страны или региона, тем хуже экономическая ситуация там и ниже уровень жизни населения.

Таблица 2.

Численность экономически активного населения Ульяновской области

	2010	2011	2012	2013	2014
Тысяч человек					
Экономически активное население – всего	671,3	693,8	679,8	682,3	651,6
мужчины	346,6	355,6	348,1	349,9	336,1
женщины	324,7	338,2	331,7	332,4	315,5
в том числе:					
занятые в экономике – всего	612,5	646,5	641,9	644,9	620,6
мужчины	314,0	333,8	328,2	327,4	319,8
женщины	298,5	312,7	313,7	317,4	300,8
безработные – всего	58,8	47,3	37,9	37,4	31,0
мужчины	32,6	21,8	19,9	22,4	16,2
женщины	26,2	25,4	18,0	15,0	14,8
В % к экономически активному населению					
Экономически активное население – всего	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
мужчины	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
женщины	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
в том числе:					
занятые в экономике – всего	91,2	93,2	94,4	94,5	95,2
мужчины	90,6	93,9	94,3	93,6	95,2
женщины	91,9	92,3	94,6	95,5	95,3
безработные – всего	8,8	6,8	5,6	5,5	4,8
мужчины	9,4	6,1	5,7	6,4	4,8
женщины	8,1	7,5	5,4	4,5	4,7

Согласно стандартам Международной организации труда (МОТ), к безработным, относятся лица в возрасте, установленном для измерения экономической активности населения, которые в анализируемый период одновременно удовлетворяли следующим критериям:

- не имели работы (доходного занятия);

- занимались поиском работы, например: обращались в государственную или коммерческую службу занятости, а также предпринимали шаги к организации собственного дела;

- были готовы приступить к работе в течение обследуемой недели.

Что же касается пенсионеров, студентов, а также инвалидов они считаются безработными, в том случае если они искали работу и были готовы приступить к ней.

К безработным, зарегистрированным в государственных учреждениях службы занятости населения, относятся трудоспособные граждане, не имеющие работы и заработка (трудового дохода), проживающие на территории Российской Федерации, зарегистрированные в службе занятости по месту жительства в целях поиска подходящей работы, ищущие работу и готовые приступить к ней.

Следует отметить, что уровень безработицы рассчитанный по методологии МОТ существенно расходится с регистрируемой безработицей (таблица 3).

Таблица 3.

Состав и структура численности безработных, зарегистрированных в государственных учреждениях службы занятости Ульяновской области

	2010	2011	2012	2013	2014
Численность безработных, зарегистрированных в государственных учреждениях службы занятости	8839	6804	4541	3528	3114
в том числе:					
женщины	5254	4289	2668	2052	1741
лица, проживающие в сельской местности	2323	1748	994	834	630
В процентах					
Численность безработных, зарегистрированных в государственных учреждениях службы занятости	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
в том числе:					
женщины	59,4	63,0	58,8	58,2	55,9
лица, проживающие в сельской местности	26,3	25,7	21,9	23,6	20,2
Уровень зарегистрированной безработицы	1,3	1,01	0,65	0,52	0,46

Одной из причин отличия фактической численности безработных и численности безработных, зарегистрированных в государственных учреждениях службы занятости, является низкий уровень пособия по безработице. Согласно Постановлению Правительства Российской Федерации от 17.12.2014 № 1382 «О размерах минимальной и максимальной величин пособия по безработице на 2015 год», минимальная величина пособия по безработице в РФ составляет 850 рублей, а максимальная величина 4900 рублей [2]. Для сравнения: в США средний ежемесячный размер пособия составляет 1050 долларов. Максимальный размер пособия в Америке составляет 2700 долларов, и почти равен среднестатистической зарплате.

Низкому уровню безработицы в России способствуют специфика в организации труда, исходящая от работодателя, а также отличия экономической структуры в целом. Дело в том, что наши работодатели решают проблему не увольнением персонала, а снижением заработной платы своих подчиненных. Это сохраняет рабочие места, снижает мотивацию и является одной из причин неэффективного развития экономики страны [3].

Если количество безработных в регионе растет и становится критическим, это может привести к таким негативным явлениям, как акции протеста и увеличение процента людей, живущих за чертой бедности. Чтобы избежать этого, проблема безработицы должна постоянно находиться во внимании государства и изучаться подробнейшим образом.

По нашему мнению, развитие рынка труда региона должно осуществляться в следующих направлениях:

- обеспечение комплексности в разработке и реализации программ содействия занятости;
- введение экономических стимулов, заинтересовывающих предприятия в направлении своих работников на переобучение в соответствии с требованиями развивающегося рынка;

- переход к созданию системы социального партнерства, в том числе создание механизма выработки трехсторонних соглашений (работодатели-профсоюзы-государство);
- формирование негосударственных структур содействия занятости населения;
- усиление нормативно-правовой и законодательной деятельности по регулированию трудовых отношений.

Список литературы:

1. <http://www.gks.ru/> (Дата обращения 28.11.2015).
2. Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.12.2014 № 1382 «О размерах минимальной и максимальной величин пособия по безработице на 2015 год».
3. Ольга Чуракова «Новые известия» (<http://www.newizv.ru/>).

ОПТИМИЗАЦИЯ РАСХОДОВ РЕГИОНАЛЬНОГО БЮДЖЕТА

Есина Надежда Алексеевна

*студент Ульяновского государственного университета,
РФ, г. Ульяновск*

Заббарова Ольга Алексеевна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доц. Ульяновского государственного
университета,
РФ, г. Ульяновск*

В процессе исполнения бюджета любого уровня происходит расходование бюджетных средств на решение определенных вопросов. Расходование бюджетных средств отражает экономическую политику региона, характеризует эффективность функционирования, как государства, так и региона.

Структура и динамика исполнения бюджета Ульяновской области по расходам за 2013–2014 гг. представлены в таблице 1.

Таблица 1.

Структура и динамика исполнения бюджета Ульяновской области по расходам за 2013 и 2014 год [3; 4]

	2013 год		2014 год		% % к 2013 году
	Млн. рублей	Удельный вес в общей сумме расходов, %	Млн. рублей	Удельный вес в общей сумме расходов, %	
ВСЕГО	38547,4	100,0	39703,7	100,0	103
в том числе:					
Общегосударственные вопросы	2042,6	5,3	2223,0	5,6	108,8
Национальная оборона	38,5	0,1	39,7	0,1	103
Национальная безопасность и правоохранительная деятельность	462,6	1,2	476,4	1,2	103
Национальная экономика	5396,6	14,0	4724,7	11,9	87,5
Жилищно-коммунальное хозяйство	308,4	0,8	357,3	0,9	115,9
Охрана окружающей среды	0,4	0,0	0,38	0,0	95

Образование	7786,6	20,2	9131,9	23,0	117,3
Культура, кинематография	539,7	1,4	675,0	1,7	125,1
Здравоохранение	7786,6	20,2	8099,6	20,4	104
Социальная политика	9868,1	25,6	9608,3	24,2	97,4
Физическая культура и спорт	501,1	1,3	833,8	2,1	166,4
Средства массовой информации	192,7	0,5	198,5	0,5	103
Обслуживание государственного и муниципального долга	539,7	1,4	675,0	1,7	125,1
Межбюджетные трансферты общего характера	3083,8	8,0	2660,2	6,7	86,3

Бюджет Ульяновской области является социально ориентированным. Это мы может подтвердить данными таблицы 1. Наибольший удельный вес в общей сумме расходов в 2013 и 2014 гг. занимала, безусловно, социальная политика. Принимать какие-либо меры по оптимизации расходов в данной сфере очень сложно, поскольку это расходы, связанные с пенсионным обеспечением, социальным обслуживанием населения, социальным обеспечением населения, охраной семьи и детства и многими другими расходами.

На втором месте расходы на образование, а именно дошкольное образование, общее образование, среднее профессиональное образование, профессиональная подготовка, переподготовка и повышение квалификации, молодёжная политика и оздоровление детей и другие вопросы в области образования.

Замыкают тройку расходы на здравоохранение:

- стационарная медицинская помощь;
- амбулаторная помощь;
- медицинская помощь в дневных стационарах всех типов;
- скорая медицинская помощь;
- санаторно-оздоровительная помощь;

- заготовка, переработка, хранение и обеспечение безопасности донорской крови и её компонентов;

- санитарно-эпидемиологическое благополучие;

- другие вопросы в области здравоохранения.

Выделим основные направления по оптимизации расходов в сфере здравоохранения:

- расширение сферы деятельности подведомственных учреждений за счёт внедрения сервисных услуг;

- сдача в аренду неиспользуемого недвижимого имущества подведомственных государственных учреждений;

- поэтапный перевод круглосуточных коек в койки дневного стационара на дому и койки сестринского ухода. В 2014 году в сравнении с 2013 годом число коек круглосуточного пребывания в целом уменьшилось на 310 коек;

- замещение неотложной медицинской помощью вызовов скорой медицинской помощи, так как расходы на оказание неотложной медицинской помощи менее затратны, чем скорой медицинской помощи по укомплектованности бригад, оснащённости медицинским оборудованием автомобиля и перечню медикаментов. Замещение вызовов скорой медицинской помощи вызовами неотложной медицинской помощи в 2014 году составляет 11 % от общего объёма вызовов скорой медицинской помощи.

В сфере образования можно выделить следующие меры по оптимизации расходов областного бюджета:

- развитие государственно-частного партнёрства в отрасли образования;

- отмена социальных выплат, исходя из повышения оплаты труда работников бюджетных учреждений, как следствие, повышение уровня жизни указанных категорий населения (например, выплаты педагогическим работникам при выходе на пенсию);

- реорганизация муниципальных общеобразовательных организаций путём создания одного юридического лица - школы с сетью филиалов;

- реорганизация муниципальных дошкольных образовательных организаций: объединение в одно юридическое лицо на базе школы путём присоединения детских садов в форме дошкольных групп. Реорганизовано путём присоединения к общеобразовательным организациям 14 дошкольных образовательных организаций.

В области ЖКХ можно выделить следующие меры по оптимизации расходов бюджета Ульяновской области:

- переход от оплаты ежемесячной денежной выплаты на оплату жилищно-коммунальных услуг от стандарта стоимости ЖКУ к их фактическому потреблению. Средняя выплата определяется индивидуально для каждого льготника, исходя из потребленных конкретно им жилищно-коммунальных услуг (один раз в полгода размер ЕДВ на оплату ЖКУ корректируется по фактически начисленным за предшествующие 6 месяцев платежам по оплате ЖКУ);

- установление нормативов потребления коммунальных услуг в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации;

- устранение имеющихся дисбалансов при регулировании тарифов, включая ликвидацию перекрестного субсидирования и доведение уровня оплаты коммунальных услуг населением до 100 процентов установленных экономически обоснованных тарифов [2].

Расходы областного бюджета Ульяновской области за девять месяцев 2015 года исполнены на 75,3 % от общего объема, а именно 33041,3 млн. руб.

Главный финансовый документ на предстоящий 2016 год будет по-прежнему носить социально ориентированный характер. Основные параметры областного бюджета на 2016 год прогнозируются в следующих объемах: доходы – 37 млрд. 15,8 млн. рублей, расходы 38 млрд. 664,7 млн. рублей, дефицит – 1 млрд. 648,9 млн. рублей [1].

Если говорить об оптимизационных мероприятиях без привязки к отдельным разделам расходов, то целесообразно выделить следующие перспективные направления:

1. Эффективное внедрение принципа бюджетирования, ориентированного на результат.

2. Аутсорсинг части функции органов власти Ульяновской области сторонним организациям на контрактной основе [5].

В сложных социально-экономических условиях, в которых сейчас формируются и исполняются бюджеты всех уровней бюджетной системы РФ, одной из ключевых задач, на наш взгляд, является выработка и использование новых механизмов, направленных на оптимизацию и повышение эффективности бюджетных расходов, а также на ужесточение контроля за расходованием бюджетных средств и государственного (муниципального) имущества.

Правительством Ульяновской области уже на протяжении нескольких лет ведётся планомерная работа в этом направлении. Принимаются организационные и кадровые управленческие решения, а также нормативные правовые акты. Но, не смотря на всё это, необходимо с каждым годом усовершенствовать и выработать новые мероприятия по оптимизации расходов бюджета.

Список литературы:

1. <http://ufo.ulntc.ru/> (Дата обращения 05.12.2015).
2. <http://ulgov.ru/> (Дата обращения 06.12.2015).
3. Закон Ульяновской области № 69-ЗО от 03.06.2014 «Об исполнении областного бюджета Ульяновской области за 2013 год».
4. Закон Ульяновской области № 55-ЗО от 03.06.2015 «Об исполнении областного бюджета Ульяновской области за 2014 год».
5. Белоусова С.В. Проблемы оценки результативности бюджетных расходов // Менеджмент в России и за рубежом. 2009. № 6.

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКИ: ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ В СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ТНК

Земскова Александра Александровна

*магистрант Самарского государственного экономического университета,
РФ, г. Самара*

Козадаева Олеся Станиславовна

*магистрант Самарского государственного экономического университета,
РФ, г. Самара*

Печерская Эвелина Павловна

*научный руководитель, проф., д-р пед. наук
Самарского государственного экономического университета,
РФ, г. Самара*

Сегодня перед многими государствами встает проблема разрушения окружающей среды и поиск путей её сохранения. Деятельность ТНК только усиливает негативный эффект, наносимый природе. Поэтому намечается очень важный круг вопросов, требующих незамедлительного решения, чтобы сохранить то многообразие живого на планете, которое подарила нам природа. Уже сейчас человечеству стоит задуматься над результатами своей экономической деятельности.

