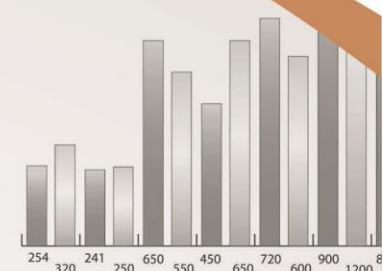
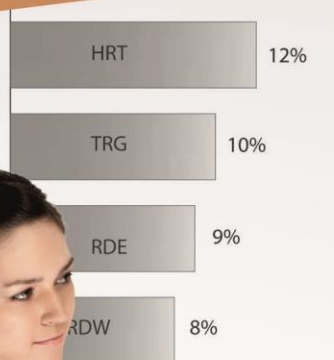
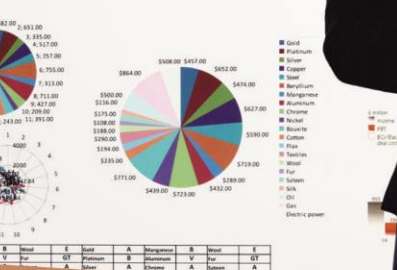
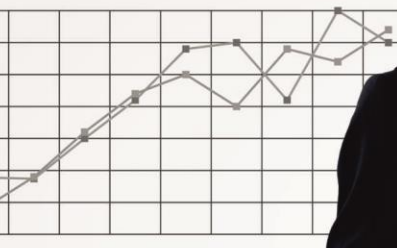
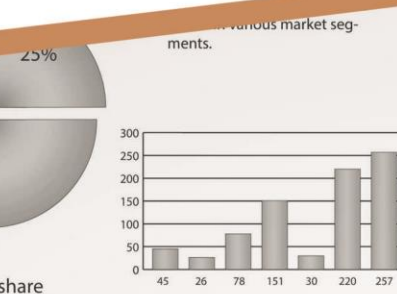
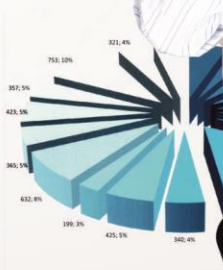




nauchforum.ru
НаучФорум
 Оставь свой след в науке



	TYU division			FRT
GHT	254	550	254	274
RDW	650	320	754	273
TRG	241	450	144	364
RTG	254	650	874	657
WEF	784	145	124	752
HRT	453	784	954	241



FINANCIAL SALES

MONTH	FIN	TRG	RTG	RDW	WEF	HRT
JAN	100	100	100	100	100	100
FEB	100	100	100	100	100	100
MAR	100	100	100	100	100	100
APR	100	100	100	100	100	100
MAY	100	100	100	100	100	100
JUN	100	100	100	100	100	100
JUL	100	100	100	100	100	100
AUG	100	100	100	100	100	100
SEP	100	100	100	100	100	100
OCT	100	100	100	100	100	100
NOV	100	100	100	100	100	100
DEC	100	100	100	100	100	100

XIX Студенческая международная
 заочная научно-практическая
 конференция

**МОЛОДЕЖНЫЙ НАУЧНЫЙ ФОРУМ:
 ОБЩЕСТВЕННЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ**
 № 12 (19)



nauchforum.ru
НаучФорум
Оставь свой след в науке

МОЛОДЕЖНЫЙ НАУЧНЫЙ ФОРУМ: ОБЩЕСТВЕННЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

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

№ 12 (19)
Декабрь 2014 г.

Издается с марта 2013 года

Москва
2014

УДК 3+33
ББК 60+65.050
М 75

Председатель редколлегии:

Лебедева Надежда Анатольевна — д-р философии в области культурологии, профессор философии Международной кадровой академии, г. Киев.

Редакционная коллегия:

Волков Владимир Петрович — канд. мед. наук, рецензент НП «СибАК»;

Гукалова Ирина Владимировна — д-р геогр. наук, ведущий научный сотрудник Института географии НАН Украины, доц. кафедры экономической и социальной географии Киевского национального университета им. Т. Шевченко;

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»;

Карпенко Татьяна Михайловна — канд. филос. наук, ст. преподаватель кафедры философии и социологии исторического факультета Сумского государственного педагогического университета им. А.С. Макаренко.

М 75 Молодежный научный форум: Общественные и экономические науки. Электронный сборник статей по материалам XIX студенческой международной заочной научно-практической конференции. — Москва: Изд. «МЦНО». — 2014. — № 12 (19) / [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: [http://www.nauchforum.ru/archive/MNF_social/12\(19\).pdf](http://www.nauchforum.ru/archive/MNF_social/12(19).pdf)

Электронный сборник статей по материалам XIX 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.

ББК 60+65.050

Оглавление	
Секция 1. История	10
ОБЗОР НЕКОТОРЫХ САНКЦИЙ, ПРИМЕНЯЕМЫХ ИНКВИЗИЦИОННЫМ ТРИБУНАЛОМ	10
Литвяк Юрий Федорович Какоурова Наталья Аркадьевна	
Секция 2. Социология	15
ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОСТИ	15
Атяшкин Иван Александрович Семунина Оксана Евгеньевна Копытов Валерий Васильевич	
НАСЛЕДСТВЕННО ОБУСЛОВЛЕННЫЕ ПАТОЛОГИИ В СВЕТЕ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ	21
Камалов Айнур Мирзаевич	
ПРОБЛЕМЫ МЕЖЛИЧНОСТНЫХ ОТНОШЕНИЙ СУПРУГОВ	27
Марчук Юлия Николаевна Королева Светлана Викторовна	
Секция 3. Философия	34
СОБСТВЕННОСТЬ КАК НРАВСТВЕННАЯ ЦЕННОСТЬ (ФИЛОСОФСКО-ЭТИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ЭКОНОМИЧЕСКИМ РЕАЛИЯМ В РУССКОЙ ФИЛОСОФИИ)	34
Барков Кирилл Игоревич Баркова Ирина Николаевна	
Секция 4. Маркетинг	45
ВИРУСНЫЙ МАРКЕТИНГ КАК СОВРЕМЕННОЕ СРЕДСТВО МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ	45
Бояркина Екатерина Павловна Дерябин Александр Иванович	
ИНСТРУМЕНТЫ ИНЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА КАК ОСНОВА ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ	50
Шайхутдинова Алина Фирдусовна Баюшкина Анастасия Игоревна	
Секция 5. Менеджмент	62
ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТАЙМ- МЕНЕДЖМЕНТА В СОВРЕМЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ	62
Абанова Анна Владимировна Савельева Елена Юрьевна Гордыч Юлия Сергеевна	

РОЛЬ МЕЖЛИЧНОСТНЫХ КОММУНИКАЦИЙ В РАЗВИТИИ ОРГАНИЗАЦИИ Батищева Анастасия Игоревна Морозюк Юрий Витальевич	67
КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА КАК КЛЮЧ К ЭФФЕКТИВНОЙ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ Богунец Екатерина Алексеевна Шарибжанова Гульсиня Фяритовна Хмелев Игорь Борисович	73
К ВОПРОСУ РИСКА ИНВЕСТИРОВАНИЯ В КОРПОРАТИВНЫЕ ЦЕННЫЕ БУМАГИ Вилков Вячеслав Александрович Костылева Наталья Владиславовна	82
ПРОБЛЕМА ЛИДЕРСТВА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ Гревцева Ксения Александровна Морозюк Юрий Витальевич	88
УПРАВЛЕНИЕ ЗАПАСАМИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ИП МИЗЮК А.М. МАГАЗИН «СИРИУС», Г. АРТЕМ Гуцаленко Валентина Константиновна Батурина Ольга Андреевна	97
СТОИТ ЛИ ПРИВЛЕКАТЬ РАБОЧИХ К ПРИНЯТИЮ РЕШЕНИЙ НА ПРЕДПРИЯТИИ? Заворотная Мария Владимировна Шварцзайд Екатерина Ринатовна	106
ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ КАК ОСНОВА УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ В ТАДЖИКИСТАНЕ Каримов Манучехр Медведев Юрий Викторович	111
ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА В ТАДЖИКИСТАНЕ Каримов Манучехр Медведев Юрий Викторович	118
ПРОБЛЕМА СООТВЕТСТВИЯ ОБСЛУЖИВАНИЯ В ГОСТИНИЧНОМ ПРЕДПРИЯТИИ НАЦИОНАЛЬНЫМ СТАНДАРТАМ Клепикова Екатерина Александровна Скроботова Ольга Владимировна	124
СОЦИАЛИЗАЦИЯ БИЗНЕСА И СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ СОВРЕМЕННЫХ КОРПОРАТИВНЫХ ОБЪЕДИНЕНИЙ Кострюкова Яна Андреевна Морозюк Юрий Витальевич	129

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОСНОВНЫХ ФАКТОРОВ ПРОЦЕССА АДАПТАЦИИ ПЕРСОНАЛА БАНКА Лауес Бассем Медведев Юрий Викторович	134
ПОНЯТИЕ И СОСТАВНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ПРОЦЕССА АДАПТАЦИИ Лауес Бассем Медведев Юрий Викторович	140
ВОВЛЕЧЕНИЕ ПЕРСОНАЛА КАК СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ Абанова Анна Владимировна Овсянникова Алина Сергеевна Хмелев Игорь Борисович	147
ВОЗМОЖНОСТЬ ВНЕДРЕНИЯ НА РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ БИЗНЕС-МОДЕЛИ «МЕНЕДЖМЕНТ БЕЗ МЕНЕДЖЕРОВ» НА ПРИМЕРЕ БРАЗИЛЬСКОЙ КОМПАНИИ SEMCO SA Озёрнов Дмитрий Валерьевич Чистякова Светлана Витальевна	155
ЦЕЛЕНАПРАВЛЕННОСТЬ ПОВЕДЕНИЯ ЧЕЛОВЕКА В ОРГАНИЗАЦИИ Пашатская Татьяна Сергеевна Морозюк Юрий Витальевич	160
ПЛАНИРОВАНИЕ РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИИ НА ПРИМЕРЕ ОАО «УЗМ «МАГНИТ» Тяжелыникова Елена Анатольевна Кудашев Азат Ришатович	169
МОТИВАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОТРУДНИКОВ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ Швацкая Ольга Дмитриевна Ермилова Виктория Валерьевна	179
ДЕФИНИЦИЯ ПОНЯТИЯ «ОРГАНИЗАЦИОННОЕ ПОВЕДЕНИЕ» Шиман Наталья Сергеевна Морозюк Юрий Витальевич	185
Секция 6. Реклама и PR	190
ЛИЧНЫЙ БРЕНД ПОЛИТИКА: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА Чернобривец Татьяна Алексеевна Патрахина Татьяна Николаевна	190

Секция 7. Экономика	195
НАЛОГИ КАК ИНСТРУМЕНТ РЕГИОНАЛЬНОГО ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ	195
Абдрашитова Алена Тимуровна Успенский Иван Викторович Колчин Сергей Павлович	
ФИНАНСОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА КУРСКОЙ ОБЛАСТИ	201
Алмосова Ольга Владимировна Соловьева Татьяна Николаевна	
АНАЛИЗ ПРИЧИН И ПОСЛЕДСТВИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИХ САНКЦИЙ ПРОТИВ РОССИИ	208
Безгин Никита Павлович Бугаев Денис Владимирович Морозова Светлана Анатольевна	
ТЕНДЕНЦИИ В НАЛОГОВОМ АДМИНИСТРИРОВАНИИ В РОССИИ	214
Васюков Станислав Олегович Никитина Ольга Дмитриевна Колчин Сергей Павлович	
РАЗВИТИЕ ВНЕШНЕТОРГОВЫХ СВЯЗЕЙ АСТРАХАНСКОГО РЕГИОНА	220
Венцковский Вадим Анатольевич Бабошкина Полина Алексеевна	
ОПТИМИЗАЦИЯ ПРИБЫЛИ ТОРГОВОЙ ФИРМЫ С ПОМОЩЬЮ ПРОИЗВОДНОЙ	226
Вологжанинов Дмитрий Дмитриевич Зеркаль Филипп Александрович Уфимцева Людмила Ивановна Белова Людмила Владимировна	
НАХОЖДЕНИЕ ИЗМЕНЕНИЯ ИЗЛИШКА ПОТРЕБИТЕЛЯ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОВЕДЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ С ПОМОЩЬЮ ИНТЕГРАЛЬНОГО ИСЧИСЛЕНИЯ	232
Габбасова Юлия Ришатовна Уфимцева Людмила Ивановна	
«ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ САХА (ЯКУТИЯ)»	240
Семенов Нюргун Николаевич Горохова Ксения Семеновна Герасимов Богдан Иннокентьевич Сибилева Елена Валерьевна	

ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ ДКП И ПЕРСПЕКТИВЫ ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ Дунаева Анастасия Игоревна Удачин Никита Олегович Дубова Светлана Евгеньевна	252
ОСОБЕННОСТИ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ИННОВАЦИОННОГО ЦЕНТРА «СКОЛКОВО» Ермоленко Наталия Александровна Грызунова Наталья Владимировна	256
ЭФФЕКТИВНОСТЬ ФИНАНСОВОГО ЛИЗИНГА ПРИ СОПОСТАВИТЕЛЬНОМ АНАЛИЗЕ С КРЕДИТОМ Гончаренко Дарья Васильевна Картамышева Кристина Викторовна Морозова Светлана Анатольевна	261
ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНОСТЬ КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИЙ Власова Екатерина Андреевна Куцыгина Ольга Александровна	265
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КРИЗИС: КАТАСТРОФА ИЛИ НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ? Шалабаева Дания Кадырбековна Кузнецова Маргарита Владимировна	271
ВЫХОД ИНОСТРАННОГО БИЗНЕСА НА РОССИЙСКИЙ РЫНОК Левицкая Амэля Гурнина Дарья Александровна	276
РОЛЬ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ Литвинова Анна Игоревна Чупина Ирина Павловна	283
ПРОБЛЕМЫ ОБНОВЛЕНИЯ ОСНОВНЫХ ФОНДОВ ОАО «РЖД» Локтева Алёна Олеговна Миклашова Екатерина Викторовна Севостьянова Елена Владимировна	291
РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ И БОЛИВАРИАНСКАЯ РЕСПУБЛИКА ВЕНЕСУЭЛА: ПЕРСПЕКТИВЫ СОТРУДНИЧЕСТВА Мазенина Юлия Олеговна Третьякова Галина Викторовна	296
РАСЧЕТ ВЛОЖЕНИЙ В АКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ Маниилизу Дамас Алекс Романова Людмила Ефимовна	304

АНАЛИЗ РЫНКА КОМПЬЮТЕРНОЙ ТЕХНИКИ В РФ Перевалова Виктория Ивановна Лебединская Юлия Сергеевна	310
ТОРГОВЛЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ ОРГАНАМИ Поддубная Ксения Андреевна Шейна Марина Владимировна	315
ЭКОЛОГО-ТУРИСТСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ОРЕНБУРГСКОЙ ОБЛАСТИ Прытков Ринад Михайлович Холодилина Юлия Евгеньевна	322
ПРОБЛЕМЫ, ВОЗНИКАЮЩИЕ ПРИ ЧРЕЗМЕРНОМ РОСТЕ ФИРМЫ НА ПРИМЕРЕ КОРПОРАЦИИ MICROSOFT Пупко Демид Александрович Белова Людмила Владимировна	332
СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ЗАНЯТОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ Пупко Демид Александрович Чистик Ольга Филлиповна	336
РОЛЬ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В ЭКОНОМИКЕ АСТРАХАНСКОЙ ОБЛАСТИ Рожков Алексей Павлович Бабошкина Полина Алексеевна	346
SCM: РАСЧЁТ РАЗМЕРА ЗАКАЗА НА ПРИМЕРЕ BMW GROUP RUSSIA Сайфетдинова Аурика Фархатовна Самойлова Виктория Игоревна Юрасова Ирина Олеговна	351
КОНСАЛТИНГ В ГЛОБАЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ ЗНАНИЙ Алиева Сабина Шакировна Саркисян Азгануш Азизовна Каирова Фатима Асламбековна	356
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДИКИ АНАЛИЗА ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ АПК НА ПРИМЕРЕ ООО «АМУРАГРОЦЕНТР» Соседко Ксения Андреевна Якимова Вилена Анатольевна	369
ОПТИМАЛЬНОЕ РАПРЕДЕЛЕНИЕ РЕСУРСОВ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ФУНКЦИЙ НЕСКОЛЬКИХ ПЕРЕМЕННЫХ Тюрнина Анна Эдуардовна Уфимцева Людмила Ивановна	382

РАЗВИТИЕ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В РОССИИ: ВЛИЯНИЕ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ТРЕБОВАНИЙ ИЛИ БЕСКОРЫСТНАЯ ЗАБОТА ОБ ОБЩЕСТВЕ Утеганова Анастасия Юрьевна	387
ПРИМЕНЕНИЕ В РОССИЙСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ОРГАНИЗАЦИИ Харисова Дарья Николаевна Гаговская Марина Сергеевна Сулягина Виктория Сергеевна	393
ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ Хлюпова Анастасия Алексеевна Епифанова Анна Дмитриевна Колчин Сергей Павлович	398
ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ ПРОГРЕССИВНОЙ ШКАЛЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ В МИРЕ И ЕЁ ПЕРСПЕКТИВЫ В РОССИИ Шеренков Артём Игоревич Зазнобина Анастасия Михайловна Колчин Сергей Павлович	403
ВНЕШНЕТОРГОВЫЙ ОБОРОТ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА В РОССИИ Каляткина Дарья Алексеевна Шерстнева Юлия Сергеевна Федорова Людмила Ивановна	410
МАТЕМАТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ В ПСИХОЛОГИИ И ПЕДАГОГИКЕ, МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ В ПЕДАГОГИКЕ Шуленина Дарья Ильинична Тужик Анна Михайловна Турундаевский Виктор Борисович	416

СЕКЦИЯ 1.