В информационном обществе усиливается рост ТНК, растет конкуренция между ними. Сегодня роль транснациональных корпораций нельзя недооценивать. Они представляют собой мощный механизм воздействия на экономику страны и мира в целом. Практически в каждом государстве находятся представительства ТНК, которые следуют общей выработанной стратегии, опираются на единую научно-техническую и производственную базу. Сложность экологической деятельности транснациональных корпораций состоит в том, что им нужно предвидеть эффект от своей деятельности как в рамках страны, в которой они присутствуют, так и на мировом уровне.

В основном, крупные транснациональные корпорации России представлены сырьевым сектором, оказывающим очень серьезный отрицательный эффект на окружающую среду. Например, в результате

деятельности горно-металлургической компании «Норильский никель» по данным на 2013 год выброс загрязняющих веществ составил 12,7 %.

Ухудшение состояние окружающей среды заставляет изменять стратегию развития современных ТНК, делая упор на экологической составляющей своей деятельности.

Направленность компании на сохранение и сбережение природных ресурсов является весомым фактором увеличения конкурентоспособности, производимых ею товаров и оказываемых услуг.

Стоит отметить, что в настоящее время в силу широкого ассортимента товаров и услуг, конкурентоспособность компании определяется не только её ценовой политикой. Целевой сегмент, на который рассчитывают компании, обращают всё более пристальное внимания на то, как та или иная компания относится к ресурсам, которые подарила нам природа. Наиболее конкурентоспособными выступают компании, которые используют в своем производстве методы, способствующие сэкономить невозобновимые ресурсы, снизить риски, которые может понести окружающая среда в результате их деятельности.

Аспекты взаимовлияния конкурентоспособности и политики транснациональных корпораций в сфере экологии изучены слабо. Большинство исследований по этому вопросу нельзя назвать прикладными.

Существуют разные способы снижения нагрузки на экологию. Одним из известных методов является метод бережливого производства, основанный на опыте компании Тойота. Он базируется на многих факторах, которые приводят к снижению потерь от производства. Многие ТНК основываются на положениях системы экологического менеджмента. Суть этой системы состоит в создании такой стратегии ведения бизнеса, при которой возможно уменьшить негативное воздействие на природу, сделать бизнес более экологичным. Причем для того, чтобы добиться необходимого результата в сфере охраны окружающей среды, стандарты в области экологии должны

соблюдаться и приниматься во внимание при разработке решений на всех уровнях управления.

Очень активно западные корпорации соблюдают экологические стандарты в системе менеджмента качества – ISO 14000. Экологические стандарты носят рекомендательный характер. В них не установлена, например, норма выбросов загрязняющих веществ в атмосферу. Для получения соответствующего сертификата в компании вводятся определенные процедуры, согласно данному стандарту, назначаются ответственные за экологическую составляющую компании.

Как уже было отмечено, стандарты серии ИСО 14000 не являются обязательными. Но, не смотря на это, выходя на мировые рынки, российские компании стараются получить сертификат, чтобы улучшить свой имидж на мировой арене. Большинство зарубежных корпораций не хотят сотрудничать с компаниями без соответствующего сертификата. Многие транснациональные компании, выходящие на мировые рынки, получили сертификат ИСО 14000. Например, среди российских компаний это «Лукойл».

«Экологизация» корпорации требует очень серьезных и значительных финансовых вложений, начиная от стадии производства товара и заканчивая его утилизацией. Это расходы, связанные с уменьшением разрушающего воздействия на окружающую среду и выплату платежей, взимаемые из-за нарушения экологических норм.

Процесс применения более природосберегающих методов ведения деятельности в развивающихся странах проходит медленнее чем в развитых, достигших позитивных сдвигов в сторону сохранения окружающей среды. Что объясняется не достаточным развитием способов регулирования экономического механизма. Транснациональные корпорации, которые ведут свою деятельность в этих странах, имеют там разное значение. Если ТНК находятся в странах с плохо развитой законодательной базой в сфере охраны природы, то они оказывают отрицательный эффект. Но бывает, что корпорации

привносят свои нормы и стандарты в области защиты окружающей среды, порой даже выше норм этого государства.

В нашей стране присутствует очень много дочерних предприятий ТНК, оказывающих разрушительное влияние на природу, в связи с не развитостью, и слабостью законодательства в области охраны окружающей среды, отсутствием контроля за соблюдением стандартов в данной области. Так же для роста конкурентоспособности наших компаний на мировом рынке, нам необходимо изучать опыт регулирования законодательства в сфере охраны окружающей среды.

Как известно, международные соглашения об охране природы налагают ответственность больше на государство, а не на сами ТНК. Таким образом, становится практически невозможно проконтролировать результаты деятельности корпораций. Можно надеяться только на добровольное сдерживание деятельности ТНК, которая негативно влияет на окружающую среду.

Так как транснациональные корпорации являются одними из ведущих мировых производителей товаров и услуг, они сами могут диктовать выгодные для них меры регулирования экологических норм. Многие государства ужесточают требования к корпорациям в области охраны природы. Но встречаются примеры уменьшения влияния государственных органов или ослабление влияния каких-либо факторов. Аналогично, мнения народного большинства подвержены изменениям в данном вопросе. Можно сказать, что в странах с развитой экономикой законодательно меры охраны окружающей среды закреплены более жестко.

Исходя из мирового опыта в практике охраны природы, можно говорить об изменении поведения ТНК при изменении основных факторов (Рисунок 1 Возможное поведение ТНК при изменении основных факторов) [2, с. 35].



Рисунок 1. Возможное поведение ТНК при изменении основных факторов

Подводя итог всему вышесказанному, можно сделать вывод, что экологическая составляющая в деятельности транснациональных корпораций очень велика не только в сфере сохранения окружающей среды, но и как основной фактор повышения конкурентоспособности ТНК.

Список литературы:

1. Влияние ТНК на различные аспекты общественной жизни – [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://sibac.info/10905> (Дата обращения 6.12.2015).
2. Герасимчук И. Экологическая практика транснациональных корпораций / Иветта Герасимчук. – М.: Всемирный фонд дикой природы (WWF), 2007. – 92 с.
3. Масленникова И.С., Кузнецов Л.М., Пшенин В.Н. Экологический менеджмент. Учебное пособие. – СПб.: СПбГИЭУ, 2005. – 124 с.

СУЩНОСТЬ И СТРУКТУРА ТЕНЕВОЙ ЭКОНОМИКИ

Калошина Анастасия Яковлевна

*студент Пензенского государственного университета,
РФ, г. Пенза*

Светлана Георгиевна Михнева

*научный руководитель, д-р экон. наук, проф.
Пензенского государственного университета,
РФ, г. Пенза*

Теневая экономика является чрезвычайно актуальной и болезненной проблемой для мировой экономики в целом и для российской экономики в частности.

Значительное препятствие обеспечению устойчивого развития экономики происходит из-за распространения в странах мира теневой экономики. Функционирование теневой экономики приводит к существенному сокращению в структуре доходов бюджета части налоговых поступлений, что ставит под угрозу выполнение важных государственных программ. Поэтому наиболее перспективное направление расширения доходов – это привлечение теневых оборотов в сферу легального бизнеса.

Производительность нелегальных товаров и услуг, сокрытие доходов, оборот неучтенной наличности, коррупция – все это привело к угрожающему перетеканию денег из легального сектора экономики в теневую.

Массовость, масштаб и динамика теневых процессов свидетельствуют о наличии трудностей в реформировании экономики нашей страны и большой проблеме, кроющейся внутри такого института, как государство [2, с. 216].

Примеры теневого бизнеса имеют различия не только в масштабах деятельности, но и в формах ведения хозяйствования. Участники теневого сектора приспособляются к самой различной среде и ведут свой бизнес с учетом сегодняшних реалий. Неоднозначность в определении сущности теневой экономики создает трудности в выработке определения и отражении специфики феномена. Каждый автор имеет свое субъективное мнение и руководствуется своими критериями и подходами в зависимости

от поставленных теоретических и прикладных задач, рассматривая объект изучения в определенной плоскости [3, с. 47].

В качестве примера рассмотрим определения теневой экономики несколькими учеными.

Д-р экон. наук, профессор Улыбин К.А. выразил свое мнение о том, что теневая экономика – это экономика, противоположная нормальной (полезной). Если экономические явления не выходят за рамки законности, то их не выделяют в особый вид экономики. Поэтому теневая экономика обобщает в себя те виды деятельности, которые имеют негативный, отрицательный характер и приносят ущерб обществу. Полезный характер деятельности для общества является важнейшим критерием [4, с. 259].

Для выделения теневых экономических процессов используется критерий нанесения вреда обществу и его членам, присвоение нетрудовых доходов. Допустим, что критерий получения нетрудовых доходов можно не учитывать в силу его явного несоответствия современному типу экономики, однако критерий общественного вреда вызывает массу сомнений и едва ли может быть воспринят без оговорок в силу своей всеохватности.

Этот подход имеет недостаток – он расширяет изучаемую сферу теневой экономики настолько, что в ее состав попадают вполне легальные, но экономически неэффективные для государства и общества формы экономических отношений, к которым можно отнести различные несовершенства рынка и деятельность государства.

Выдающийся американский экономист Вито Танзи предлагает определять теневую экономику, как часть ВВП, которая из-за отсутствия в отчетности и (или) занижения ее величины не отражена в официальной статистике.

По мнению канд. экон. наук, доцента ФГБОУ ВПО «МГУ им Н.П. Огарева» Лизиной О.М., теневая экономика определена как система особых экономических отношений, которые складываются между отдельными индивидами, группами индивидов, институциональными единицами по производству, распределению, перераспределению, обмену и потреблению

материальных благ и услуг и определяются общим состоянием экономики, уровнем жизни населения и исходящими от государства ограничениями [1, с. 160].

Учитывая вышенаписанное можно сказать следующее, теневая экономика – это деятельность, включающая противозаконную и преступную, которая охватывает все сферы функционирования экономики и стадии процесса воспроизводства, направленная на получение преимущественно незаконных доходов в результате распределения и перераспределения ВВП, а в ряде случаев ВНД, что негативно влияет на социально-экономическое развитие общества [2, с. 218].

Основные составляющие теневой экономики:

1) Легальная и подпольная производственно-сбытовая деятельность различных субъектов хозяйствования, направленная на удовлетворение потребностей. Осуществляется в неконтролируемых государством формах с целью присвоения дохода и уклонения от уплаты налогов и других платежей.

2) Фиктивная экономическая деятельность, связанная с фальсификацией и мошенничеством.

3) Криминальная экономика, связанная с наркобизнесом, торговлей детьми, оружием, человеческими органами для их трансплантации, а также присвоением доходов в процессе преступной деятельности [5, с. 20].

Теневая экономика, является хозяйственной деятельностью, которая развивается вне государственного учета и контроля, а потому не отображается в официальной статистике. Теневые предприятия не перераспределяют собственных доходов в бюджеты и государственные целевые фонды, они не платят налоги максимизируя собственные доходы.

Теневая экономика делится на три группы, в отношении масштабов и субъектов осуществления – это вторая теневая экономика, серая теневая экономика и черная теневая экономика.

Под второй теневой экономикой имеется ввиду запрещенная законом деятельность – это приводит к скрытому перераспределению ранее созданного

НД. С точки зрения общества вторая теневая экономика не производит никаких новых товаров или услуг, а выгодами, получаемыми от нее, пользуются одни люди за счет потерь, которые несут другие люди.

Под серой теневой экономикой подразумевается экономическая деятельность по производству и реализации обычных товаров и услуг, которая разрешена законом, но не регистрируется (малый бизнес).

Под черной теневой экономикой принято считать запрещенную законом экономическую деятельность, связанную с производством и реализацией запрещенных и дефицитных товаров и услуг (товар и производство полностью не соответствуют законодательству) [7, с. 4].

По мнению Амедуева А.Ш., неправомерно включать в структуру теневой экономики блок нелегальной (криминальной и иной противоправной) деятельности (Евростат рекомендует учитывать при расчетах ВВП некоторые ее виды). В этот блок обычно включают коррупцию, воровство, хищения, грабежи, контрабанду, наркобизнес, мошенничество, вымогательство, рэкет, откаты и т. д. Все криминальные действия преступны и не могут относиться к экономической деятельности [9; 153].

Крайне важно учитывать, что проблема теневой экономики выходит за рамки правовых отношений и имеет макроэкономическую природу. Основные последствия теневой экономики несут за собой потерю действенности рычагов денежно-кредитной политики через значительный объем оборотов валютной массы, которая не попадает под регулирование средствами банковской системы, также потерю действенности фискальных инструментов, расточительство дефицитных бюджетных ресурсов, потерю потенциала социальной политики, упадок социальной сферы, распространение теневой занятости, рост дифференциации доходов населения, снижение уровня накопления в обществе, потерю инвестиционного потенциала, утечку ресурсов из процесса общественного воспроизводства, торможение перехода к инновационной модели развития из-за недостаточного развития

инвестирования и неэффективного воспроизводства человеческого капитала [3, с. 49].

В научной литературе, как правило, рассматривается влияние теневого сектора именно на экономическое развитие. Прямое влияние проявляется в занижении официальных показателей, по которым оценивается экономический рост. Если мы рассматриваем ВВП как основной показатель экономического роста, то в результате прямого воздействия теневого сектора национальная экономика фактически недополучает доходы в форме оплаты труда наемных работников, валового дохода и налоговых поступлений (за исключением субсидий на производство и импорт).

Косвенное влияние теневой экономики проявляется в воздействии на эффективность макроэкономической политики, с точки зрения роста ошибок макроэкономического регулирования. Отрицательные последствия теневого сектора проявляются в искажении макроэкономических результатов, что негативно сказывается как на прогнозировании, так и на выборе методов государственной экономической политики, которые могут оказаться ошибочными.

Проявляется косвенное влияние на экономический рост в:

1) Деформации налогово-бюджетного регулирования, в нарушениях принципов налогообложения, неравномерности налоговой нагрузки, уменьшении доходной и расходной частей государственного бюджета, недофинансировании экономики в системе социального страхования

2) по причине деформации системы перераспределения доходов.

3) Деформации денежно-кредитного регулирования, а именно: недостоверность структуры платежного баланса, что приводит, в конечном счете, к деформации структуры потребления и инфляционных процессов к увеличению инвестиционных рисков и уменьшению валовых накоплений.

4) Деформации внешнеэкономического регулирования, при уменьшении потенциальных возможностей участия страны в мировой торговле и разделении труда [6, с. 21].

Относительно деформаций в налогово-бюджетном регулировании, необходимо заметить, что неэффективно проведенная налоговая политика приводит к деформации во всех отраслях и сферах деятельности. Уклонение от налогов одной группы налогоплательщиков приводит к необходимости взимания недостающей части налогов с тех, кто их платит. При усилении налогового бремени постепенно происходит увеличение группы неплательщиков. Мотивация таких субъектов хозяйствования бывает разной. В результате государство недополучит доходную часть от налогов в большом объеме. В первую очередь это сказывается на социальной сфере, поскольку выплаты на социальные помощи (пенсии, пособия и т. д.) обеспечиваются за счет налогов [1, с. 163].

На этом фоне закономерно сделать вывод о том, что наличие неконтролируемого сектора теневой экономики ставят под угрозу как реализацию политики модернизации, внедрения инноваций и привлечения инвестиций в экономику страны, так и экономическую безопасность государства в целом. Во многих странах осознают, что бесперспективно и опасно инвестировать средства в стране, где не работают государственные законы, отсутствуют гарантии безопасности капитала и личности, где многое решают алчные коррупционеры и воровские законы. Указом президента РФ от 12 мая 2009 года № 537 утверждена Стратегия национальной безопасности Российской Федерации до 2020 года. В данном документе экономическая безопасность определяется как самостоятельный объект государственного мониторинга и управления на основе идентификации соответствующих видов угроз и принятия мер к их устранению.

Главными стратегическими рисками и угрозами национальной безопасности в экономической сфере на долгосрочную перспективу является – сохранение экспортно-сырьевой модели развития национальной экономики, снижение конкурентоспособности и высокая зависимость ее важнейших сфер от внешнеэкономической конъюнктуры, потеря контроля над национальными ресурсами, ухудшение состояния сырьевой базы промышленности

и энергетики, неравномерное развитие регионов и прогрессирующая недостаточность труда, низкая устойчивость и защищенность национальной финансовой системы, сохранение условий для коррупции и криминализации хозяйственно – финансовых отношений, а также незаконной миграции. Также является очевидным, что рост неконтролируемого сектора экономики становится той угрозой, которая в первую очередь ведет к потере контроля над национальными ресурсами, снижению устойчивости и защищенности национальной финансовой системы, является благоприятной средой для развития коррупции и криминализации хозяйственно – финансовых отношений, увеличению потоков незаконных мигрантов. Таким образом, выстраивается следующая взаимозависимость – теневая экономика является угрозой инвестициям и инновациям, которые становятся на среднесрочную перспективу ведущими факторами экономической безопасности России в целом. Модернизация в свою очередь невозможна без инвестиций в инновации [8].

Существует необходимость противодействия процессу тенизации, для этого нужно использовать сбалансированный подход. Главным инструментарием в сложившейся ситуации является создание основного фонда для резидентов страны, который во временном периоде будет аккумулировать в себе прибыль, полученную организациями-участниками, находящимися на территории особой зоны.

Теневая экономика и ее легализация составляют не только резерв увеличения налогооблагаемой базы. Это, с одной стороны сфера выживания значительной части населения, с другой стороны – мощный фактор торможения экономического роста, общественно-политической нестабильности, нравственной деградации общества. Необходимо на научной основе разработать и реализовать кардинальные меры в этой области, выявить долгосрочные цели и этапы легализации теневой экономики, принять федеральную и региональные государственные целевые программы. В этом случае нам удастся найти адекватный ответ на широкое распространение теневой экономики в мире [9; 158].

Список литературы:

1. Балашов А.И., Имамов Т.Д. Теневая экономика: понятие и методы оценки // Вестник Московского университета МВД России. – 2013. – № 4. – С. 159–165.
2. Баротов Ф.Б. Теневая экономика // В сборнике: Наука и молодежь: проблемы, поиски, решения труды всероссийской научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых. СГИУ Новокузнецк, 2013. – С. 216–219.
3. Вакуленко К.Э. Теневая экономика: причины и формы, влияние на экономическую систему // Общество: политика, экономика, право. – 2013. – № 2. – С. 46–49.
4. Дронов Р.В. Теоретические подходы к определению сущности и структуры теневой экономики // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. – 2010. – № 92. – С. 258–262.
5. Корчагин Ю.А. О теневой экономике в регионах РФ в 2013–2014 годах [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vrn.mk.ru/articles/2014/12/17/o-tenevoy-ekonomike-v-regionakh-rf-v-201314-godakh.html> (Дата обращения 20.11.2015).
6. Костин А.В. Теневая экономика: понятие, сущность, содержание, тенденция развития // Сибирская финансовая школа. № 1 (102). – 2014.15 – 23.
7. Михнева С.Г. Микроэкономика // Лекции. – 2014. – С. 4.
8. Указ Президента РФ от 12.05.2009 № 537 (ред. от 01.07.2014) «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации до 2020 года» // «Российская газета», № 88, 19.05.2009. 59.
9. Andrey Kotkovsky (Executive Editor) NP Russian Federation Voprosy Ekonomiki – [Issues of Economics]. – 2015, № 9. – 160.

БЮДЖЕТНЫЙ ПРОЦЕСС: СУЩНОСТЬ, УЧАСТНИКИ, ЭТАПЫ

Ключникова Елена Сергеевна

*студент, Экономико-математический факультет, УлГТУ,
РФ, г. Ульяновск*

Бабкина Елена Викторовна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доц.,
Экономико-математический факультет, УлГТУ,
РФ, г. Ульяновск*

Бюджетный процесс – это комплекс мероприятий исполнительных и представительных органов власти по разрабатыванию и использованию финансово-бюджетной политики и координированию бюджетной системы.

Другими словами, бюджетный процесс – это составление, рассмотрение, утверждение и исполнение всех видов государственного бюджета. Государственный бюджет является самым важным финансовым документом страны, в котором определяются потребности, удовлетворяющие за счет средств государственной казны, а также источники и размеры прогнозируемых поступлений в стране.

Под бюджетным периодом понимается время, в течение которого протекает бюджетный процесс. Как правило, бюджетный период длится три с половиной года. Очень часто путают понятия «Бюджетный период» и «Финансовый год». Эти понятия очень важны для бюджетного процесса. Под финансовым годом подразумевается календарный год (с 1 числа первого месяца текущего года по 31 число последнего месяца текущего года).

Согласно статье 152 Бюджетного Кодекса РФ, участниками бюджетного процесса считаются: Президент Российской Федерации; высшее должностное лицо субъекта Российской Федерации, глава муниципального образования; законодательные органы государственной власти и представительные органы местного самоуправления; исполнительные органы государственной власти; Центральный банк Российской Федерации; органы государственного (муниципального) финансового контроля; органы управления государственными внебюджетными фондами; главные распорядители

бюджетных средств; главные администраторы доходов бюджета; главные администраторы источников финансирования дефицита бюджета; получатели бюджетных средств.

Так же существует и другая классификация участников бюджета, более упрощенная, в нее входят: Президент Российской Федерации, представительные органы государственной власти, исполнительные органы государственной власти, Банк России (он же Центральный банк Российской Федерации), главный распорядитель бюджетных средств, распорядитель бюджетных средств, бюджетополучатель (или бюджетное учреждение) и контрольно-счетные органы Российской Федерации.

Представительные органы государственной власти анализируют и принимают проекты бюджетов, а в дальнейшем осуществляют контроль исполнения бюджетов.

Исполнительные органы государственной власти составляют бюджет, передают проект представительным органам власти и представительным органам местного самоуправления с обязательным пакетом документов и материалами.

Центральный банк Российской Федерации вместе с Правительством Российской Федерации формирует и передает Государственной Думе основные направления денежно-кредитной политики государства, так же обслуживает счета Казначейства Российской Федерации, счета государственных целевых внебюджетных фондов, счета территориальных бюджетов.

Главный распорядитель бюджетных средств – это орган исполнительной власти, который первый получает бюджетные средства, обладает правом рассредоточивать их между распорядителями и получателями. Он подготавливает роспись доходов и расходов распорядителей бюджетных средств и получателей, одобряет им сметы доходов и расходов, производит контроль рационального использования бюджетных средств.

Распорядитель бюджетных средств – это орган исполнительной власти или орган местного самоуправления, который имеет полномочия распределять бюджетные средства получателями.

Бюджетополучатель – это бюджетное учреждение или организация, у которой есть право получать бюджетные средства, согласно бюджетной росписи на соответственный год.

Контрольно-счётные органы реализовывают контроль исполнения бюджета, а также проводят проверку отчетов об использовании бюджетов и внебюджетных фондов. Представителями контрольно-счетных органов являются: Счётная палата Российской Федерации, контрольно-счётные палаты субъектов Российской Федерации и муниципальных образований.

У бюджетного процесса есть 4 хронологических стадии, такие как: создание проекта бюджета, разбор и утверждение, исполнение бюджета, составление отчета об исполнении бюджета.

Создание проекта бюджета – будущий проект бюджета начинается за 18 месяцев до начала финансового года и выстраивается на основе прогноза социально-экономического развития. Проект бюджета составляется и утверждается сроком на 3 года – очередной финансовый и плановый период.

Рассмотрение бюджета начинается за полгода до его принятия. В закон (решение) о бюджете должны включаться основные параметры бюджета: общий объём доходов, расходов бюджета, дефицит или же профицит бюджета и другие показатели. Для того, чтобы утвердить бюджет предполагается три чтения.

Сам процесс утверждения бюджета начинается с парламентских слушаний, на которых изучаются бюджетные послания.

Первое чтение – это первая стадия обсуждения законопроекта на заседании нижней палаты. На этом этапе выносятся на рассмотрение общая концепция законопроекта, его основные принципы, проводится анализ его соответствия конституции. По результатам первого чтения проект может быть передан в профильный комитет, который готовит его ко второму чтению.

В России первое чтение начинается с доклада инициатора законопроекта и содоклада ответственного комитета Государственной Думы. При обзоре законопроектов, требующих расходов из федерального бюджета, заслушивается также заключение правительства. По результатам первого чтения Государственная дума может согласовать законопроект, продолжив работу над ним, отклонить законопроект, провести закон или провести решение о вынесении законопроекта на всенародное обсуждение. При принятии законопроекта следующие этапы рассмотрения не нужны.

Второе чтение состоит из работы с предложенными поправками и голосовании по отдельным из них. В итоге второго чтения законопроект бюджета может быть принят или отклонен.

Третье чтение представляет процедуру завершающего принятия законопроекта как закона. Изменения на этой стадии уже не обсуждаются. В Российской Федерации по требованию большей части депутатов может быть произведен возврат законопроекта к стадии чтения.

После прохождения законопроектом всех трех чтений, он направляется на утверждение Советом Федераций, далее Президент Российской Федерации подписывает законопроект о принятии бюджета, и данный документ вступает в силу.

В Российской Федерации принято казначейское исполнение бюджетов. Органы исполнительной власти обеспечивают исполнение бюджетов, координирование счетов бюджетов и бюджетных средств. Осуществление бюджетов всех уровней происходит на основе бюджетной росписи, которая создается главным распорядителем по распорядителям и получателям бюджетных средств.

Общая методология и стандарты бюджетного учета и бюджетной отчетности устанавливаются Министерством финансов Российской Федерации.

Бюджетный учет – это упорядоченная система получения, регистрации и подытоживания информации в денежном эквиваленте о состоянии финансовых и нефинансовых активов и обязательств Российской Федерации,

субъектов Российской Федерации и муниципальных образований, а также о действиях, вносящих изменения в указанные активы и обязательства.

Список литературы:

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 № 145-ФЗ (ред. от 03.11.2015) часть 3.
2. Иванец Г.И., Калининский И.В., Червонюк В.И. Чтение законопроекта // Конституционное право России: Энциклопедический словарь / Под общ. ред. проф. В.И. Червонюка. – М.: Юридическая литература, 2002. – С. 499. – 432 с.
3. Литовских А.М. Финансы, денежное обращение и кредит: учебное пособие / А.М. Литовских, И.К. Шевченко. – Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2003.
4. Финансы: учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям, специальности «Финансы и кредит» / Под ред. Г.Б. Поляка. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 703 с.
5. Финансы и кредит: учебно-методическое пособие для самоподготовки к практическим занятиям (в вопросах и ответах) / сост. А.Н. Казанская – Таганрог: ЮФУ, 2007.

ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ КАК ФАКТОР СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

Костромин Александр Олегович

*студент Ульяновского государственного университета,
РФ, г. Ульяновск*

Погодина Елена Александровна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доц.
Ульяновского государственного университета,
РФ, г. Ульяновск*

В современных условиях на первое место выходит человек и вложения в него как источник роста, более важный и значимый, чем капиталовложения. В Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации до 2020 г. подчеркивается, что для перехода к инновационному социально-ориентированному типу экономического развития необходима реализация ряда направлений, одним из которых является формирование и развитие человеческого капитала. Формирование человеческого капитала и повышение качества жизни населения – это приоритетные направления социально-экономической политики всех регионов РФ.

Региональный человеческий капитал оценивается долей населения с определенным уровнем образования, дохода и продолжительности жизни. Конкурентоспособность территории напрямую зависит от знаний и навыков населения региона, а качество человеческого капитала отражается в уровне образования, уровне профессиональной подготовки кадров, высокой квалификации трудоспособного населения. Эффективность регионального человеческого капитала зависит от уровня заработной платы в регионе, развития инфраструктуры региона, сферы здравоохранения, образования и культуры.

«Инновационные регионы создают динамически конкурентоспособную экономическую среду, которая формирует рынок. Наличие региональных активов знаний через местные университеты, исследовательские институты

обеспечивает инновационность региона. Местные исследования развивают региональные бизнес-структуры и генерируют локальную рабочую силу» [1].

Если анализировать различные определения человеческого капитала, то можно сделать вывод о том, что главными его компонентами являются капитал образования (знания, умения, навыки, компетенции), капитал культуры и капитал здоровья. Одним из методологических подходов к оценке качества человеческого капитала является расчет ИРЧП на основе данных официальной статистики.

О динамике индекса развития человеческого потенциала по Ульяновской области можно судить по данным таблицы 1 и рисунка 1 [2, с. 55].

Таблица 1.

Динамика ИРЧП по Ульяновской области

2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
0,740	0,739	0,744	0,747	0,755	0,769	0,777	0,786	0,785	0,790	0,793	0,794	0,811

За период с 2001 г. по 2013 г. наблюдается рост индекса развития человеческого потенциала по Ульяновской области с 0,740 до 0,811, абсолютный прирост составил 0,071 или 9,6 %.

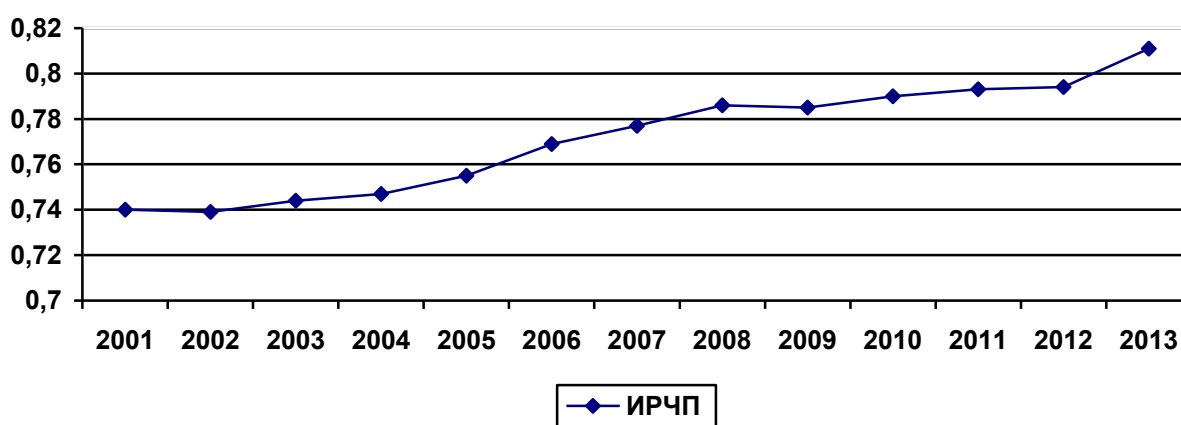


Рисунок 1. Динамика ИРЧП по Ульяновской области

Индекс развития человеческого потенциала рассчитывается как среднее арифметическое из индекса грамотности, индекса долголетия и индекса дохода.

О месте Ульяновской области по ИРЧП среди регионов ПФО можно судить по данным таблицы рисунка 2.

Таблица 2.

Ранжирование регионов ПФО по ИРЧП, 2013 г.

Регион	Индекс дохода	Индекс долголетия	Индекс образования	ИРЧП	Место в рейтинге
Республика Татарстан	0.913	0.757	0.922	0.864	1
Оренбургская область	0.884	0.721	0.922	0.842	2
Республика Башкортостан	0.850	0.730	0.915	0.832	3
Удмуртская Республика	0.838	0.716	0.930	0.828	4
Самарская область	0.847	0.713	0.922	0.827	5
Пермский край	0.863	0.695	0.924	0.827	6
Саратовская область	0.820	0.733	0.918	0.824	7
Нижегородская область	0.844	0.700	0.917	0.820	8
Чувашская Республика	0.781	0.727	0.928	0.812	9
Ульяновская область	0.798	0.723	0.911	0.811	10
Республика Мордовия	0.783	0.735	0.911	0.810	11
Кировская область	0.770	0.723	0.930	0.808	12
Пензенская область	0.768	0.735	0.904	0.802	13
Республика Марий Эл	0.780	0.703	0.906	0.796	14

В 2013 году Ульяновской области среди всех регионов ПФО занимает 10 место по индексу развития человеческого капитала и его значение составляет 0,811, что ниже лучшего показателя (Республика Татарстан) на 6,1 % или на 0,053 пункта в абсолютном выражении. Среднее значение показателя по всем регионам Приволжского федерального округа составило 0,822. Значение показателя по Ульяновской области ниже среднего на 0,011.

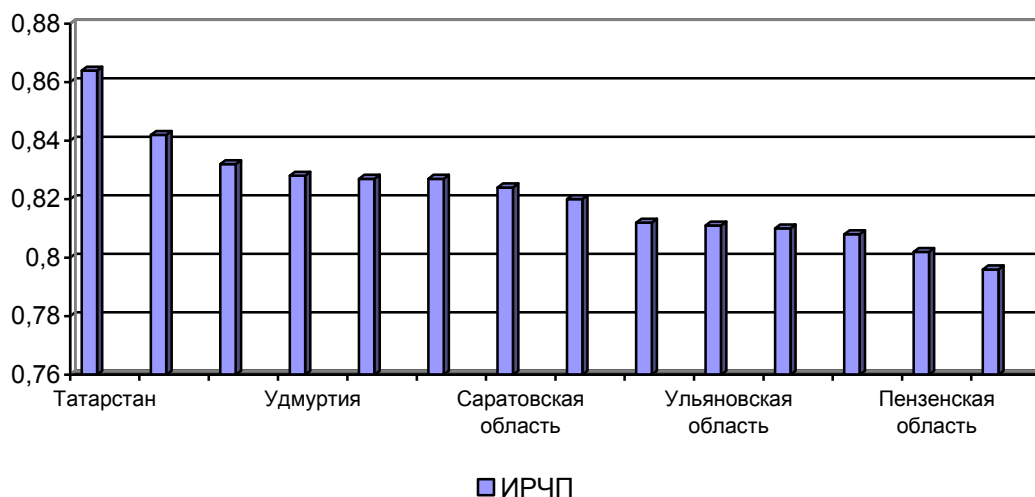


Рисунок 2. Ранжирование регионов ПФО по ИРЧП, 2013 г.

При этом по индексу дохода Ульяновская область занимает 9 место, по индексу долголетия – 9 место, по индексу образования – 11 место (рисунок 3).

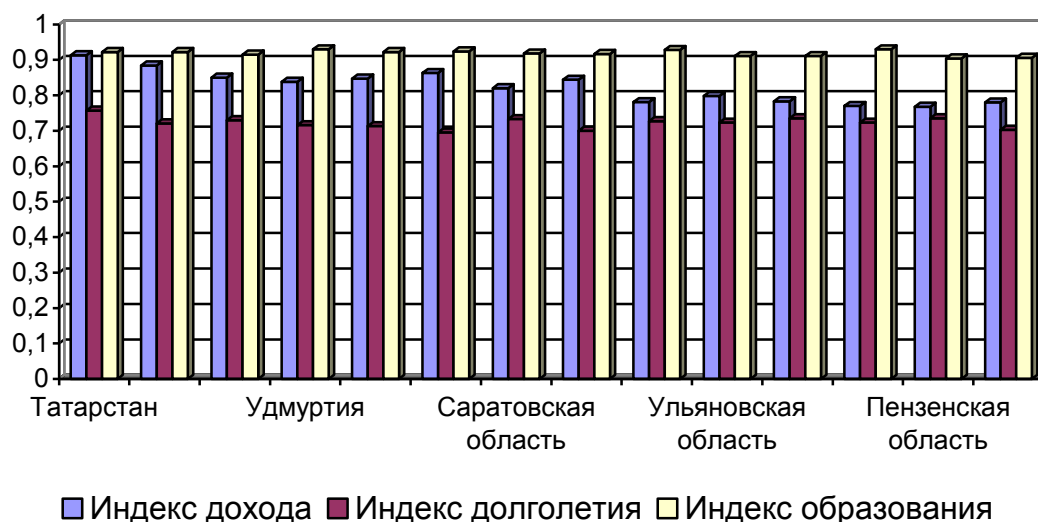


Рисунок 2. Сравнительный анализ индексов дохода, долголетия и образования по регионам ПФО, 2013 г.

Наилучшее значение по всем регионам ПФО имеет индекс образования, его показатели варьируют от 0,904 в Пензенской области до 0,930 в Кировской области. Среднее значение индекса развития человеческого потенциала по всем

регионам Приволжского федерального округа составило 0,918. Значение показателя по Ульяновской области ниже среднего на 0,007.

Второе место по величине показателя среди индексов, составляющих ИРЧП занимает индекс дохода. Среднее значение индекса дохода по всем регионам Приволжского федерального округа составило 0,824. Значение показателя по Ульяновской области ниже среднего на 0,026. По данному показателю наблюдается наибольшее отставание.

Самое низкое значение по всем анализируемым территориям имеет индекс долголетия, на что в большей степени оказывает влияние низкая продолжительность жизни, что характерно не только для ПФО, но и для РФ в целом. Среднее значение индекса долголетия по всем регионам Приволжского федерального округа составило 0,722. Значение показателя по Ульяновской области выше среднего на 0,001.

Анализ индекса развития человеческого потенциала показал наличие следующих проблем:

- Межрегиональная структура человеческого потенциала по Приволжскому федеральному округу неоднородна. Существует небольшое количество благоприятных территорий, предоставляющих достаточные возможности для комплексного развития человеческого капитала – это Республика Татарстан, Оренбургская область, Республика Башкортостан. В большинстве же регионов присутствуют те или иные факторы, препятствующие этому.

- Наибольшая дифференциация наблюдается в уровне доходов населения. Размах вариации по индексу доходов составляет 0,145, тогда как по индексу долголетия – 0,057, а по индексу образования – 0,026.

- Существенно снижает значение ИРЧП индекс долголетия, что говорит о наличии проблем по регионам ПФО в области здравоохранения, отсутствия культуры здорового образа жизни и др.

Исходя из этого, можно выделить следующие направления их решения.

Первоочередной задачей органов государственной власти является создание необходимых условий для улучшения состояния здоровья всего населения региона: совершенствование системы здравоохранения, поощрение здорового образа жизни и создания условий труда, не наносящих вреда здоровью (на вредных и опасных производствах, где создание таких условий невозможно, необходима, по крайней мере, оптимизация существующих условий). Немаловажны также проблемы улучшения доступа населения к медицинским услугам и повышения их качества.

Другой важной проблемой, ограничивающей развитие человеческого потенциала, являются низкие доходы населения.

Основным источником доходов населения России, по данным статистики, является заработная плата. Соответственно, проблема доходов во многом связана с проблемой оплаты труда. Поэтому отношение к формированию достойной оплаты труда со стороны государства и бизнеса в современных условиях должно быть справедливое и ответственное.

Приоритетными направлениями совершенствования рынка труда должны стать: развитие системы профессионального образования, курсов повышения квалификации при службах занятости; создание новых рабочих мест и поощрение самозанятости; улучшение системы социального обеспечения безработных с учетом покупательной способности пособий по безработице.

Список литературы:

1. Носкова К.А. Многоуровневая модель формирования человеческого капитала // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2014. № 10 – [Электронный ресурс] – Режим доступа – URL: <http://ekonomika.snauka.ru/2014/10/6067>.
2. Погодина Е.А., Катаев Е.Н. Миграционные проблемы Ульяновской области и их связь с миграционной политикой // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2013. № 19. – С. 58–63.
3. Проблемы эффективности государственного управления. Человеческий капитал территорий: проблемы формирования и использования: монография / Г.В. Леонидова, К.А. Устинова, А.В. Попов, А.М. Панов, М.А. Головчин, Т.С. Соловьева, Е.А. Чекмарева; под общ. ред. А.А. Шабуновой. – Вологда: Институт социально-экономического развития территорий РАН, 2013. – 184 с.