ИСТОРИЯ

ОБЗОР НЕКОТОРЫХ САНКЦИЙ, ПРИМЕНЯЕМЫХ ИНКВИЗИЦИОННЫМ ТРИБУНАЛОМ

Литвяк Юрий Федорович

*студент Иркутского государственного университета,
РФ, г. Иркутск*

Какоурова Наталья Аркадьевна

*научный руководитель, канд. ист. наук, доц.
Иркутского государственного университета,
РФ, г. Иркутск*

Римско-католическая церковь в эпоху позднего Средневековья представляла собой крайне влиятельную силу, ее роль в обществе того времени была очень велика. Влияние Церкви не обходило стороной ни одну сферу общественной жизни. Правители европейских государств вынуждены были считаться с мнением Папы Римского по большинству внутренних вопросов.

Наивысшей степени могущества Церковь достигла в XII—XIII вв., когда светская власть оказалась в фактической зависимости от Апостольской Столицы. Разумеется, достичь господствующего положения и удерживать его, было невозможно без особых способов борьбы за власть. Одним из таких средств служило отлучение от церкви, которое, по сути, ставило человека вне закона. Одним из самых суровых церковных наказаний был *интердикт* (от лат. *interdictum* — запрещение) — отлучение от церкви целой территории или даже страны. В отлученных землях «жизнь фактически парализовывалась: прекращались богослужения, крещение новорожденных, отпевание умерших» [6, с. 184]. При Иннокентии III был наложен интердикт на Германию, Францию и Англию, что заставило правителей этих государств искать примирения с церковью.

Главным средством подавления противников Церкви, начиная с XIII века, становится Инквизиция — учреждение Римско-католической Церкви, имеющее целью розыск, суд и наказание еретиков. Зачатки инквизиции видны еще в XII веке, когда борьба с еретиками велась при помощи епископской инквизиции. Дела о ересь первоначально рассматривал местный епископ, что было еще весьма выгодно для обвиняемого, так как епископы были тесно связаны с местным населением, и возбуждать его против себя жестокостями было не в их интересах. Папы, очевидно, старались быть умеренными, ещё Иннокентий III запрещал употребление по отношению к еретикам испытаний водой и раскаленным железом. Однако в 1215 году Четвертый Латеранский собор утвердил специальное постановление, направленное на борьбу с ересью, по которому церковь должна была «выявлять, осуждать еретиков и выдавать светской власти для наказания» [2, с. 79]. Процедура передачи еретиков в руки светской власти называлась *реляксацией* [4, с. 204]. На Тулузском Соборе 1229 года было добавлено, что епископы в каждом приходе были обязаны назначать специальных священников для борьбы с ересью.

В 1232 г. Григорий IX передал функции инквизиции Ордену доминиканцев. Это было сделано посредством издания двух булл. В первой из них папа обращался к епископам Франции и сообщал им о том, что «находит нужным облегчить их бремя» [1, с. 138]. «Облегчение» заключалось в направлении на подмогу епископам доминиканских монахов с неограниченными полномочиями по преследованию еретиков. Вторая булла была обращена к самим инквизиторам «приорам и братьям ордена проповедников» [1, с. 139]. Эти буллы практически поручала доминиканскому ордену вести борьбу с еретиками во всем христианском мире. Обе буллы Григория IX в дальнейшем подтверждались другими папами, которые вносили в их содержание лишь незначительные изменения и уточнения.

В 1252 Иннокентий IV издал буллу об учреждении инквизиционных судов, которым было разрешено применять пытки. Первоначально инквизиторы были странствующими судьями, в последующем они стали оседлыми. В каждой

епархии создавались специальные комиссии, которым предоставлялся очень широкий спектр полномочий.

Особое внимание хотелось бы уделить тюремному заключению, поскольку именно оно являлось самой распространённой санкцией, применяемой Инквизицией. Заключение в тюрьму являлось пожизненным, за исключением тех нечастых случаев, когда сам приговор Инквизиционного трибунала указывал, что еретика помещают в тюрьму на определенный срок. Такое наказание называлось «кратковременное тюремное заключение», и применялось оно лишь к наименее опасным, с точки зрения Церкви, преступникам. Можно выделить три вида бессрочного тюремного заключения: каторжная тюрьма, при заключении в которую осужденного содержали в одиночной камере в ручных и ножных кандалах; строгое тюремное заключение, которое сопровождалось содержанием в одиночной камере в ножных кандалах; простое тюремное заключение, при котором заключенные содержались в общих камерах без кандалов.

Представляются заслуживающими внимания также некоторые особенности такого вида наказания, как конфискация имущества. Применялась она, как правило, в качестве дополнительного наказания — основной санкцией в приговоре обычно выступало лишение свободы или смертная казнь. Соборы в Безье и Альби требовали применять конфискацию во всех случаях, когда инквизиторы приговаривали еретика к тюремному заключению. С течением времени вошло в правило, что осуждение к тюремному заключению является достаточным условием для конфискации.

Следует отметить, что инквизитор лишь признавал наличие преступления, которое по светским законам лишало виновного права владеть собственностью. Конфискацию имущества осуществляла светская власть. Это было ее неотступной обязанностью, что может быть подтверждено эдиктом Иннокентия III, в котором он объявлял: «Мы повелеваем, чтобы имущества еретиков подвергались конфискации; чтобы эта мера применялась светскими

князьями под страхом наложения на них духовных наказаний. И имущества еретиков, отрекающихся от веры, не будут возвращены им» [5, с. 181].

Самым суровым наказанием из всех, которые назначались Инквизиционным судом Римско-католической церкви, являлась смертная казнь. Высшая мера применялась к следующим категориям еретиков: к тем, кто упорствовал в ереси и не желал отречься от своих взглядов, к тем, кто отказывался признать свою вину, к ранее осужденным еретикам, вновь уличенным в ереси. Кроме того, к смертной казни приговаривали еретиков, признание и раскаяние которых было сочтено за ложь, а также тех, кто уклонялся от преследования Инквизиционного трибунала и не присутствовал на процессе.

Хотелось бы сразу отметить, что сами инквизиторы не приводили это наказание в исполнение, а передавали осужденных светской власти. Было заведомо ясно, как поступит с таким осужденным светский правитель, так что Инквизицию нисколько не оправдывает тот факт, что она сама непосредственно не казнила еретиков. Последние сомнения в этом исчезают при ознакомлении с буллой папы Иннокентия IV Adextirpanda (букв. «Для искоренения»), изданной в 1252: «Когда признанные виновными в ереси отдаются в руки светской власти епископом (или его представителем) или инквизицией, подеста, или главный магистрат данного города должен немедленно их взять и в течение самое большее пяти дней привести в исполнение приговоры, вынесенные им» [6, с. 210]. Более того, в 1486 г. папа Иннокентий IV объявил, что всякий муниципальный закон, противоречащий намерению Инквизиции применить смертную казнь, не имеет силы.

Передачу роли «палача» светской власти следует объяснять, вероятнее всего, желанием создать хоть какую-то видимость человеколюбия и соблюдения церковных догматов. Оправдание данной форме исполнения смертной казни можно найти в Евангелии от Иоанна, где Христос говорит сомневающимся, непослушным: « Кто не пребудет во мне, извергнется вон, как ветвь, и засохнет; и такие ветви собирают и бросают в огонь, и они сгорают» [2, с. 53].

XVI век стал новым этапом в истории инквизиции. В связи с распространением лютеранства в германских странах, выходом из подчинения Риму англиканской церкви, местная инквизиция показалась Церкви недостаточной. «21 июля 1542 г. Папа Павел III учредил специальной буллой “Licetabiniçio” (Следует изначала) Священную конгрегацию римской и вселенской инквизиции, и сам возглавил ее» [3, с. 91]. Следует отметить, что инквизиция особенно свирепствовала в Испании, где только за 18 лет деятельности главного испанского инквизитора Торквемады (XV в.) было сожжено заживо более 10 тыс. чел.

Однако процесс Реформации, создания в Европе централизованных абсолютистских государств и развитие буржуазных отношений неминуемо вели к прекращению господства Церкви, а, следовательно — и инквизиции. В 18 в. она была упразднена в большинстве стран Западной Европы. Во Франции последний еретик был казнен в 1766. В 1820 г. инквизиция прекратила деятельность в Португалии, в 1834 г. — в Испании. В 1908 папа Пий X (понтификат 1903—1914) преобразовал инквизицию в конгрегацию Священной канцелярии, которая представляет собой, по сути, консультативный и увещательный орган. Несмотря на столь позднюю отмену, сам инквизиционный трибунал в плане своего первоначального назначения изжил себя многими годами раньше.

Список литературы:

1. Гергей Е. История папства: (пер. с венгр.) / Е. Гергей. — М.: Республика, 1996. — 463 с.
2. Григулевич И.Р. Инквизиция / И.Р. Григулевич. — 3-е изд. — М.: Политиздат, 1985. — 448 с.
3. История папства и инквизиции: краткий справочник-путеводитель / отв. ред. С.И. Ковалев. — М.: изд-во Академии наук СССР, 1959. — 183 с.
4. Католичество / автор-сост. А.А. Грицанов. — Мн.: Книжный Дом, 2006. — 384 с.
5. Ли Г.Ч. История инквизиции в Средние века / Г.Ч. Ли. — Смоленск: Русич, 2002. — 635 с.
6. Лозинский С.Г. История папства / С.Г. Лозинский. — 3-е изд. — М.: Политиздат, 1986. — 382 с.

СЕКЦИЯ 2. СОЦИОЛОГИЯ

ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОСТИ

Атяшкин Иван Александрович

*студент Пензенского государственного университета,
РФ, г. Пенза*

Семунина Оксана Евгеньевна

*студент Пензенского государственного университета,
РФ, г. Пенза*

Копытов Валерий Васильевич

*научный руководитель, канд. филос. наук, доц.,
РФ, г. Пенза*

Наша цивилизация подходит к роковой черте. В мире все больше пожилых людей и все меньше детей. Все больше семей, в которых всего один ребенок. Все больше мужчин и женщин решивших, что дети и семья им вообще не нужны и не надо на это тратить свое время. К тому же увеличивается число гомосексуальных союзов. Уже двадцать лет назад уровень смертности в России превысил уровень рождаемости, причем за всю историю Российского государства не было такой низкой рождаемости как в наше время.

Демографические проблемы, экономический и духовный кризис привели к падению великой римской империи. Сегодня цивилизация переживает нечто подобное. То, что мы считаем достижением демократии, а именно равноправие полов не лучшим образом влияет на демографическую ситуацию в целом. Сегодня очень быстро стираются границы между полами, мужчины и женщины носят одинаковую одежду, делают одинаковые прически, используют один парфюм. Любое отхождение от традиционных ролей мужчины и женщины, отца и матери снижает рождаемость. По оценкам некоторых экспертов традиционная семья может исчезнуть через двадцать лет, а вместе с тем пропадет и то ради чего она создавалась — дети. Людей, которые по разным

причинам отказываются от рождения детей становится все больше, появилось даже движение childfree (свободен от детей). Но можно ли отсутствие детей считать нормой, наверно нет. Порой люди могут иметь детей, но не имеют их. Они часто оправдываются, говоря, что заняты на работе, что современный жизненный ритм накладывает свой значительный отпечаток. Психологи говорят на этот счет, что люди придумывают красивую историю для оправдания и откладывают процесс рождения детей. «Жить для себя» эти слова стали для многих девизом. Но как же тогда продолжение рода. А ведь это естественная потребность человека, которая существует на уровне инстинкта, но оказывается, человек может меняться даже на уровне инстинктов.

Сегодняшнее поколение молодых людей не имеют братьев и сестер, это поколение восьмидесятых. Именно тогда многие семьи решили ограничиться рождением только одного ребенка. С восьмидесятых годов начался обвальный процесс снижения рождаемости, тогда экономическая ситуация резко ухудшилась не только в России, но и во всем мире. Во время финансовой нестабильности, инфляции люди рожали одного ребенка или откладывали рождение на потом. Примерно 30 % родителей, которые имеют единственного сына в семье, они обязательно доживут до того времени, когда их сын погибнет. Сосредоточенность родителей на одном ребенке невольно приводит к тому, что он вырастает эгоистом. Тем, кто живет в мегаполисах, может показаться, что демографическая катастрофа нам не грозит, однако на самом деле даже многомиллионный город может обезлюдить уже через сто лет. В конце восьмидесятых годов демографы прочертили на карте народонаселения две линии (кривую смертности и рождаемости). В 1992 г. Впервые за тысячелетнюю историю эти линии пересеклись. Демографы прозвали это русский крест. Линия смерти все время уходит вверх, а линия жизни все время уходит вниз. В 2010 г. Мы прошли так называемую точку невозврата.



Рисунок 1. Динамика рождаемости и смертности в России на 1000 чел., 1978—2005 гг. («русский крест»)

Сегодня население России сокращается с той же скоростью, как в средневековье население вымирало во время чумы и холеры. В 2011 г. население сократилось на 700 тыс. столько живет в Новгородской области или Псковской области. Это население всей Карелии или Мордовии. Давайте представим, что каждый год в стране становится меньше на одну область. По оценкам ООН, если те тренды, которые существуют сейчас останутся, то к 2050 г. численность населения России будет в районе 125 миллионов человек это по внешней оценки, так же академия наук проводила внутреннюю оценку и там цифры еще меньше это около 85 миллионов человек. А к 2075 г. около 50 миллионов человек. Так по приведенной ниже таблицы можно проследить ряд закономерностей, например, естественный прирост выходит в плюс, но этого недостаточно по меркам сложившейся демографической ситуации.

Демографическая политика предполагает то или иное воздействие на воспроизводство. Воздействуя исключительно на продолжительность жизни, мы затушевываем убыль населения, которая происходит за счёт низкой рождаемости. Фактически искусственно увеличивая продолжительность жизни, мы способствуем увеличению численности пенсионеров, с непригодными условиями проживания. Эта проблема наблюдается в большинстве развитых

стран, таких как: Япония, Германия, США. Перед ними стоит задача-пересмотр пенсионного бюджета, в сторону значительного повышения. Демографическая политика должна быть направлена на повышение рождаемости, на существенную потребность населения в деторождении.

Таблица 1.