ПЕРЕХОД НА МСФО: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Куртаева Мадина Гаджимагомедовна

*магистр 1 года обучения,
Дагестанского государственного университета,
РФ, Республика Дагестан, г. Махачкала*

Алиева Надживат Магомедовна

*научный руководитель, ст. преподаватель
Дагестанского государственного университета,
РФ, Республика Дагестан, г. Махачкала*

В статье рассмотрены основные принципы и положения МСФО. Проведен анализ сравнения основных отличий между МСФО и ПБУ в части финансовой отчетности. Рассмотрены проблемы применения МСФО российскими предприятиями и необходимость внедрения МСФО в Российской Федерации. Исследованы пути решения данных проблем, а также различные варианты сближения стандартов.

Финансовая отчетность в настоящее время играет огромную роль в деятельности всех без исключения компаний и организаций. Масштабное сближение мировых экономик, многосторонние сделки, заключаемые государствами, а также отдельно взятыми фирмами влекут к созданию общепринятых мировых стандартов финансовой отчетности МСФО (International Financial Reporting Interpretations Committee). В настоящее время невозможно игнорировать МСФО, так как привлечение инвестиций позволяет предприятию расширяться, наращивать свои обороты, тем самым увеличивать свою прибыль и дальше развиваться, выходя на более новые уровни производительности. Для того, чтобы все это произошло, инвестор должен видеть куда он вкладывает деньги и сможет ли он в будущем получить прибыль на, которую рассчитывает. МСФО позволяют предпринимателям развиваться в более широком направлении и ориентироваться на зарубежные рынки сбыта, тем самым в – первую очередь это необходимо для самих предприятий и организаций, имеющих свой бизнес или свое дело. Необходимость внедрения международных стандартов с каждым годом лишь увеличивается

и своевременный и постепенный переход отечественных компаний к принятым во всем мире формам отчетности, позволит в дальнейшем получить наибольшую выгоду. Опыт российских предприятий, уже работающих по МСФО, а также европейский подход к внедрению МСФО позволяют достаточно объективно оценить проблемы и перспективы данного процесса.

Сравнивая принципы МСФО и ПБУ (The provisions on accounting) можно сделать один существенный вывод, различие заключается в абсолютно разных подходах к учету [3, с. 15].

Проведем сравнительный анализ принципов построения (The basic principles of accounting) системы МСФО и ПБУ. Принцип справедливой стоимости, рассматривая данный принцип ясно следующее, международная отчетность позволяет справедливо и реально точно определить стоимость организации или предприятия на сегодняшний день. В российских же стандартах дается лишь остаточная стоимость. Конечно, определять справедливую стоимость куда сложнее, для этого нужно корректировать суммы на инфляционные составляющие, а также списать средства, которые не используются в процессе производства [2, с. 21].

Принцип приоритета экономического содержания над правовой формой, т. е. МСФО исходит из того, что данный принцип повышает надежность финансовой отчетности. Имеется ввиду, что цифры, содержащиеся в отчетах, имеют наибольшую ценность, чем правовая форма самого отчета. Что касается российских стандартов, то бухгалтерская отчетность должна не противоречить нормативным актам по бухгалтерскому учету.

В МСФО принцип прозрачности раскрывается в отражении в отчетности наибольшего объема информации имеющие непосредственно существенное значение для предприятия, тем самым инвесторы и иные заинтересованные лица могут получить достаточные данные для принятия необходимого решения. В ПБУ этот принцип практически не реализуется, так как данные требования не являются строгими. И как мы знаем, отчетная информация в России предназначена больше для налоговых и статистических органов,

нежели для иных пользователей. Поэтому многие очень важные моменты просто не отражаются в отчетах.

Согласно принципу соответствия, расходы по МСФО отражаются в том периоде, в котором ожидаются получение доходов, тогда как в отечественном стандарте расходы фиксируются после выполнения необходимых требований в плане документации. Именно формальные требования и требуемая необходимость наличия соответствующих документов, не дает возможности российским предприятиям учесть происходящие операции в данном конкретном периоде [4, с. 69].

Таблица 1.

Анализ сравнения основных отличий между МСФО и ПБУ в части финансовой отчетности, а также выводы по направлениям

МСФО	ПБУ	Выводы
Цель бухгалтерской (финансовой) отчетности		
Информация в основном представляется для широкого круга пользователей, в основном собственникам и инвесторам.	Информация строго ограничена нормативными актами и используется для налоговых и государственных органов.	В ПБУ нет указания, что цель отчетной информации – это полезность для внешних пользователей и соответственно полезность для принятия экономических решений.
Формы бухгалтерской отчетности		
Отчеты формируются исходя из предлагаемых в МСФО вариантах, в основном формы отчетов составляются на основе компетенции самих бухгалтеров организаций.	Российские формы отчетности имеют строгий регламентированный характер, несоблюдение которых запрещено.	МСФО дает более гибкие возможности в формах бухгалтерской отчетности, нежели ПБУ. Как раз это и доказывает действие принципа приоритетности содержания над формой.
Представление дополнительной информации, сопутствующей финансовой отчетности		
МСФО предусматривает раскрытие более широкого спектра вопросов по финансовой отчетности, а также пояснений к отчету. Также раскрывается сравнительная информация.	Организация может представлять дополнительную информацию, если исполнительный орган считает ее полезной для принятия решений.	МСФО дает возможность более детально вникнуть в дела предприятия и изучить финансовое положение, что весьма благоприятно для инвесторов, нежели ПБУ.

Классификация активов и обязательств		
Предоставляют возможности для компаний группировать активы и обязательства как долгосрочные и краткосрочные, с учетом внутренней группировки их по степени ликвидности.	Нет группировки активов и обязательств.	В ПБУ в отличие от МСФО не содержится определения обязательств и активов. И нет группировок по временным параметрам.
Критерии признания дохода		
Внимание акцентируют на экономическое содержание сделки или договора, т.е. передача рисков и вознаграждений.	В ПБУ основной и единственный упор сделан на переходе права собственности.	Обмен однородными товарами, согласно МСФО, не приводит к образованию выручки. Кроме того, международные стандарты не содержат требований об обязательном документальном подтверждении выручки.
Себестоимость реализованной продукции		
Для МСФО коммерческие расходы и общехозяйственные расходы не рассматриваются как непосредственно связанные с приобретением и производством товаров, и, поэтому, не включаются в себестоимость производства.	Для ПБУ коммерческие расходы и общехозяйственные расходы могут включаться в состав себестоимости реализованной продукции.	МСФО наиболее точно отражает себестоимость произведенной продукции отбросив ненужные затраты и тем самым дает возможность понять какими собственными средствами обладает компания.
Отражение доходов и расходов		
Доходы и расходы, полученные и понесенные по разным операциям, отражаются более подробно и развернуто. В соответствии с МСФО 7 в раскрытие дополнительной информации о сумме денежных потоков, возникающих от операционной, инвестиционной и финансовой деятельности каждой отраженной в отчетах отрасли или географического сегмента поощряется.	Доходы и расходы по неосновной деятельности должны показываться довольно скрыто, т.е. свернуто.	ПБУ не установлен порядок движения потоков денежных средств по отчетным сегментам и информация представляется в более скудном виде.

Исследуя проблемы внедрения МСФО в систему отечественной финансовой отчетности, можно сделать следующие выводы. Непосредственно в будущем большинство организаций все же перейдут на международные стандарты. Это в первую очередь поможет самим предприятиям расширить горизонты своего бизнеса. В основном из-за предвзятого суждения иностранных инвесторов о непрозрачной финансовой отчетности отечественных компаний и предоставлением минимума информации многие боятся вкладывать свои сбережения. И пока данные обстоятельства не изменятся, улучшений ждать не приходится.

В настоящее время лишь небольшое количество предприятий ведет учет при использовании МСФО в основном это банки, сотрудничающие с иностранными предприятиями и крупные организации, ведущие деятельность за пределами своей страны. Данные предприятия, ведущие учет по МСФО, ведут и параллельно учет по стандартам ПБУ. Что является весьма трудоемким процессом, занимающим много времени. Одной из важных проблем перехода на международные стандарты является тот факт, что МСФО составляются иностранным комитетом в Англии. Наши нормы и наша база меняются непосредственно нашими законодателями. Изменения же МСФО должны будут приняты нашим законодательством сразу, что опять, так ставит нашу систему в зависимость от решений английского органа. Это в свою очередь ведет, к несостыковке многих моментов в системе нашего законодательства. К следующей проблеме, можно отнести, тот факт, что стандарты МСФО довольно сложны в использовании и для этого необходимо переквалифицировать отечественных бухгалтеров, а это как мы знаем, займет время и немалые финансовые потери.

Кадровая нехватка выступает немалым камнем преткновения в проблеме перехода, и чем раньше государство возьмет на себя обязанности по подготовке квалифицированных специалистов в данной сфере, тем легче будет сам процесс адаптации к МСФО. Помимо этого, международный язык- английский на котором ведется международная финансовая отчетность, это еще одна

весьма немаловажная проблема, быстро обучить бухгалтеров иностранному языку невозможно. К сожалению, российские компании тратят много времени на составление отчетов по международным стандартам, в связи с этим данные отраженные в формах теряют свою актуальность. Из практики отечественных предприятий сдающих такую отчетность вытекает следующее, данные предоставляются больше чем через 6 месяцев после окончания финансового года. Естественно такая информация уже никак не будет актуальной, и ни какие экономические решения принять, невозможно опираясь на нее [6, с. 45].

Что хочется сказать в заключении всего, конечно переход на что-то новое и не привычное, почти всегда воспринимается сурово, такой процесс предполагает затрату сил и знаний. Переход отечественной отчетности на МСФО обязателен, если мы все же хотим расти, достигать новых возможностей и выходить на международную арену бизнеса. И чем раньше этот процесс начнется, тем лучшим будет будущее российской экономики. Государство непременно должно поддерживать и всячески помогать в достижении этой цели. Ведь от вложенных сейчас финансов и труда, зависит будущее наших компаний.

Список литературы:

1. «Двойная запись» № 3, 2005 / СПЕЦВЫПУСК – МСФО – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.ippnou.ru/article.php?idarticle=001212> (Дата обращения: 01.12.2015).
2. Канбекова Э.А., бухгалтер «Проблемы адаптации МСФО в России» 2012 – [Электронный ресурс]: Audit-it.ru (Дата обращения: 28.11.2015).
3. Модеров С.В. «Проблемы применения МСФО российскими предприятиями. Перспективы МСФО» – [Электронный ресурс]: <http://www.ippnou.ru/> 2009. (Дата обращения: 25.11.2015).
4. При подготовке статьи использовались материалы конференции «Готова ли Россия к переходу на МСФО» Афанасьев Александр – [Электронный ресурс]: <http://www.bugalteru.ru> (Дата обращения: 26.11.2015).
5. Плево М.К. Применение МСФО в российской практике: проблемы и перспективы // Актуальные вопросы современной экономики. – 2015. – № 2. – С. 32–37.

6. Шахбанова С.Р., Шахбанова А.З. Проблемы формирования финансовой отчетности в соответствии с МСФО // Актуальные вопросы современной экономики. – 2015. – № 2. – С. 38–40.
7. Суворов А.В., председатель Ассоциации бухгалтеров и аудиторов «Феникс», д.э.н. – [Электронный ресурс]: Источник: Журнал «Аудитор» № 2-2007. http://www.gaap.ru/articles/otsenka_auditorskikh_riskov_pri_formirovanii_bukhgalterskoy_otchetnosti/ (Дата обращения: 23.11.2015).

ВОЗМОЖНОСТИ И ОГРАНИЧЕНИЯ МЕХАНИЗМА ИНВЕСТИРОВАНИЯ ПОСРЕДСТВОМ ИНДИВИДУАЛЬНОГО ИНВЕСТИЦИОННОГО СЧЕТА

Лазарева Екатерина Александровна

*студент Томского государственного университета,
РФ, г. Томск*

Тюленева Наталья Александровна

*научный руководитель, д-р экон. наук, проф. кафедры «Финансов и Учета»,
Томский государственный университет,
РФ, г. Томск*

В развитых странах физические лица рассматривают фондовый рынок как инструмент сохранения и увеличения собственного капитала. Однако граждане России склонны рассматривать фондовый рынок как способ быстрого заработка денег, а не как инструмент сбережения и сохранения средств. Стремление к быстрому получению доходов приводит чаще всего к отрицательному финансовому результату, что сказывается на большой текучести физических лиц на фондовом рынке. За календарный год состав участников рынка обновляется на 90 % [7]. Поэтому большая часть россиян предпочитают более традиционный способ – депозитный вклад в кредитном учреждении.

Рынок ценных бумаг должен быть источником финансирования для реальной экономики, а его полноценное функционирование невозможно без привлечения инвестиций в экономику посредством направления сбережений на фондовый рынок. В реальности сбережения размещаются на депозитах в банках и направляются в реальный сектор экономики опосредованно. В начале 2015 года государство предприняло попытку стимулировать физических лиц на долгосрочные вложения посредством фондового рынка через индивидуальные инвестиционные счета (ИИС).

Андрей Шеметов, заместитель председателя правления Московской Биржи, отметил, что «механизм инвестирования через ИИС повышает потенциальную доходность вложений в ценные бумаги, что делает приобретение акций или облигаций еще более интересной альтернативой

банковским депозитам». Кроме того, он полагает, что большинство активно торгующих на Бирже частных инвесторов откроют ИИС, а новые налоговые преференции привлекут на фондовый рынок физических лиц, прежде никогда на инвестировавших в ценные бумаги [7].

ИИС позиционируются в качестве альтернативы банковскому депозиту, но при этом имеют ряд свойственных только ему функций.

В Федеральный закон «О рынке ценных бумаг» № 39-ФЗ, была внесена (Федеральным законом от 29.06.2015 № 210-ФЗ) статья 10.2-1., которая определяет особенности осуществления профессиональной деятельности на рынке ценных бумаг, связанные с ведением индивидуальных инвестиционных счетов: «Индивидуальный инвестиционный счет – счет внутреннего учета, который предназначен для обособленного учета денежных средств, ценных бумаг клиента – физического лица, обязательств по договорам, заключенным за счет указанного клиента. Индивидуальный инвестиционный счет открывается и ведется брокером или управляющим на основании отдельного договора на брокерское обслуживание или договора доверительного управления ценными бумагами, которые предусматривают открытие и ведение индивидуального инвестиционного счета» [9].

Физическое лицо вправе иметь только один договор на ведение ИИС. Ранее заключенный договор на ведение ИИС должен быть прекращен в течение месяца, после заключения нового договора. Открытие ИИС, позволяет открывшему их физическому лицу, воспользоваться новой налоговой льготой на инвестиционные налоговые вычеты [6, с. 86].

В п. 1 ст. 219.1 НК РФ вводятся 3 вида инвестиционных налоговых вычетов [8]:

1) в размере положительного финансового результата, полученного налогоплательщиком в налоговом периоде от реализации ценных бумаг. Данные бумаги должны находиться в обращении на организованном рынке ценных бумаг и находиться в собственности налогоплательщика более трех лет;

2) в сумме средств денежного эквивалента, внесенных налогоплательщиком на индивидуальный инвестиционный счет в налоговом периоде;

3) в сумме доходов, полученных по операциям на индивидуальном инвестиционном счете (вычет типа В).

Профессиональные участники рынка ценных бумаг, на которые открываются инвестиционные счета, обязаны исчислять налоговые вычеты, и именно они являются налоговыми агентами по данным операциям. Датой открытия инвестиционного счета будет являться момент его первоначального появления. Профучастник обязан известить налоговые органы об открытии, либо закрытии инвестиционного счета.

Первая категория налоговых вычетов не связана с открытием ИИС и ориентирована на пассивных участников рынка. Они готовы удерживать ценные бумаги в долгосрочном периоде. Вторая – на тех, кто впервые на фондовом рынке. Третья – на активных участников. При этом по второй и третьей категориям установлены более жесткие ограничения : на сумму (в год можно получать вычет на сумму не более 400 тыс. руб., так как это максимальная сумма средств, которая может быть введена на ИИС за год); на период действия ИИС (не менее трех лет) [4, с. 207].

Таблица 1.

Сравнительная характеристика ИИС типа А и В

Характеристика / Вид ИИС	ИИС типа А	ИИС типа В
Что такое ИИС?	ИИС – счет внутреннего учета, который предназначен для обособленного учета денежных средств, ценных бумаг клиента - физического лица, обязательств по договорам, заключенным за счет указанного клиента. (В соответствии с ФЗ от 21.12.2013 № 379-ФЗ, с 1 января 2015 года глава 3 ФЗ от 22.04.1996 дополнена ст. 10.3 № 39-ФЗ «О рынке ценных бумаг»).	
Когда можно открыть ИИС?	С 1 января 2015 г.	
Какие преимущества имеет ИИС по сравнению с обычным брокерским счетом?	Начиная с 1 января 2015 г. ИИС предусмотрено два типа налоговых вычетов. Важно: налогоплательщик может выбрать только один тип вычета. Совмещение двух типов вычетов невозможно на протяжении всего срока действия договора на ведение ИИС.	

Какие преимущества имеет ИИС по сравнению с обычным брокерским счетом? Какой тип вычета выбрать?	Налогоплательщик сможет ежегодно получать налоговый вычет по налогу на доходы физических лиц в сумме денежных средств, внесенных в налоговом периоде на ИИС. (пп. 2 п. 1 ст. 219.1 НК РФ)	
	Предполагает наличие доходов (например, заработной платы), облагаемых по ставке 13 %, в соответствующем налоговом периоде.	По окончании договора на ведение ИИС, по истечении не менее трех лет, налогоплательщик может получить вычет по налогу на доходы физических лиц в сумме доходов, полученным от операций по инвестиционному счету – т. е. вся прибыль будет освобождена от налогообложения (подп. 3 п. 1 ст. 219.1 НК РФ).
Можно ли менять вид вычета в течение срока существования ИИС?	Налогоплательщик может выбрать один тип вычета на весь срок существования счета. Воспользовавшись вычетом на взнос, льгота на положительный финансовый результат при расторжении счета не предоставляется. Возможно закрыть инвестиционный счет, по которому был получен вычет на внесение денежных средств, вернуть в бюджет полученные ранее суммы возврата подоходного налога, и после этого, открыть новый счет, по которому будет применяться льгота на положительный финансовый результат.	Не предполагает наличия прочих доходов (например, заработной платы), облагаемых по ставке 13 %, в соответствующем периоде. Данный тип вычета может использоваться неработающими членами семьи (в т. ч. несовершеннолетними детьми).
Что будет при закрытии ИИС ранее 3-х лет?	Все полученные из бюджета суммы возврата подоходного налога должны быть возвращены в бюджет.	
Что считается моментом возникновения ИИС?	Дата заключения договора, с которой начинает исчисляться трехлетний срок. Важно: НЕ момент зачисления средств на ИИС.	
В какие инструменты могут быть инвестированы средства на ИИС?	Средства могут быть направлены на инвестиции в инструменты фондового рынка, включая акции, государственные и корпоративные облигации, в том числе еврооблигации, паи фондов.	

Составлено на основе [6; 8]

Главная особенность ИИС – один счет в одни руки, то есть на каждое физическое лицо может открыть только один индивидуальный инвестиционный счет, при этом выбрав тип вычета. Максимальный срок действия ИИС не ограничен. К преимуществам ИИС можно отнести возможность инвестора выбрать тип вычета по окончании его срока действия, то есть выбрать наиболее выгодный для себя вариант по итогам инвестирования. Но это будет возможно лишь в случае, если инвестор, выбрав первый тип, в течение трех лет не обращался в налоговую службу за вычетом.

Можно выделить следующие недостатки механизма инвестирования посредством индивидуальных инвестиционных счетов:

1. Физическое лицо вправе иметь только один договор на ведение ИИС;
2. Вносить на счет можно только денежные средства;
3. Общая сумма денежных средств, которые могут быть переданы в течение календарного года по договору ИИС, не может превышать 400 000 руб.;
4. Для получения налогового вычета, инвестор в течение 3 лет не должен снимать средства со счета. Если деньги досрочно снимаются, то со счета происходит удержание ранее полученных налоговых льгот. Но действующие правила ведения ИИС не предполагают возможности направления средств со счета на расходы «капитального» характера, например, на приобретение недвижимого имущества [1, с. 86].

5. Инвестор должен платить налог на дивиденды и купоны по корпоративным облигациям. Доходы физических лиц – налоговых резидентов РФ, от долевого участия в деятельности организации облагаются НДФЛ по ставке 13 процентов. Причем база по доходам от долевого участия в деятельности организации не уменьшается на налоговые вычеты, предусмотренные в ст. ст. 218–221 НК РФ [5, с. 11].

Одним из существенных недостатков является исключение возможности применять финансовые инструменты, которые номинированы в иностранной валюте. Помимо этого по сравнению с вкладами, депозитами (консерва-

тивными финансовыми инструментами) инвестиции в ценные бумаги являются более рискованными. Отсутствуют механизмы страхования инвестиций, данный пункт не способствует привлечению средств розничных инвесторов на финансовый рынок. Также у инвестора появляются следующие риски при использовании ИИС: риск банкротства профессионального участника с учетом долгосрочного периода действия счета, риск выбора профессионального участника, риск выбора договора, по которому будет вестись ИИС [2, с. 160].

К недостаткам ИИС можно отнести и недостаточную проработанность законодательной базы в этой области. Например, уточнение Московской Биржи о том, что моментом возникновения ИИС является открытие счета, а не момент зачисления денежных средств на счет привело к тому, что многие частные инвесторы изначально запланировали открыть счет в начале 2015 года, а зачислить средства 31 декабря 2018 года, что позволит им вывести инвестированные средства и налоговый вычет уже через 1–2 месяца после зачисления [3, с. 143]. Нововведение в статью ст. 10.2-1 39-ФЗ, в частности о том, что с 1 января 2016 г. в случае размещения во вклады в кредитных организациях денежных средств, находящихся в доверительном управлении по договору доверительного управления ценными бумагами, который предусматривает открытие и ведение индивидуального инвестиционного счета, сумма таких вкладов не может превышать 15 % суммы денежных средств, переданных по указанному договору на момент такого размещения [9, ст. 10.2-1 п. 9], позволяет сделать вывод о том, что инвесторы пытаются вложить средства ИИС в депозиты, используя пробелы в законодательстве.

ИИС является инструментом, позволяющий формировать инвестиционную культуру сбережения в России, поскольку инвестор, управляя самостоятельно собственным инвестиционным счетом проявляет большую заинтересованность к происходящим вокруг него экономическим событиям. Кроме того ИИС можно рассматривать, как часть комплексной системы развития культуры сбережения у молодого поколения, как фундамента их будущей устойчивости к финансовым трудностям в более зрелом возрасте, что особенно актуально

сейчас, поскольку будущее национальной пенсионной системы неоднозначно. Но несмотря на то, что Московская Биржа только за первый месяц 2015 года зарегистрировала 7629 индивидуальных инвестиционных счетов (ИИС), открытых физическими лицами в брокерских и управляющих компаниях, а по оценке Национальной ассоциации участников фондового рынка (НАУФОР), объем средств на ИИС через пять лет может превысить 1 триллион рублей, говорить о значительном росте активных индивидуальных инвесторов пока еще рано. Это, прежде всего, связано с тем, что люди, ожидавшие этой новации, постарались воспользоваться ею с момента вступления в силу закона. Привлечь на фондовый рынок консервативных инвесторов значительно сложнее. В свою очередь из-за инфляции, волатильности курсов валют существенно сократились реальные располагаемые доходы населения, а среди молодого поколения лишь немногие сейчас задумываются о сбережении. Кроме того наличие административных барьеров может затруднить процедуру получения налоговых вычетов, являющихся основным преимуществом данного инструмента инвестирования по сравнению с другими финансовыми инструментами. В этом случае не выполняется основная цель введения ИИС – физические лица не станут инвестировать деньги в фондовый рынок России.

Список литературы:

1. Анесянц С.А. Возможные направления оптимизации индивидуальных инвестиционных счетов / С.А. Анесянц, В.В. Папин // Аспирант. – 2015. – № 6-1 (11). – С. 85–86.
2. Горловская И.Г. Инновации на рынке ценных бумаг России // Сборник Экономика и управление инновационными процессами, проектами, программами. – 2015. – С. 158–161.
3. Иванова М.А. Индивидуальные инвестиционные счета и их способ влияния на российский финансовый рынок / М.А. Иванова, Д. Петижева // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2015. – № 3. – С. 142–144.
4. Корень А.В. Инвестиционные налоговые вычеты как инструмент повышения финансовой грамотности населения / А.В. Корень, Ю.А. Проценко // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2014. – № 12-2. – С. 204–207.

5. Лахно Ю.В. Возможности и ограничения механизма инвестирования посредством индивидуального инвестиционного счета // *Налоги и финансы.* – 2015. – № 2 (26). – С. 7–13.
6. Маслов Ю.Н. Гражданско-правовое регулирование открытия индивидуальных инвестиционных счетов в Российской Федерации // *Сборник научных статей II Международной научно-практической конференции Управленческие технологии и модели модернизационных процессов в российской экономике: история и современность.* – 2015. – С. 85–88.
7. Московская Биржа – [Электронный ресурс]. – URL: <http://moex.com/> (Дата обращения: 26.10.2015).
8. Налоговый Кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 г. № 117-ФЗ (ред. от 13.07.2015) // *Собрание законодательства Российской Федерации.* – 07.08.2000. – № 32. – Ст. 3340.
9. О рынке ценных бумаг – [Электронный ресурс]: Фед. закон от 22.04.1996 г. № 39-ФЗ (ред. от 13.07.2015) // *КонсультантПлюс: справ. правовая система.* – Электрон. дан. – М., 2015. – гл. 2. – Ст. 10.2-1.

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ПРОИЗВОДСТВА ХЛЕБА И МУЧНЫХ КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ НЕДЛИТЕЛЬНОГО ХРАНЕНИЯ В СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Самарина Оксана Николаевна

*студент Уральский государственный экономический университет,
РФ, г. Екатеринбург*

Новикова Наталья Валерьевна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доц.
Уральский государственный экономический университет,
РФ, г. Екатеринбург*

Свердловская область – это один из наиболее перспективных регионов Российской Федерации с высоким уровнем деловой, культурной и общественной активности. Регион демонстрирует уверенный и стабильный экономический рост и входит в первую десятку регионов Российской Федерации по большинству основных социально-экономических показателей развития.