Рождаемость, смертность и естественный прирост населения

Годы	Всего, человек			На 1000 человек населения ¹⁾		
	родившихся	умерших	естественный прирост ²⁾	родившихся	умерших	естественный прирост ²⁾
	Все население					
1950	2745997	1031010	1714987	26,9	10,1	16,8
1960	2782353	886090	1896263	23,2	7,4	15,8
1970	1903713	1131183	772530	14,6	8,7	5,9
1980	2202779	1525755	677024	15,9	11,0	4,9
1990	1988858	1655993	332865	13,4	11,2	2,2
1995	1363806	2203811	-840005	9,3	15,0	-5,7
2000	1266800	2225332	-958532	8,7	15,3	-6,6
2001	1311604	2254856	-943252	9,0	15,6	-6,6
2002	1396967	2332272	-935305	9,7	16,2	-6,5
2003	1477301	2365826	-888525	10,2	16,4	-6,2
2004	1502477	2295402	-792925	10,4	15,9	-5,5
2005	1457376	2303935	-846559	10,2	16,1	-5,9
2006	1479637	2166703	-687066	10,3	15,1	-4,8
2007	1610122	2080445	-470323	11,3	14,6	-3,3
2008	1713947	2075954	-362007	12,0	14,5	-2,5
2009	1761687	2010543	-248856	12,3	14,1	-1,8
2010	1788948	2028516	-239568	12,5	14,2	-1,7
2011	1796629	1925720	-129091	12,6	13,5	-0,9
2012	1902084	1906335	-4251	13,3	13,3	0,0
2013	1895822	1871809	24013	13,2	13,0	0,2

По данным Росстата

Установим связь между рождаемостью и урбанизацией. Чисто теоретически, чем более урбанизировано общество, тем выше его потребность в социальной состоятельности. В условиях низкой урбанизации, в сельской местности рождаемость выше, чем в городской. С индустриализацией мы ликвидировали традиционный тип рождаемости, уничтожая сельскую модель поведения. Можно проводить урбанизацию и индустриализацию на основе традиционной культуры.

Ценностные установки являются определяющим мотиватором рождаемости, не уровень жизни и сдвиги в экономике. Еще 265 лет назад классик экономической теории А. Смитт, на материале глубокого исследования дал понять, что рождаемость и уровень благосостояния имеют обратную зависимость. Иными словами, чем выше уровень благосостояния, тем ниже рождаемость.

Только религия на сегодняшний момент является универсальным рецептом, испытанным веками, по сохранению семьи, по сохранению расширенного воспроизводства населения. Примером может послужить Чечня, Ингушетия, Дагестан. Только возврат населения к своим традиционным ценностям способен обеспечить необходимое воспроизводство рождаемости.

Чтобы обеспечить простое воспроизводство населения в России, уровень рождаемости должен равняться примерно 2,5 % на одну женщину репродуктивного возраста. К 2020—2025 г. возрастёт потребность к замещению поколений, т. к. число женщин репродуктивного возраста буде постепенно уменьшаться. Решая вопросы демографической политики, мы одновременно и решаем вопрос и социальной политики. Для России демографическая политика — политика роста рождаемости! Для России, каждая человеческая жизнь бесценна.

Таким образом, демографическая ситуация в которой находится в России, должна решаться не только правительством, но и общественность должна всячески помогать действующей власти в решении этой непростой задачи. Только, находясь в постоянной взаимосвязи, власть и общество может выстроить качественную и к тому же весьма эффективную демографическую политику. Народ, человек является стратегически важным элементом, без которого великая страна не смогла бы существовать.

Список литературы:

1. Указ Президента РФ 9 октября 2007 года № 1351 «Концепция демографической политики РФ до 2025 г.».
2. Паспорт Национальной программы демографического развития России // Российская газета. 26 мая 2006 г. № 126.
3. Римашевская Н.М. Социально-экономические и демографические проблемы современной России // Вестник Российской Академии Наук. 2004. № 3.
4. Роик В. Феномен «седеющего населения» — глобальная демографическая проблема // Человек и труд. 2006. № 4.
5. Халтурина Д.А., Коротаев А.В. Русский крест: факторы, механизмы и пути преодоления демографического кризиса в России. — М.: КомКнига/URSS, 2006.
6. Росстат.

НАСЛЕДСТВЕННО ОБУСЛОВЛЕННЫЕ ПАТОЛОГИИ В СВЕТЕ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ

Камалов Айнур Мирзаевич

*студент 4 курса, Естественно-географический факультет БГПУ им. Акмуллы,
РФ, Республика Башкортостан, г. Уфа*

Самой важной ценностью любой страны является здоровая нация. Оно определяет развитие культуры, науки, промышленности и других сфер, необходимых для существования и развития государства.

Целью данной работы является освещение социальных проблем, вызванных с наследственными заболеваниями. Значимость данной проблемы определяется сложностью оказания медицинской помощи, а также появление различных психосоциальных проблем, связанные с возникающими трудностями как для родителей, так для самого человека с наследственной патологией.

Проблема наследственных заболеваний связана не только с биологическими науками как генетика, биохимия, медицина, психология и др., но она также затрагивает общественные науки. Это связано с тем, что человек является биосоциальным существом. Так, нормальное взаимодействие с социумом возможно благодаря нормальному психологическому и физиологическому состоянию индивида. Наследственно обусловленные патологии в силу разностороннего влияния на организм человека способствуют нарушению адаптации в обществе.

Упоминание к наследственно обусловленных болезней относят еще к Гиппократу [2, с. 9]. Дальнейшем о природе данных заболеваний было забыто и дальнейший акцент был поставлен на изучение влияния внешних факторов. Только на рубеже XVIII—XIX века появились первые работы о значении наследственности в развитии патологий. Среди ученых, которые внесли значительный вклад в изучении роли наследственности в развитии заболеваний относятся Френсис Гальтон, разработавший метод составления родословной, который используется в медико-генетическом консультировании,

Арчибальд Э.Г., изучая алкаптонию, предположил, что данная болезнь обмена веществ наследственно обусловлена; Давиденков С.Н., который организовал первую медико-генетическую консультацию; Выготский Л.С., внесший значительный вклад в развитие дефектологии.

Наследственность — это свойство организмов передавать свои признаки из поколения в поколения. Родители передают своим потомкам определенные признаки, которые будут определять судьбу подрастающих детей. Например, к этим признакам можно отнести цвет волос, конституцию тела, интеллектуальные способности, группу крови и др. Контроль нормального развития признаков организма осуществляют гены (состоят из ДНК), представляющие собой определенные генетические структуры куда закодирована вся информация о наших признаках. Гены объединены в хромосомы. Так, например, у человека в норме 46 хромосом, каждая из которых содержит определенное количество генов.

В силу причин, которые называются мутагенами (химические вещества, радиация, лекарства и др.), происходит нарушение генетических структур (мутация). В случае возникновения мутаций в половых клетках, появившиеся нарушения могут передаваться потомкам. Таким образом, наследственные заболевания — это заболевания, связанные с нарушениями в генетическом аппарате клетки в половых клетках, предающиеся из поколения в поколения.

Генетические факторы обуславливают 20—30 % младенческой смертности, 40—50 % спонтанных аборт и выкидышей, 50 % случаев врожденной глухоты, 70 % — врожденной слепоты, 80 % — умственной отсталости [7, с. 3].

Среди главных причин смерти в возрасте до 1 года доля перинатальных факторов составляет 28 %, врожденные и наследственные болезни — 25 %, синдром внезапной смерти ребенка — 22 %, инфекции — 9 %, другие — 6 % [7].

По данным отечественных авторов, около 60 % всех изолированных нарушений слуха обусловлено генетическими факторами [1, с. 195].

На протяжении многих десятилетий ведущими факторами в этиологии стойких отклонений в умственном и физическом развитии считались перинатальные вредности, патология родов, травмы, инфекции, интоксикация раннего возраста [1, с. 142]. Достижения в медицинских и биологических науках, в частности генетики и молекулярной биологии, дали новые представления о развитии многих наследственных заболеваний. Было открыто множество наследственных болезней и синдромов, для которых была доказана наследственно обусловленная природа развития. Так, на сегодняшний день насчитывается более 4500 наследственных болезней.

Опасность генетически обусловленных заболеваний связано с нарушением нормального течения различных процессов в организме. Патологические изменения могут возникнуть как в умственном, так и в физическом развитии. Наследственные заболевания их диагностика, профилактика и лечение нельзя не соотносить к общей культурой, которая предполагает:

1. Социализацию индивида с наследственной патологией;
2. Осознание проблемы в обществе;
3. Поддержка семей и детей в лечении тяжелых недугов.

Процесс социализации определяется общественными науками как саморазвитие личности в процессе ее взаимодействия с различными социальными институтами в результате которых вырабатывается определенная жизненная позиция личности. В связи с разнообразными проявлениями, наследственные заболевания характеризуются сложными морфофункциональными отклонениями в работе органов и систем органов организма, влияя на интеллект, слух, зрение, способность передвигаться, тем самым нарушая способность к нормальной коммуникации. Вызванные заболевания не только снижают работоспособность организма, но и осложняют адаптацию в привычной для большинства людей социальной среде. Это связано как с физическими недостатками, так и изменением психического развития. Учеными доказано, что наличие сочетаний тяжелых нарушений здоровья, когда пораженными оказались несколько органов или функциональных систем

организма, является серьезным препятствием в осуществлении адекватного взаимодействия ребенка с окружающей средой, ограничивающим возможности его социальной адаптации и крайне негативно влияющим на сам процесс его психофизического развития [3, с. 3]. Осознание человека, что он не такой как большинство угнетает. Создание специальной социальной среды способствует облегчению вхождения людей с наследственными заболеваниями в социум.

Социализация человека должна происходить с параллельным участием государства и семьи. Помимо социально-медицинской поддержки государства немало важную роль имеет поддержка со стороны семьи. Осознание того, что родившийся ребенок имеет тяжелый синдром создает эмоциональное давление на структуру семьи. Разлад в семье наступает, когда происходит выяснение кто виновен в рождении ребенка с патологией. Нелегким является решение оставить ребенка или принять его таким, какой он есть или передать в интернат на попечение государству. Отмечается изменение отношения родителей к окружающему миру в сторону развития замкнутости, социальной робости [5, с. 3]. Поддерживающая терапия требует значительных материальных затрат, поэтому данная проблема рассматривает нравственное и материальное соучастие людей. В рамках одной семьи почти трудно справиться с финансовыми проблемами, поэтому недостаток финансов может привести к распаду семьи, но привлечение широкого круга людей через СМИ и посредством социальных организаций для материальной и социальной поддержки способствуют сохранению института семьи. При этом создание различных фондов, существующих на пожертвования, сталкиваются с личным отношением каждого человека к данной теме. Вполне наверняка каждый проходил мимо волонтеров какого-либо фонда, но при это не каждый мог внести свой вклад на его развитие. И в большей степени это связано не столько недостатком средств, а сколько проявлением безразличия, ведь человек совершающий покупки в магазине уже способен отдать небольшую сумму.

Принять ребенка таким, какой он есть или сделать аборт? При выявлении тяжелой формы наследственной патологии в развитии перед матерью встает

сложный выбор родить ребенка и решать множество проблем в течении жизни, обрекая ребенка на сострадания и неполноценную жизнь. Здесь встает биоэтическая проблема сохранения или лишения жизни еще не родившегося человека по критерию отклонения от нормы. Рассуждать на эту тематику очень сложно, так как никто кроме самой матери не может почувствовать то состояние, когда она узнает о диагнозе. Жизнь ребенка с наследственной патологией встает между двумя сторонами общества — материалистической и гуманистической. При этом материалистическая сторона резко противопоставлена к гуманистической. Цинизм общества заключается в том, что больной ребенок является неким грузом, балластом, дополнительный расход материальных средств. Мораль и нравственность представляет человека с генетическими дефектами как личность, которая имеет право на жизнь со всеми благами. В любом случае решение лежит за матерью, поэтому проблема социальной поддержки института семьи встает очень остро.

Воспитание детей с отклоняющимся вариантом психического развития и нарушениями здоровья должно базироваться на том, что одновременно с физиологической недостаточностью существуют психологические тенденции противоположного направления, которые являются основой формирования новых, более совершенных психологических взаимоотношений ребенка с внешним миром [3, с. 3]. В этом смысле очень важно помочь к адаптации в обществе в первые годы жизни. Примером эффективного использования специального подхода в адаптации в социуме является возможность социализации детей с синдромом Дауна. Данный синдром является одной из самой распространенной формой умственной отсталости (частота составляет 1:700 новорожденных). Впервые была описана английским врачом Джоном Дауном в 1866 году. Интеллектуальное недоразвитие сопровождается нарушением слуха, дефектом речи, низким словарным запасом. При этом им известны такие эмоции как доброжелательность, смущение, обида, раздражительность, любовь. Тяжелые симптомы снижают качество жизни ребенка, отражаясь на его способности общаться со сверстниками. При этом

рядом авторов приводятся данные об их обучаемости [5; 6]. Одним из важным тезисом в работах является наличие благоприятной среды для обучения и раннее начало процесса социализации.

Вывод.

Развитие и достижения медицинской, молекулярной генетики, различных медицинских наук дало определенные сдвиги в решении данной проблемы. Сочетание специальных поддерживающих терапий, коррекционных операций, лекарственных препаратов с своевременной работой педагогов, психологов и других социальных работников помогают избежать серьезных социальных ограничений в последующие периоды жизни. Для решения возникших проблем необходимы слаженная работа генетиков, врачей, юристов и социальных работников.

Таким образом, на данном примере разрешение ряда вопросов, в частности, проблема социальной адаптации и коррекции будет актуальна, пока существуют наследственные заболевания.

Список литературы:

1. Асанов А.Ю. Основы генетики и наследственные нарушения развития у детей: Учеб. Пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений. / А.Ю. Асанов, Н.С. Демикова, С.А. Морозов; Под. ред. А.Ю. Асанова. — М.: Издательский центр «Академия», 2003. — 224 с.
2. Бочков Н.П. Клиническая генетика: Учебник. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: ГЭОТАР-МЕД, 2002. — 448 с: ил.
3. Павлова Н.Н. и др. Особенности формирования психики детей с наследственными болезнями нервной системы в раннем возрасте. Специальное образование, № 4 / 2013. — 55 с.
4. Соколова М.В. и др. Социальная адаптация детей с синдромом Дауна. Ярославский педагогический вестник. 2002. № 4 (33). — 12 с.
5. Шевченко Н.Б. и др. Особенности обучаемости детей с синдромом Дауна. Педагог: наука, технология, практика. — 2006. — № 1–2 (20–21). С. 128–136.
6. Краснов М.В. и др. Практическая медицина 07 (09) педиатрия — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://pmarchive.ru/nasledstvennyye-bolezni-u-detej/> (дата обращения).
7. Мурзабаева С.Ш. Оптимизация медико-генетической службы Республики Башкортостан. Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора медицинских наук. Москва — 2010. — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: med-gen.ru/ar/ar_MurzabaevaSSh.doc (дата обращения 15.11.2014).

ПРОБЛЕМЫ МЕЖЛИЧНОСТНЫХ ОТНОШЕНИЙ СУПРУГОВ

Марчук Юлия Николаевна

*студент Уральского государственного педагогического университета,
РФ, г. Екатеринбург*

Королева Светлана Викторовна

*научный руководитель, канд. пед. наук, доц. кафедры технологий социальной
работы Уральского государственного педагогического университета,
РФ, г. Екатеринбург*

Политика государства направлена на сохранение семейных ценностей. В Энциклопедическом социологическом словаре сказано, что семья — это общественный механизм воспроизводства человека, отношения между мужем и женой, родителями и детьми, основанная на этих отношениях малая группа, члены которой связаны общностью быта, взаимной моральной ответственностью и взаимопомощью [4].

Семья представляет собой союз нескольких людей: муж и жена, потом дети, а также родители супругов. Каждый человек проводит большую часть своей жизни во взаимодействии с членами своей семьи. Каждая семья России вынуждена подстраиваться под стремительные и напряженные изменения в социально-экономической, политической и духовной сферах жизни. На фоне этих изменений меняется и жизнь семьи, что может стать причиной возникновения конфликтных ситуаций. Все это проверяет на прочность семейные отношения, уровень взаимодействия и взаимопонимания между членами семьи.

Одной из проблем семьи, по мнению ученых, являются семейные конфликты. В настоящее время они зачастую становятся причиной разводов.

По статистике за 6 месяцев 2014 года число зарегистрированных браков и разводов, по сравнению с тем же периодом 2013 года, увеличилось. В январе-июне 2014 года число зарегистрированных разводов в России (без учета Крымского федерального округа) увеличилось на 23,7 тысячи больше (на 7,5 %), чем за аналогичный период предшествующего 2013 года (340,0 против 316,3 тысячи). В Крымском федеральном округе число

зарегистрированных разводов увеличилось в 1,7 раза — 2,2 тысячи в январе-июне 2014 года против 1,3 за тот же период 2013 года [5].

Семейный конфликт является формой *межличностного конфликта*, который Атоян А.Д. определил как столкновение противоположных желаний, интересов, потребностей людей в процессе их общения и совместной деятельности. Причем удовлетворение потребностей одного индивида ущемляет интересы другого [1].

Причиной семейного конфликта могут стать различные обстоятельства:

- несоответствие взглядов партнеров по различным вопросам: семейного отдыха, воспитания детей, взаимоотношений с родителями;
- неточное выражение мыслей и взглядов и, как следствие, недопонимание и неверные действия со стороны других членов семей, что становится причиной обид и претензий друг к другу;
- эгоистичное отношение к другим членам семьи, стремление удовлетворить собственные желания и потребности, иногда в ущерб остальным;
- изменение ролей у партнеров и увеличение ответственности друга перед другом при рождении детей;
- перемены в жизни партнера: заболевания, смена работы, выход на пенсию, увольнение и, в результате, изменение социального и финансового положения семьи;
- возрастные кризисы в жизни каждого члена семьи;
- трудности в выражении своих чувств партнеру, ребенку, в результате чего накапливаются негативные эмоции, и растет внутренне напряжение, эмоции мешают в принятии верного решения. Накопившийся негатив может со временем выйти наружу, что повлечет за собой сложности во взаимоотношениях между членами семьи.

Кроме того, каждая семья проходит определенные периоды, связанные с важными изменениями, способные стать причиной конфликтов. Невлева И.М., Трунов А.А. выделили следующие периоды:

- *Первый период* связан с адаптацией супругов друг к другу.

- *Второй период* начинается с рождением детей, которые требуют постоянного внимания. У родителей накапливается усталость, они ограничивают себя в удовлетворении своих потребностей и увлечений. У супругов могут появляться противоположные мнения по поводу воспитания детей, их занятий в свободное время, а также в выборе будущей профессии.

- *Третий период* возникает с появлением новых членов семей: дети женятся, либо выходят замуж, рождаются внуки, происходит выстраивание отношений с родителями с другой стороны. Ситуация осложняется боязнью одиночества с наступлением зрелого возраста, а затем старости.

Каждый из перечисленных периодов характеризуется своими конфликтными ситуациями и конфликтами. На развитие конфликтов в семье на любом из периодов значительное влияние оказывают внешние факторы, изменения в российском обществе: моральных и культурных устоев, снижение экономического развития, отсутствие социальной защищенности семьи.

На фоне социокультурных, политических и экономических изменений общества в современном мире семья, и, в частности, взаимоотношения между супругами, по мнению Невлевой И.М., Трунова А.А., столкнулись с четырьмя проблемами, которые на протяжении веков сдерживали вековые традиции, обычаи и нравы.

Первая проблема — это алкоголизм, который сейчас становится частой причиной разводов. Столетиями раньше причастие к алкоголю осуждалось общественным мнением, сдерживалось традициями. В настоящее время он хоть и считается социальной патологией, принимаются попытки лечения и введения ограничений в законодательстве. Но общественное мнение и осуждение уже не пугает людей.

Вторая проблема — это проживающие вместе с супругами их родители, чаще мать. Раньше патриархальная семья насчитывала до 10 и более членов семьи, каждый из которой подчинялись старшему главе семьи, вели единое хозяйство. Сейчас в одном доме могут жить по две суверенных семьи со своим

образом жизни, хозяйством, взглядами на воспитание детей, досуг. Между супругами могут возникнуть конфликты на почве взаимоотношений с родителями, но могут также привести к разводам.

Третья проблема — это неравенство в распределении домашних обязанностей, частый бытовой паразитизм, прежде всего мужа. В традиционном обществе мужские и женские обязанности были четко разделены. Однако современный городской образ жизни практически уничтожил мужские обязанности, а женщина оказалась вовлечена в общественное производство наравне с мужчиной. Как результат, недостаток времени и женщины на ведение домашнего хозяйства, отсутствие помощи со стороны мужчины. Терпение заканчивается, а начавшиеся конфликты могут опять же стать причиной разводов.

Четвертая проблема — это неумение членов семьи разрешать конфликты через поиск компромисса, а не постоянными скандалами. В патриархальной авторитарной семье жена подчинялась мужу, дети слушались родителей. Их взаимоотношения определялись вековыми традициями, обычаями, боязнью осуждения со стороны общества. Сейчас взаимоотношения супругов, родителей и детей зависит от их собственной культуры и заложенных воспитанием норм. Если же они развиты не в полной мере, возникший конфликт может стать причиной развода.

Развод оказывает влияние на разводящихся супругов. У них часто наблюдается своеобразный шок со стыдом и жалостью к себе. Разведенные пытаются доказать, что им безразличны возникшие проблемы. Весьма распространенным является чувство беспокойства и страха, идущее от нарушенных привычек и утраты привычных ролей. Разведенный супруг часто пытается увеличить свою социальную активность. Друзья и родственники обычно помогают ему в установлении новых контактов. Бывают случаи, когда по отношению к своему бывшему супругу формируются чередующие проявления любви и ненависти. Поэтому в некоторых случаях они могут повторно вступить в брак друг с другом.

Конфликты могут повлечь за собой как позитивные, так и негативные последствия.

Позитивной стороной конфликта является грамотное ведение переговоров, формирование умения выслушать супруга и уважения к его мнению, поиск взаимопонимания и конструктивных выходов из противоречий. В этом и проявляется сила отношений. Возникший конфликт указывает на задачу, проблему, источник разногласий, который необходимо устранить. Семейный конфликт является точкой роста супругов. В семье, вследствие конфликта, могут сформироваться новые цели, правила, ценности.

Негативная сторона конфликта заключается в развитии психологического дискомфорта. Конфликтующие супруги забывают о том, что необходимо искать выход из сложившейся ситуации и решать конкретную задачу. Целью становится причинить боль другому, одержать победу в споре. Деструктивная функция конфликта также в ослаблении единства семьи, снижении сплоченности, росте бессилия и ощущения невозможности противостоять трудностям. Если конфликт затягивается, он становится все более деструктивным, при этом сильнее растет психологический дискомфорт.

К основным методам социальной работы по профилактике семейных конфликтов можно отнести:

- диагностическая деятельность с семьей;
- индивидуальные беседы, интервью, дискуссии;
- индивидуальная работа (консультирование, социальная терапия, психосоциальная реабилитация);
- групповая психотерапия, игровая и семейная терапия (коррекция и обучение навыкам неконфликтного общения);
- комплексное психосоциальное моделирование;
- психолого-педагогическая коррекция;
- социально-педагогическая реабилитация;
- модификация социального поведения — выработка новых жизненных навыков и привычек;

- социально-психологические тренинги;
- оказание содействия родителям в выполнении воспитательных функций.

Для гармоничного развития семейных отношений необходимо формирование благоприятной атмосферы внутри семьи, равноправия сотрудничества и взаимопомощи между всеми членами семьи, адекватное поведение супругов в определенных жизненных ситуациях и взаимная поддержка. Для разрядки отношений между членами семьи важно разнообразить свой досуг, выбираться семьей на прогулки, совместный отдых, путешествовать. Конфликт хоть и побуждает к поиску конструктивных способов выхода из сложившейся ситуации, но частые ссоры могут разрушить семью. Если самостоятельно решить проблему не удастся, то лучше всего обратиться за помощью к психологу.

Подведя итог вышесказанному, можно сделать следующий вывод: причин для возникновения семейных конфликтов достаточно много. Конфликты в семье достаточно трудно избежать по причине того, что семья — это структура, в которой людям с противоположными взглядами, мнениями и интересами приходится постоянно и тесно взаимодействовать. Семья — основа общества, чем и объясняется необходимость проведения профилактики семейных конфликтов. Во избежание конфликта важно уважать мнение другого, высказывать, а не копить, свои и позитивные, и негативные чувства, поддерживать друг друга в жизненных трудностях, радоваться вместе успеху, чаще удивлять своего партнера, делать сюрпризы. Не стоит пытаться изменить своего супруга, а нужно научиться принимать его со всеми достоинствами и недостатками.

Список литературы:

1. Атоян А.Д. Конфликтология: конспект лекций [Текст] / А.Д. Атоян. — М.: А — Приор, 2010. — 64 с.
2. Невлева И.М. Конфликтология в социальной работе [Текст]: учеб. пособие / И.М. Невлева, А.А. Трунов. — Бегород: Кооперативное образование, 2005. — 327 с.

3. Технологии социальной работы [Текст]: учеб. / под общ. ред. проф. Е.И. Холостовой. — М.: ИНФРА — М, 2001. — 400 с. — (Серия «Высшее образование»).
4. Энциклопедический социологический словарь [Текст] / под общ. ред. Осипова Г.В. — М.: ИСПИ РАН, 1995. — 939 с.
5. “Демоскоп Weekly” — демографический еженедельник — [Электронный ресурс] — Режим доступа. URL: <http://www.demoscope.ru/weekly/2014/0609/barom04.php> (дата обращения 4.11.2014).
6. Семейный конфликт. Статьи. Семья — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://psiholog43.ru/semya/semeynyu-konflikt.html> (дата обращения 24.11.2014).
7. Рефлексия. Помощь семейного психолога. Семейный конфликт — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.refleksia.ru/semeyni_konflikt (дата обращения 24.11.2014).

СЕКЦИЯ 3.

ФИЛОСОФИЯ

СОБСТВЕННОСТЬ КАК ПРАВСТВЕННАЯ ЦЕННОСТЬ (ФИЛОСОФСКО-ЭТИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ЭКОНОМИЧЕСКИМ РЕАЛИЯМ В РУССКОЙ ФИЛОСОФИИ)

Барков Кирилл Игоревич

*студент Московского государственного машиностроительного университета
(МАМИ),
РФ, г. Москва*

Баркова Ирина Николаевна

*научный руководитель, доц. Московского государственного
машиностроительного университета (МАМИ),
РФ, г. Москва*

Примечательным явлением в истории России конца XX века стало второе пришествие либерализма после семидесятилетнего изгнания его из духовной жизни общества. Воспринятый у нас вначале в качестве дополнения к проекту «социализма с человеческим лицом», либерализм затем обрел самостоятельность, стал знаменем демократических сил и помог им в 1991 году мирным путем взять в свои руки политическую власть в стране. Но через год после провозглашения начала либеральных реформ широкие массы разочаровались и в них, и в своих прежних политических кумирах. Если западный либерализм пустил глубокие корни в сознании западного человека и опирается на многовековые традиции экономической и политической свободы, то в России либерально-демократическая идеология «повисает в воздухе». Необходим тщательный философский анализ как самой этой идеологии, так и особенностей менталитета, сформированного всей Российской историей.

Одним из ключевых понятий концепции либерализма является понятие собственности, которое имеет не только прагматическое, экономическое, но и ценностно-этическое содержание. Институт собственности закрепляет

неотъемлемые права человека, и сам является одним из важнейших прав. Продолжением права собственности индивида на самого себя является собственность на внешние по отношению к нему предметы, собственность, гарантирующая безопасность, стабильность положения, достоинство личности и устойчивость общественного порядка. В данной статье собственность будет рассмотрена как форма устройства социального и индивидуального бытия и одновременно как способ осмысления и оценки действительности с позиций общественного идеала. В центре внимания будут весьма актуальные сейчас размышления русских мыслителей конца XIX — первой половины XX вв. над судьбами своей страны, их попытки обосновать либерально-демократические идеи и привить их на русской почве.

Еще в классической философии Запада понятие собственности выступало как средство восприятия и оценки мира. Так, Кант определяет собственность как условие человеческой свободы, а Фихте называет людей собственниками самих себя. Становление открытого общества началось тогда, когда прибавочный продукт превратил собственность из условия существования в мире необходимости в условие человеческой свободы. В хозяйственной и духовной сфере бытия творчество и свобода соединились для самосозидания и саморасширения. Основанная на неприятии этого стремления духа формула Прудона «собственность есть кража» с течением времени все сильнее отрицает творимую человеком реальность и способствует разрушению общества.

В России не сложился уклад, базирующийся на частной собственности. В условиях аграрной цивилизации в течение веков, предшествующих освобождению крестьян, вместо понятия крестьянской собственности господствовало понятие общинной земли и крестьянского надела. Институт собственности не сделался привычкой, не стал прочным регулирующим началом жизни народных масс. Как отмечал государствовед, общественный деятель, историк-публицист Б.Н. Чичерин собственность есть краеугольный камень всего гражданского порядка. Как бы не усложнялись общественные отношения, они все-таки исходят из лица и возвращаются к лицу.

В нем содержится цель всего общественного устройства. «Основание и предназначение собственности, — показывает Чичерин, — лежит в отдельной личности, а так как государство не создает личности и не имеет права её уничтожать, то оно не создает и собственности и не имеет права уничтожать собственность» [7, с. 114]. В собственности частное лицо обретает и точку опоры, и орудия, и цель своей деятельности. Чем жёстче эти точки опоры, тем точнее те отношения, в которые вступает человек с другими людьми, тем сильнее и основанный на данных отношениях порядок. Именно прочность собственности составляет первую потребность гражданского быта. Напротив, все, что колеблет собственность, продолжает Б.Н. Чичерин, подрывает самые основы гражданского порядка. Человек чувствует, что посягают на весь его личный мир, на его свободу, на его активность, на его семью, на все, что ему дорого, на его прошедшее и грядущее. Чичерин пишет: «Свободная собственность при свободном труде составляет идеал всякого гражданского быта. Посягать на эти начала — значит, подрывать свободу в самом ее корне, уничтожать фундамент великого здания, воздвигнутого человечеством» [7, с. 116]. Из этого можно видеть, резюмирует Б.Н. Чичерин, какой вред приносят учения, подрывающие основания собственности и жизнь всегда будет представлять им надежный отпор.

Известный мыслитель России рассматриваемого периода Ф.А. Степун обратил внимание на влияние исторических и географических причин на отношение русского человека к труду и собственности. Постоянное движение Российской империи вширь определило не только стиль русского земельного хозяйствования, но и стиль всякого российского делания, творчества. По словам Степуна, «читая любую русскую историю, приобретаешь впечатление, что русский человек не столько завоевывал землю, сколько без боя забирал её в плен» [4, с. 335]. Труд, вложенный русским народом на создание Державы был громаден, однако все же не был тем, что под словом «труд» понимает Европа, что под ним понимаем сегодня уже и мы. Он не был упорной, длительной работой, систематическим

преодолением сопротивления материала специально изобретенными для того средствами. Постоянный колониционный разлив России, преумножение плодородных равнин, которые приходилось наспех заселять и засеивать, лишал русский народ не только необходимости, но и возможности заботливого и тщательного труда на земле. Кое-как бередили все новую и новую целину и двигались дальше: «Так столетиями создавался в России стиль малокультурного, варварского хозяйствования, психология безлюбивого отношения к любимой земле, ощущение в качестве земли-кормилицы не столько собственной земли под сохой, сколько земли за чертой своей собственности» [4, с. 336].