Производство хлеба и мучных кондитерских изделий недлительного хранения в Свердловской области является основой для формирования агропродовольственного рынка и обеспечивает продовольственную безопасность региона. Данное производство полностью обеспечивает внутренние потребности области в объемах выпуска и ассортимента продукции, перерабатывая при этом отечественное сырье.

В Свердловской области в сфере производства хлеба и мучных кондитерских изделий недлительного хранения работают 256 мини-пекарен и 32 крупных предприятия.

Структура хлебопекарной отрасли Свердловской области представлена на рисунке 1.

Преобладающими формами собственности производства хлеба и мучных кондитерских изделий недлительного хранения являются смешанная и частная, эти производства выпускают практически 85 % продукции.

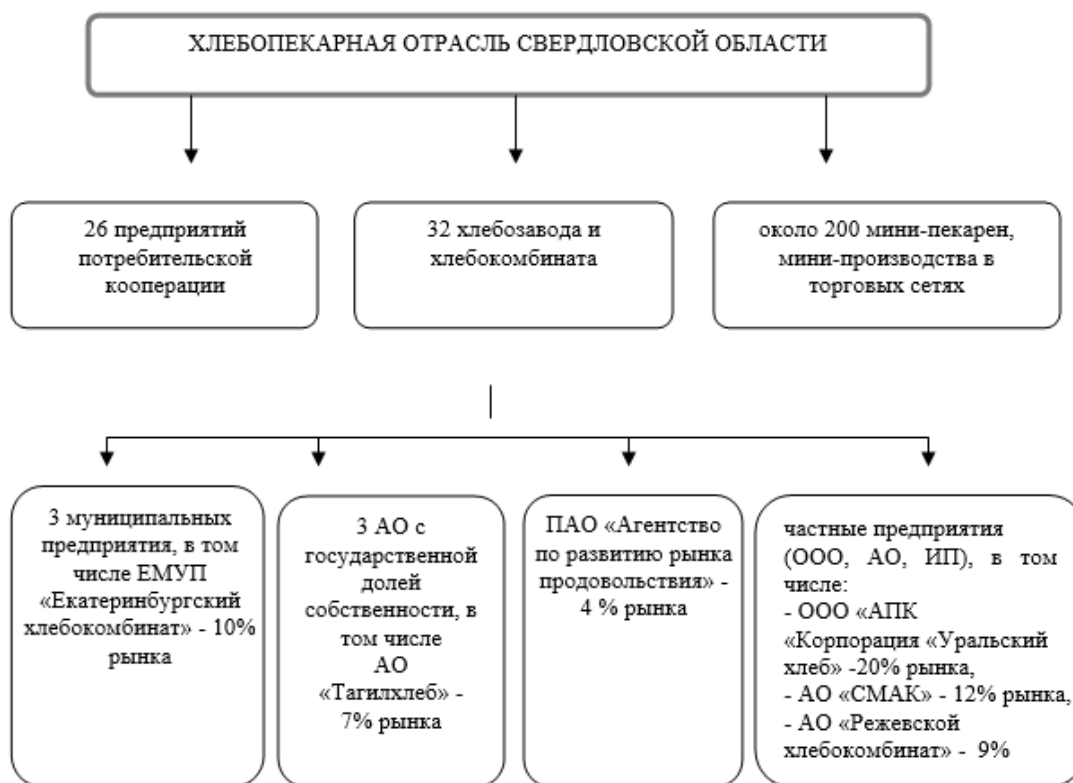


Рисунок 9. Структура хлебопекарной отрасли Свердловской области [1]

Из общего объема выпускаемого в области хлеба продукция хлебозаводов и хлебокомбинатов составляет 80 %, доля мини-пекарен – 20 %.

Предприятия и организации пищевой и перерабатывающей промышленности Свердловской области имеют стабильную репутацию по качеству и безопасности ассортимента производимых продуктов питания. Их товарные знаки широко известны не только в Уральском регионе, но и в Российской Федерации [1].

На хлебном рынке представлен ряд крупнейших игроков, производящих в совокупности более 68 % объёма хлеба и хлебобулочных изделий в Свердловской области (рисунок 2).

На региональном уровне приняты меры по стабилизации пищевой и перерабатывающей промышленности в Свердловской области, что позволило закрепить положительные тенденции в наращивании производства и укреплении финансового положения товаропроизводителей, развитии продовольственных рынков, надежном обеспечении населения региона продуктами

питания. Однако с 2011 года ежегодно темпы роста объема производства хлебобулочных изделий в области замедляются (таблица 1).

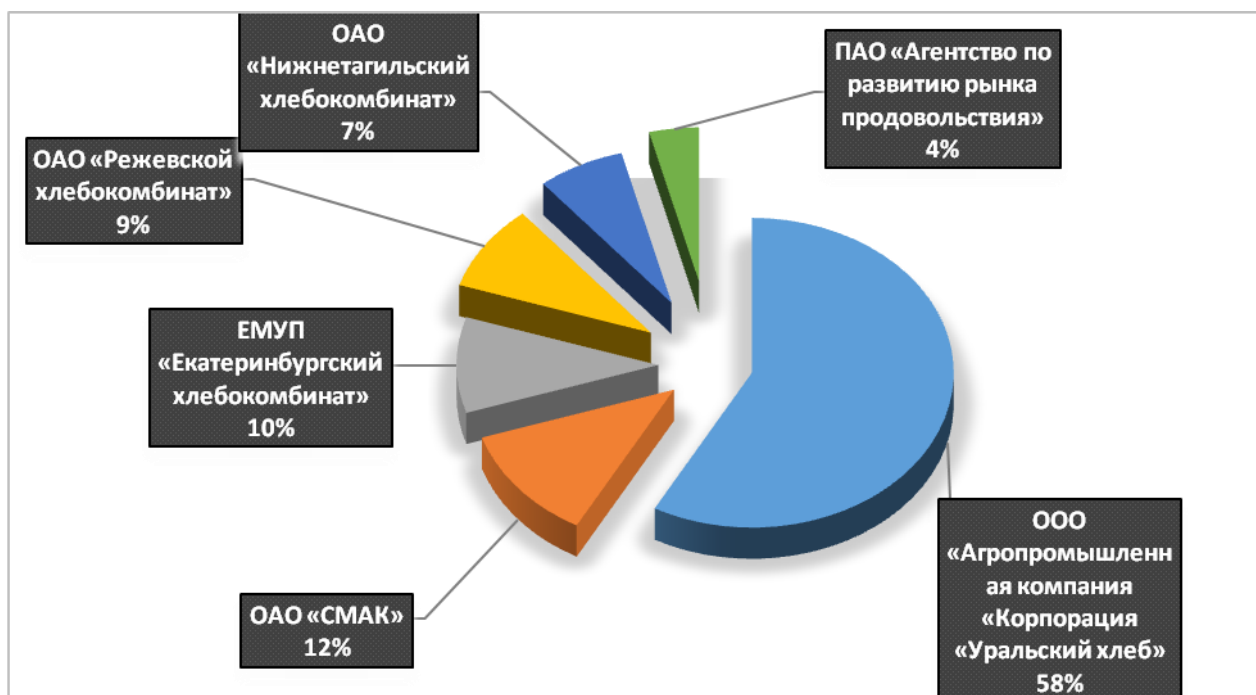


Рисунок 2. Структура рынка основных производителей хлеба и хлебобулочных изделий Свердловской области, %

Таблица 1.

Производство продукции в натуральном выражении [3]

Наименование продукции	2008 год	2009 год	2010 год	2011 год	2012 год	2013 год	2014 год
Объем производства, тыс. тонн:							
Хлеб и хлебобулочные изделия	195,9	187,0	172,5	171,5	162,2	151,6	150,6
Кондитерские изделия	38,4	36,0	45,6	54,6	67,0	75,5	78,6
Темп роста, (в процентах к предыдущему году):							
Хлеб и хлебобулочные изделия	95,5	92,3	99,4	94,6	93,5	99,3	95,5
Кондитерские изделия	93,8	126,4	119,9	122,7	112,7	104,1	93,8

В 2014 году впервые за последние 10 лет ежегодный темп снижения производства хлеба сократился до 0,7%. При этом на ряде хлебопекарных предприятий, таких как ОАО «СМАК», ЕМУП «Екатеринбургский хлебокомбинат», ОАО «Режевской хлебокомбинат», ОАО «Березовский хлебокомбинат», филиал «Нижнетуринский хлебокомбинат» ГУП СО

«Агентство по развитию рынка продовольствия», ОАО «Верхнесалдинский хлебокомбинат», филиал «Качканарский хлебозавод» ГУП СО «Агентство по развитию рынка продовольствия» в 2014 году имеет место рост объёмов производства хлеба и мучных кондитерских изделий недлительного хранения [3, с. 5].

Периодически наблюдается рост цен на хлеб и хлебобулочные изделия, что вызвано увеличением стоимости затрат на их производство, особенно затрат на сырье. Особенность производства хлеба и мучных кондитерских изделий недлительного хранения напрямую связаны с мукомольной отраслью. В силу климатических условий Свердловской области, почти вся продовольственная пшеница поступает из других регионов Российской Федерации. Мукомольная отрасль Свердловской области способна обеспечить зерном и мукой хлебопекарные предприятия всего лишь на 40 %, при этом с каждым годом процент уменьшается. Поэтому формирование закупочных цен на сырье полностью зависит от ценовой политики зернопроизводящих районов. Так, в 2014 году пшеница в Свердловской области подорожала на 37 %, мука – на 48 %. Как следствие, цены на хлеб социально значимых сортов поднялись за год на 11 % [3, с. 5].

Радикальная экономическая реформа в хлебопекарном производстве способствовала появлению в Свердловской области предприятий с малым оборотом выпускаемой продукции. С успехом развивается рынок хлебобулочных бутиков. Точки пекарня-кафе-кондитерская, представляющие наряду с классическими сортами хлеба, эксклюзивные сорта, у населения пользуются все большим спросом. Собственное производство хлеба развивают и торговые сети, запах свежеспеченного хлеба успокаивает бдительность покупателя, поднимает ему настроение, что приводит к увеличению спонтанных продаж. Однако рост конкуренции способствовал сокращению многих крупных хлебокомбинатов. Привыкшие существовать за счет государства, не все предприятия смогли адаптироваться, что привело к массовому сокращению сотрудников, уменьшению выпускаемой продукции.

Основные факторы, негативно влияющие на производство хлеба и мучных кондитерских изделий, представлены в таблице 2.

Таблица 2.

Основные факторы, негативно влияющие на производство хлеба и мучных кондитерских изделий в Свердловской области

Наименование факторов	Угроза производству
Политические факторы	
Политика сдерживания цен органов региональной власти на массовые сорта хлеба (1 и 2 сортов)	Низкий уровень рентабельности в отрасли Снижение инвестиционной активности в отрасли
Неразвитая инфраструктура продовольственного рынка	Негативно сказывается на формировании справедливых цен на хлеб и мучные кондитерские изделия
Экономические факторы	
Кризисное состояние экономики	Это ограничивает возможности предприятий в формировании финансовых ресурсов, обеспечивающих эффективное развитие Недостаток реальных возможностей для инвестирования средств в производство, что не способствуют стабильному и эффективному функционированию отрасли и предприятий
Отсутствие достаточных финансовых средств у хлебопекарных предприятий	Данный фактор тормозит внедрение нового оборудования, ресурсосберегающих безотходных технологий, диверсификацию производства, возможность решать проблемы, связанные с защитой окружающей среды
Низкий уровень оплаты труда сотрудников по сравнению с другими отраслями	Высокая постоянная текучесть кадров Потеря наиболее квалифицированных сотрудников
Рост цен на сырье, электроэнергию и услуги	Рост цен на муку - основной фактор, повлиявший на рост цен на хлеб, при этом темпы роста цен на хлеб значительно ниже роста цен на муку и другие виды сырья. Все это приводит к низкой рентабельности производства хлеба и снижению ее уровня. Наблюдается рост количества убыточных предприятий. Низкая рентабельность напрямую влияет на перспективу развития отрасли в целом. Таким образом, наблюдается тенденция ухудшения показателей эффективности функционирования хлебопекарной промышленности Свердловской области
Налоговые обязательства	Большое количество налогов и высокий уровень их ставок приводят к значительному росту себестоимости конечной продукции
Рост цен, снижение покупательной способности денежных доходов населения	Более экономное расходование хлеба и хлебобулочных изделий, снижение спроса
Изменение курсов валют, рост процентной ставки	Удорожание кредитных ресурсов, что приводит к сокращению объема инвестиций, в том числе в обновление основных фондов хлебопекарных предприятий