Тяга к земле на горизонте характерна для крепостного сознания. После отмены крепостного права вплоть до 1917 года преобладало общинное землевладение, в деревне только начал складываться класс мелких собственников-фермеров. Революция пообещала наделить крестьян землей, но не дала им собственность. Трагедия русской истории и русского крестьянства состоит в том, что предмет мечтаний и всегдашних вождений крестьянина — земля до сих пор не обратилась для него в подлинную и крепкую собственность. Если бы русские крестьяне превратились в просвещенных собственников и культурных фермеров, то и русская революция прошла бы, возможно, много спокойнее, без эксцессов. «Комбинация социализма образованных классов и отсутствие духа собственности в крестьянских массах, — пишет П.Б. Струве, — создала ту духовную атмосферу, в которой протекла русская революция» [5, с. 262]. Институт собственности был беззащитен с двух сторон: от него духовно отреклась интеллигенция и к нему еще не пришли народные массы. Поэтому революция в России, обращенная против собственности как помещичьей, буржуазной, так и крестьянской не встретила стойкого и сознательного сопротивления.

Эту мысль продолжает С.Л. Франк. Он указывает на то, что частная собственность в России была сметена вихрем социалистической революции

почти без сопротивления. Он видит причину этого в том: «... что слишком слаба была вера в правду частной собственности, и сами ограбляемые собственники, ..., в глубине души не верили в свое право, не сознавали его «священности», не чувствовали своей обязанности его защищать ...» [6, с. 311]. Далее Франк отмечает: «То, что выяснилось с полной очевидностью на злосчастном русском эксперименте, есть собственно элементарная экономическая необходимость частной собственности и гибельность принудительной социализации» [6, с. 310]. Социалистический эксперимент, делает вывод философ, жизненно доказал необходимость строя, основанного на частной собственности, и эта жизненная очевидность превыше всякой теории и всяких доказательств. Этому факту есть объяснение, так как личная корысть собственника есть достаточно сильный двигатель для производительной и хозяйственно-организационной деятельности. «Пусть каждый думает о своей личной выгоде и имеет уверенность, что ему никто не помешает насладиться плодами его работы — и работа закипит, и все будут ... более сыты и довольны, чем когда государство принудительно заставляет каждого трудиться только для общего блага» [6, с. 310]. Но нельзя забывать, что система абсолютной свободы собственности ведет к несправедливости и хозяйственным бедствиям (и так уже было в европейских государствах). Поэтому автор предлагает перейти к системе ее ограничения в многообразном социальном законодательстве.

П.Б. Струве, возвращаясь к итогам октябрьской революции, отмечает, что неверно утверждать, будто революция покончила с феодальным строем, так как он к этому времени был уже разрушен. В 1917 году сметена была только частная собственность, в том числе крестьянская, которая создавалась в ходе александровских и столыпинских реформ. «Ни те условия русского аграрного строя, которые предшествовали революции, ни содержание её не уполномочивают нас отождествлять её с падением феодально-крепостного строя. Тот сельскохозяйственный строй, который существовал в России до революции, не имеет ничего общего с феодализмом...», — пишет

Струве, и дальше «... если аграрная революция была последней судорогой общинно-крепостной России, то судорога эта ударила не по феодализму», которого к этому времени уже не было, а по тем «элементам и росткам общей собственности, которую создало все предшествующее историческое развитие» [5, с. 263]. Нашим лозунгом, продолжает П.Б. Струве, должны стать два слова, поставленные рядом: отечество и собственность, «ибо без собственности, разлитой в народных массах, собственности, ощущение которой перешло, так сказать, в их плоть и кровь, у них не может быть ни отечества как крова, под который они могут всегда укрыться и который они готовы защищать до последнего, то есть того, что мы называем великим патриотизмом» [5, с. 267].

Если Струве видит высоконравственное значение собственности в укреплении патриотизма, а Чичерин в её правовом аспекте, то Ильин обращает внимание на её роль в развитии духовности личности. Для материалиста, рассуждает И.А. Ильин, человек не духовное, а телесное существо. Он состоит из тела и его потребностей, это рабоче-мускульный центр, подневольный объект, подвластный распоряжениям сверху. Поэтому имущественная независимость ему не нужна, она формирует только своеволие, беспорядок, эксплуатацию человека человеком. В силу этого частная собственность должна быть упразднена. Однако это, неправильный путь, так как он отвергает личное начало, стремится угасить личное мнение и миропонимание. Это неправильный путь, так как он гасит личную заинтересованность и собственную инициативу человека на всех путях его творчества.

Если же признать человека духовным творческим созданием, то его жизнь есть загадочный внутренний процесс самостроительства и самоутверждения. Субъект творчества нуждается в свободе и заслуживает её, а свободу ему может гарантировать частная собственность: «... подобает ли этому творческому духовному центру иметь на земле некое прочное, вещественное гнездо, предоставленное ему и обеспеченное за ним, — гнездо его жизни, его любви, деторождения, труда и свободной инициативы? [2, с. 271].

И.А. Ильин поднимает вопрос о необходимости высоконравственного обоснования частной собственности, он указывает на фундаментальные духовные характеристики человека, в силу которых частную собственность нужно взять, принять и защищать. По мнению Ильина, не следует смешивать признание частной собственности с распределением богатства и имущества, с противоправной национализацией частной собственности. Идея частной собственности не придумана лукавыми и скупыми искателями наживы. Чтобы жить, человек должен приспособлять окружающие вещи к собственным нуждам, улучшать их, вкладывать в них себя, свои идеи, ощущения, рвения. Эти вещи вокруг него должны превратиться в объективное продолжение его собственной личности. Действуя и хозяйствуя, человек способен сродниться с вещью, ввести её в орбиту собственного бытия.

Сходную позицию можно найти и в работах Н. Бердяева, который рассматривает нравственно-освободительное значение собственности в контексте оценки социализма. Если собственность становится инструментом корысти, наживы, угнетения ближних, пишет Бердяев, то это духовно разрушает её, готовится почва для её социалистического отрицания. «Социализм обобществляет собственность и все предметы материального мира, потому что он не допускает духовной ценности и никакого нравственного смысла в индивидуальном отношении человеческого лица к предметам материального мира, к природе» [1, с. 697]. Для социалистического сознания все хозяйственные акты совершенно бездушны, не освящены, утилитарны, определяются голыми интересами, и поэтому в них не может быть зафиксировано ничего духовно ценного и нравственно осознанного. Согласно Н. Бердяеву, собственность связана с духовным началом в человеке. Она предполагает не только потребление материальных благ, но и устойчивую в нравственном отношении, преемственную жизнь личности в семье и роде. Связь лица с собственностью одухотворяет его отношение к материальной природе: «Частная собственность на землю делает возможной любовь к земле, к полю и лесу, вот к этому дереву, около которого сидели деды и прадеды,

к дому, к воспоминаниям и преданиям, связанным с этой землей и ее прежними владельцами, она поддерживает связь времен и поколений [1, с. 699].

Своему саду, дому, делу мы отдаем не только труд и время, дорабатываясь до усталости, но и творчество, воображение, вдохновение, «... человек связывается с вещами не только «материальным» интересом, но и волею к совершенству, и творчеством, и любовью» [2, с. 279]. Ошибочно думать, что хозяйственный процесс слагается из жадности и тягостного физического труда. Человеку просто необходимо вкладывать свою жизнь в жизнь вещей, в этом и состоит сущность хозяйственно-творческого процесса. Поэтому собственность должна ограждаться законами и политической властью. Государственное принуждение к труду и противоестественная добродетель, лишенных собственного имущества, никогда не станут творческой формой жизни общества. Исключив из хозяйственного процесса начало самостоятельности, личный интерес, духовную свободу, мы получаем безразличие к «ничейной» собственности и нерадивость, массовый эгоизм и расточительность, безответственность и развал экономики. Вот почему практика социализма в XX веке не подорвала идею частной собственности, а реабилитировала ее. «... те способы владения и распоряжения вещами, которые подавляют человеческий инстинкт, застрашивают его, обессиливают или как бы кастрируют, — осуждены с самого начала и лишены будущего» [2, с. 281].

Разумеется, рыночное общество имеет свои проблемы. Однако эксплуатация, социальное расслоение, стагнация производства не преодолеваются отменой частной собственности: «... коммунизм создает государственный капитализм, — пишет И.А. Ильин, — небывалое порабощение и нищету, вызывает к жизни новую анархию производства, углубляет чувства зависти и мести, усиливает классовую борьбу и доводит до высшей беззастенчивости эксплуатацию трудящегося человека» [2, с. 283]. Социальные проблемы можно решить не путем ликвидации частной собственности. И.А. Ильин видит выход в том: «... чтобы сочетать строй частной собственности с «социальным» настроением души: свободное хозяйство

с организованной братской справедливостью». Частная собственность связана со свободой и властью, правами и нравственными обязательствами. «Только сильный и духовно воспитанный дух сумеет верно разрешить проблему частной собственности и создать на ее основании цветущее социальное хозяйство» [2, с. 287].

Франк продолжает эту мысль, указывая на нравственную ценность начала частной собственности, которая, по его утверждению, заключается в ограничении индивидуальных притязаний и признании правомерности чужих притязаний, «... нравственное, а потому и культурно-воспитательное и историческое значение института частной собственности состоит не в том, что он санкционирует личную корысть, а в том, что он, напротив, ее обуздывает...» [6, с. 314]. То есть обязанность индивида не нарушать чужого достоинства и уважать чужое право, сознавать незыблемость своих обязанностей в отношении других. Именно так нравственная ценность института частной собственности выражена в библейских заповедях. Нигде не сказано: «Береги свое, не допускай к нему ближнего твоего», а сказано: «не укради» и «не желай дома ближнего твоего и ничего, что у ближнего твоего».

Таким образом, нравственный смысл частной собственности русские мыслители видели в следующем:

1) Частная собственность соответствует росту индивидуальности как социокультурному процессу. Она удовлетворяет имманентное стремление человека к самодеятельности и самостоятельности.

2) Собственность дает своему владельцу чувство уверенности, желание вложить в хозяйственный процесс свой труд и свои таланты.

3) Она стимулирует хозяйственную предприимчивость и личную инициативу, укрепляя характер. Возникают побуждения и духовные мотивы для того, чтобы улучшить качество произведенных продуктов.

4) Она единит семью, закрепляет оседлость, питает государственный «инстинкт» человека. Побуждает человека творчески любить труд и землю, свой дом и Родину.

5) Благодаря ей человек воспитывается в духе хозяйственной солидарности, которая не нарушает его хозяйственную свободу.

6) Частная собственность воспитывает в индивиде правосознание, научая его строго различать и соблюдать «мое» и «твое», возвращая в нем верное чувство гражданского порядка.

7) Она закрепляет обязанность человека не нарушать чужое достояние и незыблемость своих притязаний сочетать с незыблемостью чужих прав.

Итак, для мыслителей серебряного века собственность есть гарантия свободы и социального статуса личности, это основа личностного разнообразия в социальной общности. Люди, живущие в мире обобществленных, ничейных вещей, личностями не являются. В либеральном обществе собственность выявляет свою главную функцию; она «собирает» человека и мир вокруг него в целостное единство осмысленного существования. Сохранение за гражданином его достояния есть защита достоинства личности, ее права на свободу, творчество и красоту обживаемого мира.

Сегодня, в XXI веке, всё больше осознаётся необходимость нравственно-гуманистической ориентации общества. Так сложилось, что в системе российского образования упор делается на формирование знаний, умений и навыков и вне поля зрения остаётся развитие личности. А это означает, что культивируется знаниево-ориентированный подход к содержанию образования. Но жизнь показывает, что сам по себе уровень знаний не гарантирует высокого сознания. Нужна мировоззренческая и нравственная ориентация знаний, т. е. необходимо органическое соединение обучения с развитием нравственной и творческой личности, ясно осознающей себя и своё место в обществе. В настоящее время должна произойти смена парадигмы образования на личностно-ориентированную модель, построенную на принципах ценности человека и его личности. В числе приоритетных задач должны быть: «воспитание человека просвещённого, гуманного, духовно богатого, высоконравственного, любящего свою Родину, свой народ, с уважением относящегося к истории страны и её традициям [3, с. 153].

Общество должно осознать, что духовно-нравственное становление нового поколения — важнейшее условие дальнейшего развития России. В этом осознании есть потребность и необходимость использовать идейный багаж, накопленный в нашей культуре, в частности в русской философии. Идеи русских мыслителей показывают, что социальная и экономическая реальность должна быть осмыслена, прежде всего, категориями ценностного смысла. В таком понимании идеи предстают, как духовно-нравственные ориентиры всех последующих действий в процессе воспитания и образования, в процессе жизни нашего народа.

Список литературы:

1. Бердяев Н.А. Философия неравенства // Н.А. Бердяев. Судьба России. — М., 1998.
2. Ильин И.А. Частная собственность // И.А. Ильин. Путь к очевидности. — М.; 1993.
3. Мещангина Е.И. Основные проблемы воспитания студентов в системе высшего образования (1990—2000 гг.) / Е.И. Мещангина // Теория и практика общественного развития. 2013. № 3.
4. Степун Ф.А. Мысли о России // Русская философия собственности (XVIII—XX вв.). — СПб. СП «Ганза», 1993.
5. Струве П.Б. Россия // Русская философия собственности (XVIII—XX вв.). — СПб. СП «Ганза», 1993.
6. Франк С.Л. Собственность и социализм // Русская философия собственности (XVIII—XX вв.). — СПб. СП «Ганза», 1993.
7. Чичерин Б.Н. Собственность и государство. // Русская философия собственности (XVIII—XX вв.). — СПб. СП «Ганза», 1993.

СЕКЦИЯ 4. МАРКЕТИНГ

ВИРУСНЫЙ МАРКЕТИНГ КАК СОВРЕМЕННОЕ СРЕДСТВО МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Бояркина Екатерина Павловна

*студент Национального исследовательского университета
«Высшая Школа Экономики»,
РФ, г. Пермь*

Дерябин Александр Иванович

*научный руководитель, доц. кафедры инф. технологий в бизнесе,
Национальный исследовательский университет «Высшая Школа Экономики»,
РФ, г. Пермь*

Вследствие широкого распространения информационных сетей, динамично меняются средства маркетинговых коммуникаций, становясь более инновационными и эффективными. В последнее время много внимания компании уделяют использованию вирусного маркетинга.

Вирусным маркетингом называют различные методы распространения информации, где главным каналом распространения информации является сам получатель информации. При этом используется «вирусное» сообщение, содержание которого способно привлечь новых получателей информации за счет творческой, необычной идеи или с использованием естественного или доверительного послания.

Эта стратегия доступна и для обычного человека, профессионально не связанного с маркетингом: достаточно собрать некоторое количество людей, готовых распространить идею или продукт, превратив тем самым обычное сообщение в «вирусное», и следить за процессом распространения этого сообщения (характеризующимся, как правило, ростом в геометрической прогрессии).

Однако неудачных примеров вирусного маркетинга намного больше, чем успешных. Поскольку проектирование такого вирусного сообщения

является довольно трудной задачей. Вирусные кампании должны быть грамотно спланированы перед тем, как их запускать. Но после того как «вирус» будет выпущен на свободу, напротив, стоит уделять ему гораздо меньше внимания. Попытки повлиять и скорректировать направление будут иметь скорее негативные последствия.

Поскольку у населения наблюдается снижение уровня доверия к рекламе, исходящей от компании-производителя, основной принцип вирусной стратегии заключается в том, что человек, получающий информационное сообщение, должен быть уверен, в том, что оно исходит от лица незаинтересованного, например, от знакомого. Человек с готовностью выслушает положительные отзывы о продукте от реального человека и, скорее всего, купит этот продукт. И наоборот: увидев рекламный ролик этого продукта от компании-производителя, он проигнорирует продукт.

Модель вирусного маркетинга похожа на распространение инфекционного заболевания, которое сложно остановить. Такой подход предполагает, что процесс продвижения продукта или идеи начинается с небольшого числа лиц, которые заинтересованы в распространении информации как можно большему количеству людей. Они распространяют информацию, отправляя ее своим знакомым и друзьям.

Ожидаемое число новых привлеченных к рекламе людей называется «коэффициент воспроизводства» (или R). Если коэффициент воспроизводства больше единицы, тогда каждый человек, который получает сообщение, распространяет его в среднем более чем одному новому человеку, который затем делает то же самое, и так далее. Это приводит к значительному росту числа людей, получивших сообщение. В обратном случае, если коэффициент воспроизводства меньше единицы, то процесс обычно считается неудачным. Такие ситуации возникают, потому что вирусные кампании похожи на пики заболеваний: они быстро начинаются с небольшого числа лиц и также быстро изживают себя.