Социальные факторы	
Переориентация потребительского спроса на более дорогие продукты питания, к потреблению лучших европейских сортов и видов хлебобулочных изделий, заварных видов изделий	Снижение объемов потребления хлеба и мучных кондитерских изделий недлительного хранения, а как следствие потеря доходов хлебопекарных предприятий, ориентирующихся на данный вид продукции
Стремление населения к здоровому образу жизни	Переориентация спроса на изделия из экологически чистого сырья при отсутствии добавок, а как следствие - снижение объемов потребления хлеба и мучных кондитерских изделий недлительного хранения
Технологические факторы	
Изменение структуры и качества производства зерна, муки	Сокращение ассортимента и снижение качества хлеба
Высокая изношенность оборудования	Рост затрат на обслуживание, ремонт оборудования, а как следствие рост себестоимости и цен на хлеб Низкий уровень использования имеющихся производственных мощностей Невозможность внедрения новых технологий, ограниченность ассортимента Темпы обновления основных производственных фондов и в Свердловской области оказались недостаточными, чтобы в полной мере обеспечивать внутренний рынок
Природные факторы	
Сезонность и климатическая зависимость сельскохозяйственного производства.	Сокращение объемов и снижение качества сельскохозяйственного сырья, поступающего на переработку по причине неблагоприятно складывающихся погодно-климатических условий, а также природных и техногенных чрезвычайных ситуаций. Это влечет за собой снижение качества и объемов выпуска хлеба Это ведет к колебаниям цен на муку и на хлеб
Конкуренция	
Рост конкуренции	В связи с ростом числа хлебопекарных предприятий, усилением конкуренции происходит уменьшение объемов выпускаемой продукции, а как следствие снижается использование производственных мощностей. Это негативно сказывается на ценовой конкурентоспособности выпускаемой продукции, так как увеличивается доля условно-постоянных расходов (амортизация основных фондов, заработная плата управленческого персонала, расходы по содержанию зданий и оборудования, ремонт и т. д.) в себестоимости единицы продукции. Соответственно растут цены на продукцию хлебопекарных предприятий

Таким образом, в Свердловской области наблюдается замедление темпов роста производства хлеба и мучных кондитерских изделий недлительного

хранения, что вызвано различными факторами как внешней, так и внутренней среды хлебопекарных предприятий. Основными проблемами производства являются: рост конкуренции, падение объемов реализации, переориентация спроса потребителей, высокая материалоемкость производства, колебания и рост цен на рынках сырья; низкий уровень использования имеющихся производственных мощностей, вызванный падением объемов производства и реализации продукции. Все это приводит к устойчивой тенденции роста доли производственных затрат в стоимости продукции, снижению рентабельности деятельности хлебопекарных предприятий. Это ограничивает возможности предприятий в формировании финансовых ресурсов, обеспечивающих эффективное развитие. В связи с ограничениями рентабельности у большинства хлебопекарных предприятий отсутствуют средства не только для технического перевооружения, но и для замены изношенного оборудования. Поскольку оборудование для хлебопекарной промышленности постоянно совершенствуется, его износ на предприятиях и ограниченность финансовых возможностей определяют отставание отрасли в своем развитии.

Выявленные угрозы могут привести к дальнейшему сокращению объемов производства на региональных предприятиях, снижению конкурентоспособности, возможное закрытие некоторых предприятий, повышение уровня безработицы, увеличение объемов реализации завозимой продукции, что может привести к невысокому уровню обеспеченности население Свердловской области качественными и доступными продуктами питания местного производства. Решение данных проблем поможет предприятиям производящих хлеб и мучные кондитерские изделий недлительного хранения выжить в современной экономике, обеспечивая регион продукцией стратегического значения.

Список литературы:

1. Постановление Правительства Свердловской области № 1228-ПП от 16.10.2013 «О Стратегии развития пищевой и перерабатывающей промышленности в Свердловской области на период до 2020 года» – [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: http://www.oblgazeta.ru/media/newspaperpdf/pages/2013-10-22_og_478-479_5.pdf (Дата обращения 01.11.2014).
2. Перекалин С.Н. Слагаемые успеха. Комплексная рейтинговая оценка состояния хлебопечения в субъектах Российской Федерации // Хлебное дело. – 2014. – № 2 (35).
3. Основные итоги социально-экономического развития Свердловской области за январь – декабрь 2014 года // Областная газета. – 2015. – № 4.

МУЛЬТИАГЕНТНЫЙ ПОДХОД В СИСТЕМАХ ОРГАНИЗАЦИИ И УПРАВЛЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВОМ

Степанов Павел Валерьевич

студент Уфимского
Государственного Авиационного Технического Университета,
РФ, Республика Башкортостан, г. Уфа

Фандрова Людмила Петровна

научный руководитель, доц. Уфимского
Государственного Авиационного Технического Университета,
РФ, Республика Башкортостан, г. Уфа

Открытость современной экономики и широкое распространение информационных технологий в обществе привело к ускорению научно-технического процесса и усилению конкурентной борьбы предприятий на всех рынках. Срок жизни продукта уменьшается, поэтому основную роль начинают играть скорость выхода новых продуктов на рынок и скорость внедрения новых технологий в производство. Это заставляет компании искать новые способы и системы организации производства и управления им, которые позволили бы ускорить принятие решение, а также имели бы возможность автоматически перестраиваться при изменениях внешней и внутренней среды. Система управления производством при этом должна стать самоорганизующейся и распределенной.

Решением данной проблемы может стать использование мультиагентного подхода, в основе которого лежит система из нескольких взаимодействующих друг с другом интеллектуальных агентов (рисунок 1).

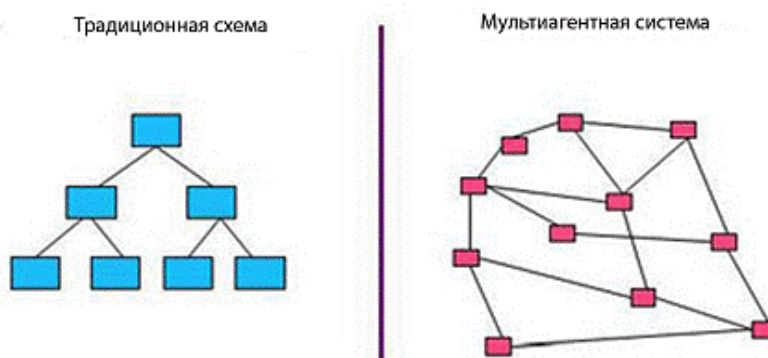


Рисунок 1. Схемы построения традиционных и мультиагентных систем управления

Эти агенты могут быть самостоятельными программами, элементами искусственного интеллекта, людьми или командами людей. В отличие от традиционных в мультиагентных системах (МАС) решения принимаются не с помощью определенного алгоритма, а автоматически в результате локальных взаимодействий агентов. Командный орган управления системой отсутствует.

В природе примерами таких МАС являются колонии муравьев и пчел. Отдельно взятая пчела, конечно, интеллектом не обладает, но колония в целом может решать достаточно сложные задачи, например, отпугнуть крупного зверя. Управление колонией осуществляется за счет сотен и тысяч взаимодействий между её жителями, которым поставлены цели, но не заданы сценарии их достижения. И раз существуют, и успешно функционируют естественные МАС, почему бы не разработать искусственные?

Идеи об искусственных МАС стали появляться еще в 1960-х годах в работах Урсула А.Д. [6], Жукова Н.И. [4] и др. На сегодняшний день существует огромное количество работ, авторы которых занимаются изучением МАС. Некоторые из них посвящены практическому использованию мультиагентного подхода. Так в работах Батищева С.В., Скобелева П.О., Ржевского Г.А. [1] рассматривается построение МАС для управления распределенными производствами. Использование мультиагентного подхода в экономическом моделировании представлено в работах Есикова Т.Н., Зайцев И.Д. [3], Sycara K.P. [8], Uri Wilensky [9].

Наряду с практическим построением моделей МАС ведется также теоретическое исследование принципов мультиагентного подхода. Изучения проводятся логическим и вероятностным методами или же способом выделения отдельной МАС и дальнейшего исследования её свойств. Теоретическому анализу МАС, отдельных систем и их эффективности посвящены работы Коэна П.Р., Левескью Г.Дж. [7], Тарасова В.Б. [5], Валиева М.К., Дехтяря М.И. [2], Junfu Zhang [10].

Однако эффективность многих построенных моделей МАС теоретически необоснованна, модели зачастую являются чисто имитационными. Это делает необходимым дальнейшее исследование МАС, построение новых моделей и разработку новых способов их изучения, описания и реализации.

Проведя анализ выше перечисленных источников информации по МАС, можно сказать, что подобные системы имеют широкие перспективы в различных сферах человеческой деятельности. МАС можно использовать для управления автономными аппаратами, как в глубоком космосе (спутники, автоматические космические станции), так и на Земле (беспилотники).

В логистике мультиагентный подход может быть реализован для управления морским и речным флотом, где в зависимости от параметров судна, погодных условий, стоимости груза необходимо в реальном времени решать задачи максимизации прибыли, планирования и перепланирования маршрутов доставки.

В производстве перспективным направлением для мультиагентного подхода являются предприятия, где организовано поточное (конвейерное) производство, например, автомобилестроение и производство электроники. Здесь наблюдается постоянное сокращение жизненного цикла изделий, увеличение разнообразия продуктов и непостоянный спрос на продукцию. При внедрении МАС производство таких предприятий может стать гибким, а объемы выпуска продукции масштабируемыми. Качество и надежность изделия при этом повысятся.

Другим направлением является промышленность, ориентированная на производство военной продукции, к примеру, авиационно-космическая отрасль. Продукция предприятий этой отрасли имеет достаточно долгий срок жизни (30–40 лет), поэтому тут возникает необходимость в системе, которая позволила бы согласовать взаимодействие всех заинтересованных участников, и в тоже время обеспечить их своевременной и достаточной информацией на всех этапах жизненного цикла изделия.

На данный момент уже предлагаются основные принципы построения МАС, которые могут быть применимы в обоих случаях. Так многие предприятия уже либо внедрили, либо только начинают работы по внедрению программных средств и технологий управления информацией о продукции – PDM-системы (Product Data Management – система управления данными об изделии). Это так называемая ориентированная технология, которую компании развивают под свои специальные задачи. Однако, кроме ориентированных технологий, существуют и внешние технологии, которые могут использовать все участники жизненного пространства – Интернет, виртуальная реальность, программные средства общего назначения. Эти технологии предлагается объединить в рамках единой МАС.

Подобная МАС должна не только обеспечить взаимодействие между участниками и обмен информацией, но также должна обладать и возможностью накопления знаний об изделии, то есть, иметь базу данных. База данных предоставляет доступ к необходимой информации всем агентам системы, а также структурирует знания по областям. Информация сохраняется и пополняется с течением времени, что позволяет оперативно принимать решения на изменения внешней и внутренней среды. Однако, пока остается не ясным, каким образом можно это все реализовать практически.

Таким образом, исследование МАС является очень интересным и перспективным направлением развития науки. Здесь сплелись воедино информационные технологии и инновационная деятельность. Если само внедрение мультиагентного подхода является инновационной областью, то его реализацию никак не представить себе без использования информационных технологий. Но до практического использования этого подхода предстоит кропотливая работа по теоретическому изучению МАС, их описанию и оценки их эффективности. Вероятно, в будущем подобные децентрализованные и распределенные системы заменят традиционные системы управления.

Список литературы:

1. Батищев С.В., Лахин О.И., Минаков И.А., Ржевский Г.А., Скобелев П.О. Разработка мультиагентной системы для дистанционного обучения в Интернет-портале «Оптик-сити». // Известия Самар. научн. центра РАН. – 2003. – Т. 5, № 1. – С. 91–95.
2. Валиев М.К., Дехтярь М.И. Вероятностные мультиагентные системы: семантика и верификация. // Вестник Тверского государственного университета, серия «Прикладная математика», 35 (95), 2008, С. 9.
3. Есикова Т.Н., Зайцев И.Д. Разработка агентной модели «Оценка стратегических направлений опорной транспортной сети России при разной геоэкономической архитектонике Мировой Хозяйственной Системы» // Управление развитием крупномасштабных систем (MLSD'2010): Труды Четвертой международной конференции (4–6 октября 2010 г., Москва, Россия). Москва, 2010 – Том I. С. 107–114.
4. Жуков Николай Иванович. Информация: (философский анализ центрального понятия кибернетики) /Н.И. Жуков. Минск: Наука и техника, 1966. – 165 с.
5. Тарасов В.Б. От многоагентных систем к интеллектуальным организациям: философия, психология, информатика. – М.: Эдиториал УРСС, 2002. – 352 с.
6. Урсул А.Д. Природа информации. Философский очерк. – М.: Политиздат, 1968. 288 с.
7. Cohen P.R and Levesque H.J. Intention is Choice with Commitment // Artificial Intelligence. – 1990. – Vol. 42. – P. 213–262.
8. Sycara K.P. Multiagent systems // AI Magazine 10(2): 79–93, 1998.
9. Wilensky U. NetLogo Segregation model. // Center for Connected Learning and Computer-Based Modeling, Northwestern University, Evanston, IL, 1997. URL: (<http://ccl.northwestern.edu/netlogo/models/Segregation>).
10. Zhang, Junfu. Tipping and Residential Segregation: A Unified Schelling Model // Journal of Regional Science, 2011, 51 (1), P. 167–193.

ДЛЯ ЗАМЕТОК

**МОЛОДЕЖНЫЙ НАУЧНЫЙ ФОРУМ:
ОБЩЕСТВЕННЫЕ
И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ**

*Электронный сборник статей по материалам XXIX студенческой
международной заочной научно-практической конференции*

№ 10 (29)
Декабрь 2015 г.

В авторской редакции

Издательство «МЦНО»
127106, г. Москва, Гостиничный проезд, д. 6, корп. 2, офис 213

E-mail: mail@nauchforum.ru