Если начальная аудитория является достаточно большой, то даже если R меньше единицы, процесс вирусной кампании будет сохраняться в течение нескольких лет, тем самым обеспечивая новых заинтересованных людей. Используя инструменты социального обмена, маркетологи также могут увеличить скорость воспроизведения их вирусного сообщения, что немаловажно, так как даже небольшое увеличение R может резко увеличить аудиторию.

Например, Вы делаете стандартную рекламу Интернет-магазина: направляете телезрителей на веб-сайт или отправляете рекламные сообщения на адреса электронной почты, чтобы связаться с потенциальными клиентами напрямую. С помощью каждого метода, кампания привлечет некоторое число людей N , которые будут заинтересованы предлагаемым продуктом. Теперь представим, что это количество людей N , получивших рекламное сообщение, может также легко делиться им с кем-то еще. Таким образом, аудитория вирусной кампании резко увеличивается, потому что новые привлеченные люди будут пересылать сообщение своим друзьям, которые, в свою очередь, отправят его своим друзьям и так далее.

Такой процесс может продолжаться бесконечно, и если скорость воспроизведения меньше единицы, то примерная окончательная численность аудитории будет рассчитываться по формуле $N \div (1-R)$. Приведем пример: скорость воспроизведения (R) кампании составляет 0,5 единиц, тогда количество каждых следующих получателей будет в два раза меньше предыдущих; первоначальная аудитория в 1000 человек передаст его к 500 новым получателям, эти 500 передадут его следующим 250 получателям, и так далее, достигнув в общей сложности 2000 человек — что является в два раза большей аудиторией, чем аудитория, которая была бы достигнута с помощью стандартной, «невирусной», кампании.

Один из самых ярких примеров успешной вирусной кампании 2014 года, является кампания “Ice Bucket Challenge” (или «испытание ведром ледяной воды»), целью которой являлось повышение осведомленности о неизлечимом заболевании «боковом амиотрофическом склерозе» (БАС), а также

благотворительное финансирование фондов по исследованию этой болезни. Технология кампании следующая: участник акции, обливший себя ведром ледяной воды и записавший этот процесс на видеокамеру, должен перечислить в благотворительный фонд БАС 10 долларов и бросить вызов ещё трём участникам. В течение 24 часов они должны сделать то же самое. По данным “The New York Times”, в социальной сети Facebook видеоролики “Ice Bucket Challenge” были упомянуты 1,2 миллиона раз в период с 1 июня по 13 августа, а в приложение Instagram было загружено 3,7 миллиона видеозаписей. После массовой популяризации ассоциация БАС получила более 50 миллионов долларов пожертвований, из них около 10 было собрано лишь за 21 августа. Всего за период с 29 июля по 3 сентября ей было получено 107,4 миллионов долларов. Для сравнения, за тот же период прошлого года организации удалось собрать лишь около 3 миллионов долларов. Данная кампания оказалась чрезвычайно успешной, потому что она прямо адресована конкретному лицу и фактически ничего не стоит. Люди видели, что кто-то из их друзей и знакомых уже совершил данное действие, и им становилось проще повторить его.

Вирусный маркетинг, как мы отмечали, может использоваться не только для рекламы продукта, но и для продвижения какой-либо идеи. Приведем российский пример: в 2011 году в социальных сетях активно начала распространяться новость «Среднее образование в России станет платным с 2013 года». В новости приводилось множество довольно реалистичных фактов: количество депутатов, проголосовавших за платное образование; описание школьных предметов и количество часов, за которые придется платить и так далее. Данная новость в общей сложности собрала более 6 тысяч упоминаний в социальных сетях за одну неделю, при том, что официальные источники информацию о переходе на платное среднее образование не подтверждали. Такие сообщения появлялись в первую очередь в социальной сети «ВКонтакте». В результате такой вирусной кампании за две недели средняя активность обсуждения темы платного образования увеличилась более чем в 3 раза: люди, шокированные этой новостью, активно распространяли

информацию, призывая поделиться ей с как можно большим количеством людей. Правдивость данной информации так и не подтвердилась. Тем не менее, хотя сообщение оказалось ложным, мы видим очевидный пример успешного вирусного маркетинга.

Таким образом, под вирусным маркетингом понимается оригинальный по форме или содержанию вид рекламы, которая после запуска в интернете распространяется непосредственно пользователями.

Вирусный маркетинг является довольно простым средством для реализации, и он может значительно увеличить рекламные возможности компаний. С помощью вирусного маркетинга можно информировать о продукте или какой-либо идее широкий круг лиц с минимальными денежными вложениями и за минимальный период времени, так как информационное сообщение создается только один раз, и распространяется бесплатно самой же аудиторией. Еще одним преимуществом является ненавязчивость полученной информации, то есть она выглядит естественно и вызывает интерес у получателей, в отличие от стандартной рекламы.

Однако существенными недостатками вирусного маркетинга являются «волнообразность», то есть быстрый всплеск интереса к информации, который также быстро сменяется затишьем, и невозможность точно спрогнозировать будет ли кампания успешна.

Список литературы:

1. Березин И. Маркетинговый анализ. — М.: ООО «Журнал «Управление персоналом», 2004. — 352 с.
2. Благотворительная акция Ice Bucket Challenge. — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://inspectorspacetime.ru/article/ice-bucket-challenge> (дата обращения 30.11.2014).
3. Ильичева И. В. Маркетинговые технологии: учебно-методическое пособие / Под ред. И.В. Ильичева. — Ульяновск: УлГТУ, 2012. — 158 с.
4. Инструменты Интернет-маркетинга. — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.awalax.ru/articles/6-internet-marketing/84-instruments.html> (дата обращения 25.11.2014).
5. Энджэл Д.Ф., Блэкуэлл Р.Д., Миниард П.У. Поведение потребителей. Учеб. пособие для вузов / Под ред. В. Усманова. — Спб: Питер Ком, 1999. — 768 с.

ИНСТРУМЕНТЫ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА КАК ОСНОВА ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

Шайхутдинова Алина Фирдусовна

*студент Национального исследовательского университета
«Высшая школа экономики»,
РФ, г. Пермь*

Баюшкина Анастасия Игоревна

*студент Национального исследовательского университета
«Высшая школа экономики»,
РФ, г. Пермь*

Развитие сети Интернет и современных информационных технологий, динамика появления и расширения электронных коммерческих систем стали основой для создания новой отрасли маркетинга — Интренет-маркетинга, история которого началась в начале 1900х годов, когда на первых сайтах стала появляться информация о различных товарах и услугах. На сегодняшний день интернет-маркетинг является перспективным направлением рекламной отрасли, которое позволяет подойти с разных сторон к вопросам продвижения компании и ее продукции на рынке товаров и услуг.

В связи с тем, что внедрение в бизнес-процессы информационных и телекоммуникационных технологий и систем привело к широкому распространению электронной коммерции, требуется уделять максимальное внимание уже новой отрасли маркетинга, Интернет-маркетингу, который имеет принципиальные отличия от традиционного. В новой отрасли присутствуют свои способы достижения максимального привлечения аудитории к потреблению тех или иных товаров и услуг. Именно Инструменты Интернет-маркетинга позволяют достичь успеха в любом виде деятельности сети Интернет. Актуальность выбранной темы обусловлена тем, что развитие рекламного бизнеса не стоит на месте, инструменты Интернет-продвижения находятся в постоянном обновлении и совершенствовании, с каждым годом появляются все новые и новые. И в связи с этим очень важно подробно изучать специфику каждого инструмента, отслеживать все тенденции и использовать

только те инструменты, которые являются на данный момент самыми эффективными.

Целью данной статьи является подробное рассмотрение основных инструментов Интренет-маркетинга и их оценка в соответствии с исследованиями специалистов-маркетологов.

Исходя из поставленной цели, решались следующие задачи:

1. Изучить теорию Интренет-маркетинга и его основных инструментов;
2. Проанализировать различные рейтинги, статистики, прогнозы специалистов в области Интернет-маркетинга;
3. Сделать выводы о перспективных направлениях в области Интренет-маркетинга на 2014—2015 гг.

1. Теория Интренет-маркетинга.

1.1. Понятие Интернет-маркетинга.

В начале 1990х годов с появлением первых сайтов, на которых располагалась информация о различных товарах и услугах, началась история Интренет-маркетинга. В настоящее время Интернет-маркетинг перевернул все представления о том, каким образом необходимо вести бизнес. Интернет-маркетинг является основой современного капитализма и новейшей отраслью традиционного маркетинга, которая предоставляет огромные возможности и не имеет никаких временных ограничений.

По И.В. Успенскому под термином Интренет-маркетинга понимается теория и методология организации маркетинга в гипермедийном пространстве Интернета. Интернет обладает уникальными характеристиками, значительно отличающимися от характеристик традиционных инструментов маркетинга. Одним из основных свойств среды Интернета является ее гипермедийная природа, характеризующаяся высокой эффективностью в представлении и усвоении информации, что значительно повышает возможности маркетинга в усилении взаимосвязи предприятий и потребителей [4].

1.2. Особенности и преимущества Интренет-маркетинга.

Интернет-маркетинг имеет свою специфику. Конечно же, он сохранил основы традиционного маркетинга, но в связи с различными аспектами технической базы сети, а также особенностями Интернета как медиа среды, Интернет-маркетинг выделяют среди остальных видов рекламы.

Рассмотрим некоторые особенности и преимущества использования интернета в маркетинге:

1) Интернет пространство выступает в качестве глобального рынка, который позволяет без открытия представительства или магазина в каждой стране выходить на международный рынок.

2) Интернет не имеет временных ограничений, что позволяет ознакомить с рекламируемыми товарами и услугами тысячи потенциальных клиентов.

3) В отличие от традиционной рекламы в СМИ, Интернет-реклама обладает гибкостью и мгновенно переориентируется при данных условиях.

4) Обратная связь между потенциальными клиентами и компанией позволяет моментально проследить, насколько востребован у потребителей тот или иной товар, как в вашей компании, так и у конкурентов.

5) Прозрачная среда интернет пространства позволяет в режиме реального времени оценить результаты рекламной кампании.

2. Инструменты Интренет-маркетинга.

На сегодняшний день Интернет-маркетинг снабжен технологиями, которые дают возможность определить нужное направление в продвижении онлайн-бизнеса и выбрать перечень необходимых инструментов для привлечения максимального количества аудитории. Только при помощи удачно подобранных к определенному виду Интернет деятельности инструментов Интренет-маркетинга можно достичь желаемых результатов рекламной кампании в Интернете. Зачастую, некоторые инструменты Интернет-маркетинга незаслуженно отодвигаются на второй план или вовсе не используются. Однако практически все инструменты дают непосредственный прирост трафика и конверсии, что и будет обосновано далее.

2.1. Медийная реклама.

Под понятием медийной рекламы понимается реклама, размещенная в тексто-графическом виде в медиа ресурсах, таких как печатные издания, радио, ТВ, Интернет. В среде тех, кто занимается интернет-маркетингом, под понятием медийной рекламы обычно понимается баннерная реклама. Это все потому, что баннерная реклама занимает большую часть медийной, но все же к ней также относят различные рассылки (не спам), статьи, короткие видеоролики и т. п.

В первую очередь стоит отметить, что медийная реклама используется в том случае, когда необходимо раскрутить новый бренд, дать информацию потребителям о уже существующем и повысить его узнаваемость. Медийная реклама воздействует, прежде всего, на визуальное восприятие информации человеком. К примеру, отреагировав на баннер, то есть, кликнув на него, посетитель автоматически переносится в интернет-поле, на которое ведет баннерная ссылка. Баннер мгновенно приближает пользователя к рекламируемому продукту или к информации об этом продукте. Ни один вид рекламы не обладает такой интерактивностью, как баннерная.

2.2. Поисковой маркетинг и SEO-технологии.

Аббревиатура SEO расшифровывается как “search engines optimization”, что переводится как «оптимизация поисковых машин», а на практике означает «оптимизация для поисковых машин», то есть использование схем работы поисковых систем таким образом, чтобы увеличить посещаемость Интернет-ресурса и повысить его место при выдаче поисковых запросов.

Понятие SEO включает в себя поисковой маркетинг — SEM (search engine marketing). При оптимизации сайта под поисковые системы в первую очередь необходимо изучить поисковые запросы Интернет пользователей, чем и занимается поисковой маркетинг. Чаще всего SEM является неотъемлемой частью SEO.

В первую очередь, поисковая оптимизация работает на увеличение продаж за счет тотального присутствия сайта в результатах выдачи различных

поисковых систем, аудитории которых насчитывают миллионы пользователей по всему миру.

2.3 Вирусный маркетинг.

Термин вирусный маркетинг появился не случайно. Процесс распространения рекламы такого вида сродни вирусным эпидемиям: распространение идет крайне быстро, возрастает в геометрической прогрессии, его сложно остановить и зачастую возникают ситуации, когда кажется, что интерес к информации затих, но он поднимается новой волной распространения.

В основе вирусного маркетинга лежит распространение привлекательной для пользователей информации, которая добровольно передается между людьми.

Данная стратегия воспринимается пользователями не как реклама, а скорее как досуг или развлечение, так как обычно вирусный контент принимает такие формы как видео, фото, оригинальный сайт, флеш-игры, звонки из видеоролика (WOW-call), или даже просто тест (анекдоты).

2.4. E-mail маркетинг как главная составляющая прямого маркетинга.

Прямой маркетинг — это вид маркетинговой коммуникации, который выстраивает напрямую взаимоотношения не с целевой группой, а с отдельными индивидами с целью получения прибыли.

Прямой маркетинг, прежде всего, это индивидуальная рассылка по электронной почте, для реализации которой требуется наличие клиентской базы, которая будет постоянно пополняемой и обновляемой.

2.5. Web-аналитика.

Как и любая аналитика, web-аналитика — это анализ данных. Она дает прогнозы любым маркетинговым кампаниям, может анализировать рынок, а также с ее помощью можно создавать мониторинг отношения клиентов к товару. Основной целью web-аналитики является увеличение числа продаж или любым требуемых действий.

2.6. SMM и SMO.

Аббревиатура SMO расшифровывается как “social media optimization”, что переводится как «оптимизация для социальных систем», то есть изменение сайта таким образом, чтобы на него чаще ссылались, цитировали в социальных сетях, тематических постах, блогах и форумах.

Параллельно SMO появилась еще один вид раскрутки — это SMM, что расшифровывается как “social media marketing”, а на практике действует как раскрутка в социальных медиа, то есть на блогах, форумах и т. д.

В SMM входит комплекс мероприятий, направленных на раскрутку сайта в социальных сетях, который предоставляет интересующую информацию для заинтересованных пользователей, такие как участие в форумах, дискуссиях, размещение публикаций, рекомендации друзьям интересных статей, событий, мероприятий. У каждой сети Интернета есть свои особенности, в связи с этим SMM продвижение должно брать во внимание психологию, настроение, привычки, интересы людей, прежде чем оказывать влияние на них влияние.

Говоря о работе в SMM, имеется в виду обязательная оптимизация сайта и приведение его в аналогии с основными критериями SMO.

SMM и SMO используются вместе, они позволяют решить задачи получения качественного трафика, как на сайте, так и на сообществе в социальных сетях, благодаря чему увеличивается узнаваемость бренда и идет увеличение роста продаж.

2.8 Контент-маркетинг.

Контент-маркетинг — это приемы, которые дают возможность увеличить популярность сайта с помощью публикации нестандартного контента на нем. В основе такого маркетинга лежат полезные и интересные статьи, обучения, размещенные на сайте, которые способствуют увеличению естественных ссылок на развивающихся площадках, что помогает повысить рейтинг сайта и улучшить его позиций в поисковых системах.

2.9 Автоматизация маркетинга.

На разработку и анализ рекламных кампаний в Интернете уходит достаточно много времени, поэтому в современных условиях без автоматизации никак не обойтись. Основной целью автоматизации маркетинга является оптимизация временных затрат, которая работает на увеличение продаж. Автоматизация позволяет оперативно настроить рекламную кампанию, подсчитать бюджет, сравнить кампании, подвести итоги, как финансовые, так и относительные.

2.10 Контекстная реклама.

Контекстная реклама представляет собой один из способов размещения рекламной информации по типу соответствия контексту на том или ином Интернет-ресурсе или отдельных его страницах. В основном информация предоставляется в виде текстовых и графических сообщений на страницах поисковых сервисов, которые зависят от запроса, введенного пользователем.

Сущность контекстной рекламы состоит в том, что ее действие направлено исключительно на потенциального потребителя рекламируемой услуги или товара. В этом, собственно, и заключается ее эффективность.

С одной стороны, текстовая реклама во многом аналогична строчной и графической рекламе в бумажных газетах и журналах. Но у всех видов контекстной рекламы в интернете есть важная отличительная особенность, а именно — если посетитель нажимает (кликает) рекламное объявление (текст, баннер или видео), ему открывается страница с более развернутой информацией о рекламируемом товаре или услуге. То есть каждое из таких рекламных объявлений содержит в себе гиперссылку, ведущую на сайт рекламодателя. Еще одной характерной особенностью рекламы в интернете является ее автоматизированность. То есть многие вопросы проведения рекламных кампаний выполняются специальными программами. Например, автоматически определяется порядок показа рекламных объявлений, рассчитывается средняя цена клика, величина расходуемого бюджета и многое другое.

3. Анализ исследования инструментов Интернет-маркетинга специалистов по данной предметной области.

В ходе изучения теории об инструментах Интернет-маркетинга было проанализировано исследование специалистов в представленной отрасли, основными задачами которого были:

1. Дать прогноз изменяющихся тенденций Интернет-маркетинга в 2014 году;
2. Составить рейтинг успешности инструментов Интернет-маркетинга;
3. Обозначить основные трудности, возникающие при работе с инструментами Интернет-маркетинга.

В Интернет исследовании «Тренды Интернет-маркетинга в 2014 году», которое проходило в виде социологического опроса, приняло участие 323 специалиста, которые работают в Интернет-сфере. Респондентам были заданы следующие вопросы:

1. На какие инструменты Интернет-маркетинга вы планируете увеличить бюджет в 2014 году?
2. Что будет залогом успешного Интернет-маркетинга в 2014 году?
3. Что вызывает затруднения при работе с Интернет-маркетингом?

Также был составлен рейтинг приоритетных направлений на 2014—2015 гг.

Результаты исследования были представлены в работе директора по маркетингу центра online-образования «Нефология» Юлии Спиридоновой-Микеда.

В первом вопросе исследовалось, на какие инструменты Интернет-маркетинга специалисты собираются увеличить бюджет в 2014 году. Результаты выглядят следующим образом:

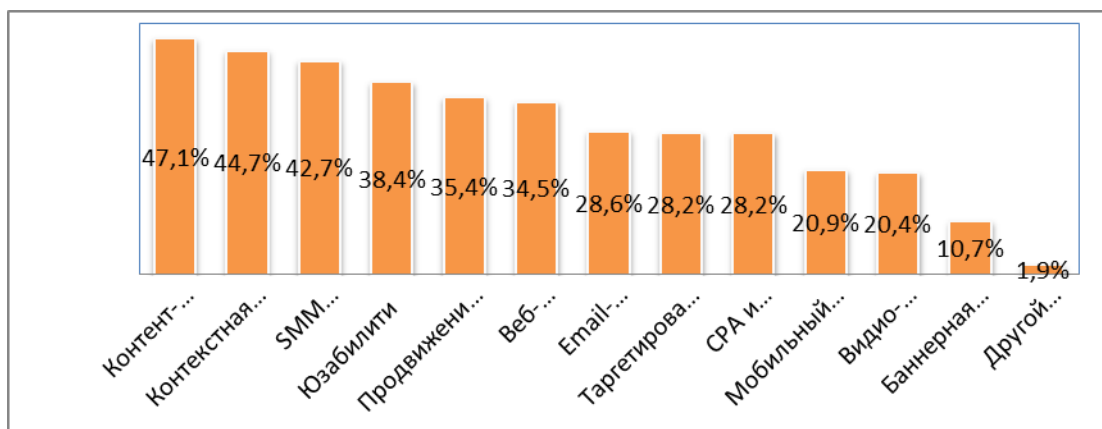


Рисунок 1. Вопрос: на какие направления Вы планируете увеличить бюджет в 2014 году?

По результатам опроса по данному вопросу очевидным является то, что контент-маркетинг набирает огромную популярность. Благодаря качественной, ценной информации, компании могут, как и привлечь новую аудиторию, так и завоевать лояльность уже существующих клиентов. Прогнозы 2013 года, связанные с тем что, данный инструмент Интернет-маркетинга будет самым многообещающим инструментом интернет-продвижения, оправдались. Бюджет на данное направление планируют увеличить 45 % компаний. Также, традиционно лидирующие позиции занимает контекстная реклама и маркетинг социальных сетей (SMM).

Далее исследовались направления на предмет успешности.

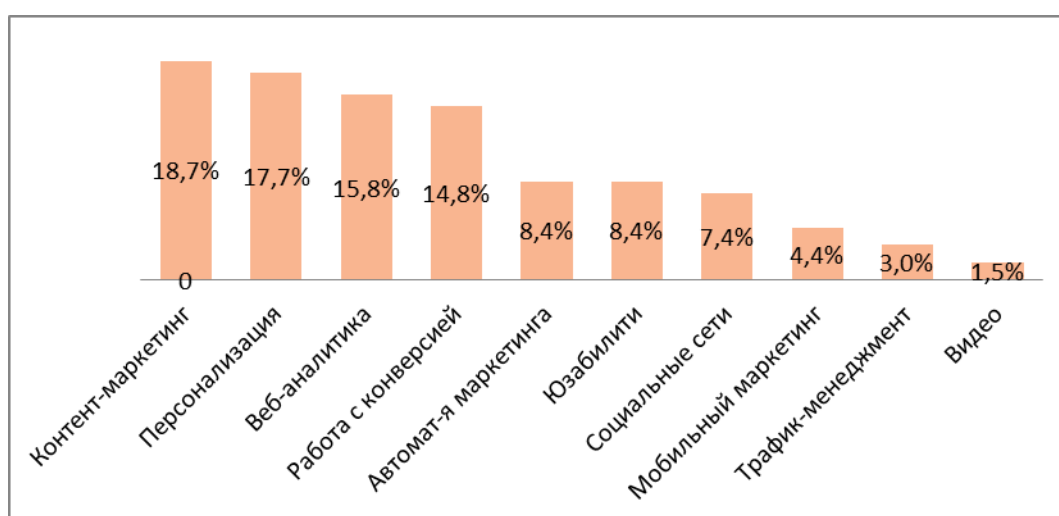


Рисунок 2. Вопрос: Что, по вашему мнению, будет залогом успешного Интернет-маркетинга в 2014 году?

Большинство специалистов считают, что контент-маркетинг, наряду с персонализацией и веб-аналитикой — залог успеха интернет-продвижения в 2014 году. В настоящее время усиливается тренд в сторону индивидуального контента, когда информация подбирается под интересы каждого клиента или группы клиентов.

Далее, исследователи постарались выяснить, что является основной трудностью для Интернет-маркетологов.

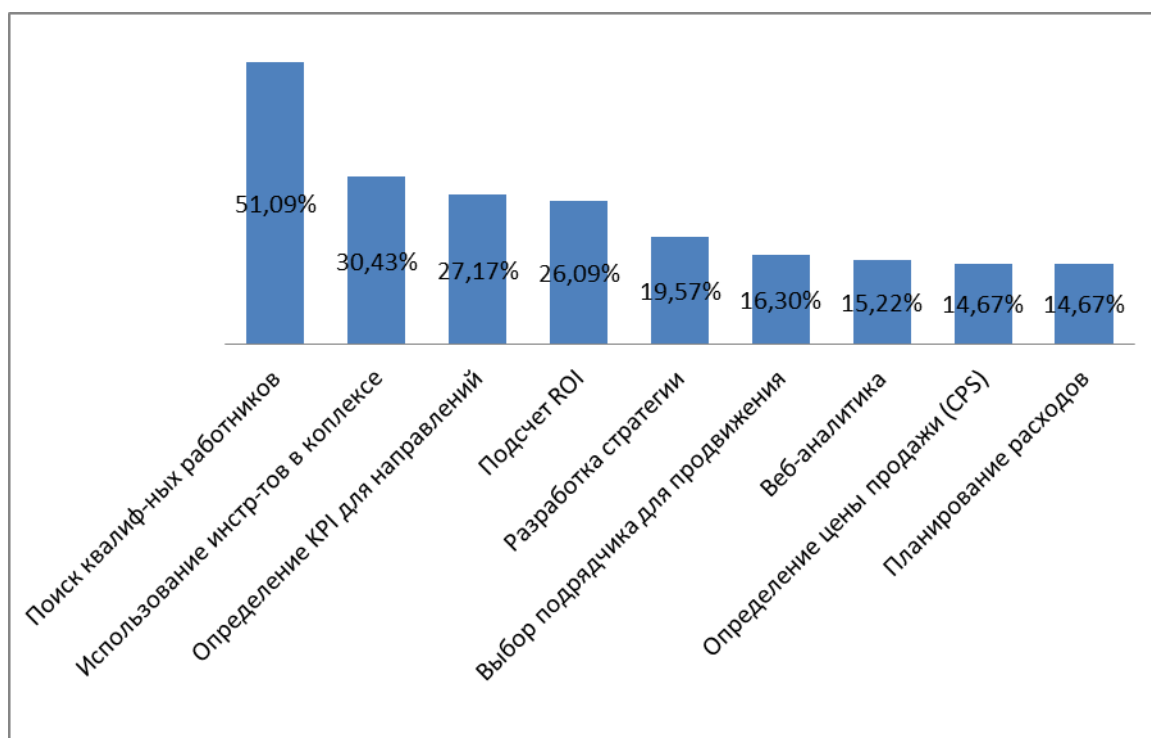


Рисунок 3. Вопрос: Что представляет для вас наибольшую сложность при работе с интернет-маркетингом?

Проблема, с которой давно пытаются справиться интернет-маркетологи, а именно наличие квалифицированных специалистов, занимает лидирующую позицию. Именно работа профессионалов является залогом успеха в Интернет-продвижении. Несомненно, с каждым годом количество и сложность инструментов Интернет-маркетинга возрастает, а нужное количество грамотных интернет-специалистов появляется не так быстро. Но если посмотреть с другой стороны, эта главная трудность работодателей является отличнейшей перспективой развития для молодых специалистов.

В заключение хотелось бы отметить, что практика современного Интернет-маркетинга и многочисленные исследования свидетельствуют о том, что применение методов Интернет-маркетинга позволяет существенно расширить деятельность компаний, вывести бизнес из локального рынка на более широкое пространство.

Сейчас, когда бизнес находится на волне постоянно меняющихся рыночных условиях, интернет-маркетинг выступает движущей силой компании. Очень важно следовать трендам и использовать в работе именно те инструменты, которые дают желаемый результат.

Важно помнить, что перечень инструментов Интернет-маркетинга постоянно обогащается все новыми и новыми. Как показали результаты исследования, то, что было эффективным еще совсем недавно, может исчерпать себя уже на будущий год. Современный рынок не стоит на месте, и нужно двигаться в темпе его развития.

Одной из целью данной статьи было определить перспективные направления на 2014 год. Подведем итоги исследования:

1. В 2014 году единственно верным способом определения коэффициента окупаемости от интернет-продвижения является веб-аналитика.

2. Контент-маркетинг набирает всё большую популярность и становится основным объектом внимания интернет-специалистов, однако традиционная контекстная реклама и SMM по-прежнему остаются в тренде.

3. Нехватка квалифицированных специалистов по-прежнему является основной проблемой отрасли.

4. Интернет-маркетологи делают все больший акцент на создание ценности для потребителя и персонализацию. Именно в этом специалисты видят слагаемые успеха.

5. На первое место выносятся уже не просто привлечение аудитории на сайт, как это было раньше, компании все больше стараются понять, что они получают от интернет-продвижения.

6. Контент и аналитика являются движущими силами 2014 года. Именно в создании ценности для потребителя, всестороннем развитии коммуникации с клиентами, анализе результатов специалисты видят залог успешно развивающегося интернет-продвижения.

Список литературы:

1. Инструменты интернет-маркетинга — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://takmak51.ru/> (дата обращения 14.11.14).
2. Интернет-маркетинг: практические инструменты — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://mbschool.ru/articles/marketing/internet_marketing (дата обращения 14.03.14).
3. Тренды Интернет-маркетинга в 2014 году — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.slideshare.net/netology/2014-29520716> (Дата обращения 13.04.14).
4. Успенский И.В. Интернет-маркетинг: Учебник. — СПб.: Изд-во СПГУЭиФ, 2003. С. 119.

СЕКЦИЯ 5. МЕНЕДЖМЕНТ

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТА В СОВРЕМЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Абанова Анна Владимировна

*студент 3 курса, кафедра управления человеческими ресурсами МЭСИ,
РФ, г. Москва*

Савельева Елена Юрьевна

*студент 3 курса, кафедра управления человеческими ресурсами МЭСИ,
РФ, г. Москва*

Гордыч Юлия Сергеевна

*научный руководитель, старший преподаватель МЭСИ,
РФ, г. Москва*

На протяжении 20 в. менеджеры совершенствовали навыки эффективного руководства физическим трудом. Сегодня же в 21 в. одной из приоритетных задач, стоящих перед менеджером стала необходимость приобретения навыков результативного управления не только умственным трудом сотрудников организации, но и творческим, прибегая к использованию различных инструментов, одним из которых является тайм-менеджмент.

Потребность в тайм-менеджменте в настоящее время обусловлены такими факторами, как:

- быстрые темпы изменений внешней среды;
- нестабильность мировой экономики и конъюнктуры рынка;
- постоянная потребность в изменениях и инновациях;
- рост удельного роста нематериальных активов [1].

Эти факторы направлены на применение к каждому сотруднику организации конкретных действий. Сюда можно отнести находящуюся на высоком уровне в современных организациях степень делегирования работникам довольно большого числа полномочий. Количество задач, которые

требуется решать оперативно также увеличивается. Руководители все больше предоставляют возможность своим сотрудникам принимать самостоятельные решения и заниматься планированием своей работы. При этом важно организовывать деятельность персонала и определять каким из инструментов тайм-менеджмента необходимо воспользоваться для более продуктивной работы.

Выбор инструмента, позволяющего осуществлять эффективную деятельность всех сотрудников организации определяется личным предпочтением каждого из них, а также спецификой самой компании и сложившейся в ней схемой организации труда. В некоторых же компаниях менеджеры не прибегают к использованию такой технологии, как тайм-менеджмент, что во многом затрудняет достижение поставленных задач и снижает конкурентоспособность предприятия в целом.

К примеру, по данным опроса, который был проведен в компании Siemens лишь 14 % сотрудников пользуются каким-либо специализированным софтом для организации своего времени, задач или заметок. Причем 7 % опрошенных предпочитают пользоваться только электронными видами планирования своей работы, 21 % выберет скорее электронный вариант, чем бумажный и 43 % сотрудников Siemens не видят разницы в использовании определенного вида инструмента тайм-менеджмента [4].

Так в эпоху информационных технологий использование электронных носителей является наиболее популярным средством планирования своего времени, и вполне логично, что сотрудники либо не пользуются никакими инструментами тайм-менеджмента, либо выбирают какой-либо софт. Так 7 % опрошенных сотрудников Siemens использует для удобства заметки в собственном телефоне, 14 % предпочитает MS Project, 27 % использует MS Outlook и 36 % проголосовало за MS Excel, как за лучшее средство планирования работы и собственного времени [4].

Так же важно понимать, что применение тайм-менеджмента в своей рабочей деятельности необходимо не на всех должностях. Чем более механизирована деятельность сотрудника на рабочем месте и всей организации

в целом, и, чем менее важно участие творческой инициативы человека, тем незначительней будет результат от применения тайм-менеджмента. К примеру, если это операционистка в банке, то ей больше нужна грамотно построенная система менеджмента и четко просчитанное распределение потока клиентов, чем применение личного тайм-менеджмента. Если же от сотрудника требуется не только быстрое выполнение должностных инструкции, но и инициатива, и принятие решений и готовности нести ответственность за них, то здесь уже нельзя просто построить систему менеджмента и наблюдать за работоспособностью сотрудника. Здесь важно, чтобы работник владел технологиями организации личного труда и повышения личной эффективности.

Все же потребность в использовании тайм-менеджмента существует, так как в современных компаниях преобладает второй тип сотрудников — тип, которому передают все больше полномочий, от которого требуется принятие самостоятельных решений, организация и планирование собственной работы. Эффективность трудовой деятельности специалистов и ключевых топ-менеджеров становится главным фактором успеха все большего числа современных предприятий. Постоянные и довольно значимые изменения деятельности в компании — это скорее норма, чем редкое исключение. Сюда относится и выход на новые рынки, и разработка новых продуктов, и внедрение новых инструментов, систем управления. Для специалистов и ключевых топ-менеджеров компании становится обыденностью постоянное увеличение объема и количества решаемых задач, необходимость постоянно искать резервы времени для осуществления проектов, позволяющих организации непрерывно развиваться. А для этого необходимо внедрять в деятельность организации тайм-менеджмент.

На примере ОАО РАО «ЕЭС России» — крупнейшего энергетического холдинга, можно увидеть на сколько эффективно внедрение тайм-менеджмента в организацию даже через такой простой софт, как MS Outlook, тем более без дополнительного программирования, с использованием «штатных»

возможностей данной программы. Компании не хватало гибкости в условиях изменчивой внешней среды, к тому же, требовалась оптимизация проведения договоров с субподрядчиками. Для улучшения командного тайм-менеджмента была применена методика контекстного планирования. А для решения проблемы с договорами была проведена формализация процесса согласования договоров.

В результате сотрудники и руководство компании отмечают более эффективное использование рабочего времени, за счет применения контекстного планирования на 10—15 % [3]. Существенно снизилась вероятность «потери» каких-либо задач, или их несвоевременного выполнения. Немаловажна и меньшая напряженность работы: комфортный обзор всех задач в MS Outlook, возможность настроить этот обзор «под себя», дают ощущение управляемости ситуации, позволяют снизить стресс и напряженность в авральные ситуации. «Прозрачность» процесса согласования, достигнутая с помощью системы, оказалась удобной и для руководителей, и для исполнителей, получивших более удобные инструменты управления процессом. Уже в первые два месяца существования системы средний срок согласования договоров был уменьшен примерно на 20 % [2].

Можно сделать вывод о том, что успешная деятельность компании и достижение ею желаемых высоких результатов во многом зависит от умения менеджера применять в организации трудового процесса сотрудников инструменты тайм-менеджмента. Управление временем касается в большей степени грамотного планирования рабочего времени, чем его экономией. Для внедрения тайм-менеджмента в деятельность организации не всегда требуются значительные затраты на приобретение необходимой программы, во многих случаях является достаточным использование простого, доступного, но довольно эффективного софта.

Таким образом, при использовании тайм-менеджмента можно заметить такие результаты:

- дополнительные часы резервов времени;

- ясность и определенность целей и приоритетов;
- более высокая мотивация и грамотно организованная трудовая деятельность;
- повышение эффективности работы.

Список литературы:

1. Архангельский Г.А. Организация времени. От личной эффективности к развитию фирмы / ПИТЕР, СПб, 2008. — 152 с. (дата обращения 3.12.2014).
2. Благодарственное письмо // Консалтинговая компания «Организация времени». 2000. — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.improvement.ru/consult/corp/rao/> (дата обращения 1.12.2014).
3. Департамент информатизации ОАО РАО «ЕЭС России» внедряет тайм-менеджмент на базе Microsoft Outlook 2003 // Консалтинговая компания «Организация времени». 2000. — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.improvement.ru/zametki/rao/> (дата обращения 1.12.2014).
4. Тайм-менеджмент для сотрудников Siemens // компания Siemens. 2004. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://w3.siemens.ru/sustainability/> (дата обращения 2.12.2014).

РОЛЬ МЕЖЛИЧНОСТНЫХ КОММУНИКАЦИЙ В РАЗВИТИИ ОРГАНИЗАЦИИ

Батищева Анастасия Игоревна

*магистрант Финансового университета при Правительстве РФ,
РФ, г. Москва*

Морозюк Юрий Витальевич

*научный руководитель, д-р психол. наук, проф.
Финансового университета при Правительстве РФ,
РФ, г. Москва*

В рамках современной глобализации и активной интеграции межличностное общение играет решающую роль. Стоит отметить, что без общения невозможна любая деятельность, не говоря об обмене опытом, переговоры и тому подобное. В таком случае, общение может выступать как взаимодействие между людьми, а может выступать и как одно из ведущих видов деятельности.

Коммуникационный процесс реализуется с помощью определенных средств знаковых систем. По критерию знаковых систем можно выделить невербальное и вербальное общение.

Уровень эффективности межличностной коммуникации зависит от двух основных социально-значимых функций взаимодействия и воздействия. Эти функции зависят от таких основных условий, как:

- типы коммуникативных личностей;
- восприятие смысловой и оценочной информации;
- целенаправленного воздействия и взаимодействие друг с другом [2, с. 18].

Для выполнения вышеперечисленных условий, в целях повышения эффективности межличностной коммуникации необходимо придерживаться следующим принципам: а) совместимость партнеров как коммуникативных личностей; б) адекватное восприятие смысловой и оценочной информации; в) воздействие через убеждение.

Термин «коммуникация» в широком толковании означает общение. В узком смысле межличностная коммуникация является сложным процессом, в ходе которого происходит не только обмен информацией, но и ее формирования, получения, отправления, уточнения, переработка, обсуждения, развитие [2].

Коммуникация (лат. *Communico* общаюсь с кем) в межличностном общении отождествляется с тем, что человек думает перед провозглашением информации, как выражается и пытается объяснить свою мысль до собеседника, как получает от него обратную связь о правильности интерпретации мысли, реакцию на нее, как происходит процесс обсуждения в целом.

Межличностная коммуникация проявляется в следующих аспектах:

- наличие общего коммуникативного пространства;
- активность участников коммуникации как субъектов взаимного информирования. Направляя информацию, один участник общения предполагает активность другого, который также будет ориентироваться на мотивы, цели, установки своего партнера, соответственно анализировать их;
- при произнесении мнения каждым участником происходит установление контакта друг между другом;
- информация, которая дошла до собеседника и вернулась назад, организует партнеров межличностной коммуникации в совместное информационное поле;
- общий смысл в межличностной коммуникации производится при условии, что информация не просто принята, но и осмыслена, то есть при наличии процесса совместного постижения предмета разговора;
- характер обмена информацией определяется возможностью взаимного влияния партнеров посредством системы знаков;
- эффективность коммуникации измеряется тем, насколько значимо взаимное влияние партнеров;

- коммуникативное воздействие возможно лишь при условии, что индивид, который направляет информацию (коммуникатор), и индивид, который ее принимает (реципиент), обладают единой или сходной системой кодификации и декодификации;

- коммуникация психологически возможна при условии, что знаки, закрепленные за ними отображают значение (отображение существенных и обобщенных сторон предметов и явлений) и смыслы (субъективное содержание, которое приобретает слово в конкретном контексте) известны участникам коммуникативного процесса;

- участники коммуникации должны идентично понимать ситуацию общения;

- при обмене информацией могут возникнуть коммуникативные барьеры.

Достичь взаимопонимания при коммуникации, создать совместное информационное поле, общий смысл очень сложно. Чтобы информация была понятной коммуникатору и реципиенту, нужно преодолеть межличностную коммуникацию [1].

Процесс обмена информацией, налаживания диалога, взаимопонимания между участниками коммуникации, достижения результата общения происходит в определенном коммуникативном пространстве.

Коммуникативное пространство социально-психологическая среда, в которой возможно формирование адекватной коммуникативной модели общения. В этой модели должно последовательно воплощаться понимание коммуникатора и реципиента как участников коммуникативного процесса, уникальных индивидуальностей, субъектов информации, наделенных соответствующим коммуникативным потенциалом. На субъектов общения коммуникативное пространство влияет не только непосредственно общей информацией, которая возникает в процессе обмена информацией, но и через средства коммуникации (вербальные, невербальные), существующие в конкретной социально-психологической среде, правила общения, моральные нормы взаимодействия, обычаи, речевые ритуалы и т. д.

Управлять коммуникациями в организации проще тогда, когда четко определены основные правила. Для повышения эффективности коммуникаций, прежде всего, необходимо определить основные принципы и понимать, что прежде всего идет речь о человеческом процессе.

В процессе передачи информации реализуются функции речи: зарождение и восприятия сообщений регуляция коммуникативного действия собеседников, контроль за результатами общения и др. [3].

Одним из важнейших компонентов вербальной коммуникации является разговор, то есть умение говорить, произносить информацию, конструировать предложения. Характеристика разговора содержит также индивидуальные особенности человека (манера говорить), который произносит информацию.

Для совместимости партнеров в процессе коммуникации предполагает совместимость по всем трем параметрам. Благодаря коммуникативным потребностям, даже в том случае, когда коммуникативные установки различаются, происходит установление контакта, что важно для начального этапа коммуникации. Сигналом для осуществления коммуникации может служить как вербальный, так и невербальный язык. Здесь очень важно, чтобы они соответствовали принятым социальным нормам речевого поведения. Это в значительной степени облегчает речевое взаимодействие. Наибольшую роль тут играет совместимость когнитивных параметров, которые организованы в определенном когнитивном пространстве в виде блоков идентификации, рефлексии, знаний о вербальных и невербальных средствах коммуникации и др. [4]. Несмотря на то, что у каждого индивида объем этих блоков и их структура различны, поскольку они формируются на основе не только общественного познавательного опыта, но и личного, несмотря на то, что они зависят от особенностей работы полушарий головного мозга, отличающихся асимметрией, наличие готовых блоков позволяет оперировать ими с достаточной эффективностью, чтобы воспринять и оценить информацию и сформулировать свою реакцию.

Эффективность коммуникации в основном базируется на передаче информации между получателем и отправителем. Однако, при взаимодействии с друг с другом, необходимо принять во внимание тот факт, что существует множество препятствий в процессе коммуникации (рис. 1).



Рисунок 1 Препятствия межличностных коммуникаций

В контексте межличностной коммуникации восприятие это, прежде всего, сложный процесс приема и переработки смысловой и оценочной информации, необходимое условие для актуализации межличностной коммуникации. Эффективность межличностной коммуникации зависит от степени адекватности смыслового восприятия, так как с этим связана правильность интерпретации информации, коммуникативной установки партнера и прогнозирование последующих этапов коммуникации.

Итак, процесс коммуникации тесно связан с понятием информации, так как коммуникация включает и то, что передается (информацию), и то, каким способом передается. При коммуникации ее участники должны быть в состоянии воспринимать сообщение, то есть установить друг с другом обратную связь. Эти процессы являются важнейшими элементами коммуникативного акта. Но в процессе межличностных коммуникаций, при установлении обратной связи возникают различные помехи, и главная задача менеджера или руководителя, правильно распознавать и устранять возникающие препятствия в целях повышения эффективности коммуникации.

Коммуникация играет важную роль в развитии организации как целостного организма. Каждый руководитель должен быть заинтересован в улучшении коммуникации. С помощью коммуникации реализуются цели компании, проводятся новые идеи, мотивация, осуществляется контроль за поведением персонала организации. Коммуникации также необходимы для утверждения авторитета руководителя.

Список литературы:

1. Викулова Л.Г., Шарунов А.И. Основы теории коммуникации Практикум — М.: АСТ; АСТ Москва; Восток — Запад. — 2008. — 316 с.
2. Куницына В.Н., Казаринова Н.В., Погольша В.М. Межличностное общение. СПб: Питер, 2001. — 544 с.
3. Лютенс Ф. Организационное поведение. — М.: Инфра — М, 2009. — 387 с.
4. Морозюк Ю.В., Морозюк С.Н. Человеческий фактор в управлении социально-экономическими системами: Монография. — М: Финакадемия, 2009. 184 с.
5. Морозюк Ю.В., Морозюк С.Н. Человеческий фактор. Психологические аспекты управления персоналом (в контексте обеспечения экономической безопасности организации): Монография. — М: Финансовый университет, 2011. 132 с.
6. Шермерорн Дж., Хант Дж., Осборн Р. Организационное поведение. — СПб: Питер, 2014. — 564 с.

КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА КАК КЛЮЧ К ЭФФЕКТИВНОЙ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ

Богунец Екатерина Алексеевна

*студент, Московский государственный университет экономики,
статистики и информатики (МЭСИ),
РФ, г. Москва*

Шарибжанова Гульсиня Фяритовна

*студент, Московский государственный университет экономики,
статистики и информатики (МЭСИ),
РФ, г. Москва*

Хмелев Игорь Борисович

*научный руководитель, канд. экон. наук, Московский государственный
университет экономики, статистики и информатики (МЭСИ),
РФ, г. Москва*

Для успешной реализации выбранной стратегии необходимым условием является сильная корпоративная культура. Американские исследователи Г. Шварц и С. Дэвис выделяют 3 зоны риска не реализации стратегии: зону незначительного риска, зону управляемого риска и зону недопустимого риска, которые отражают разную совместимость задач стратегии и корпоративной культуры соответственно (рис. 1). Исходя из этого, делаем вывод, что между стратегией и корпоративной культурой организации существует тесная взаимосвязь.

Каждая компания сегодня имеет свою уникальную культурную среду, которая определяется собственной деловой философией и принципами, своим подходом к постановке задач и их решению и т. д. Структура культуры определяется такими элементами как ее ценности, убеждения, традиции и правила, стиль работы и внутренняя производственная среда.

Большинство менеджеров успешных компаний подтверждают тот факт, что культура компании — это один из факторов конкурентного преимущества как фактор успешной реализации стратегии (соответственно, или препятствие), потому что прочные культурные традиции и тесное соответствие стратегии и культуры — это мощные рычаги воздействия на людей с целью улучшения

результатов работы. Организация, где господствует дух высокой результативности, делает упор на высокие достижения и отличную работу. Ее культура ориентирована на результаты, а руководство придерживается политики и методов, которые вдохновляют людей, то есть ориентация такой культуры на активацию человеческого фактора.

Дадим определение корпоративной культуре организации. Чаще всего корпоративная культура рассматривается как система представлений, символов, ценностей и образцов поведения, разделяемая всеми членами коллектива компании (или большинством). Это и наличие традиций, ритуалов, «дух коллектива, команды». Ее основная функция состоит в том, чтобы создать ощущение идентичности у всех членов организации, образ коллективного «Мы».

Однако важно иметь в виду, что корпоративная культура не является статичной. Изменения, возникающие во внешней среде, требуют принятия новых подходов к решению проблем, новых поведенческих стандартов. Опыт западных компаний показывает, что корпоративная культура может оказывать не только позитивное, но и негативное влияние на реализацию стратегии. Одним из инструментов, позволяющих привести в соответствие стратегию бизнеса и корпоративную культуру, является матрица Шварца и Дэвиса, представленная на рис. 1.

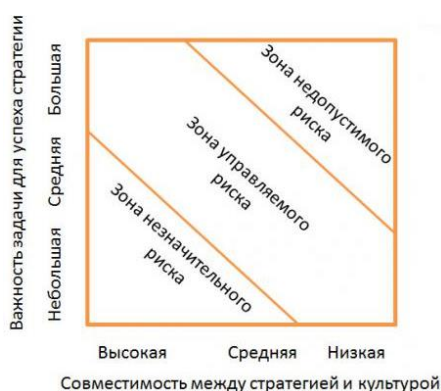


Рисунок 1. Матрица оценки культурного риска (Г. Шварц, С. Дэвис)¹

¹ Schwartz H., Davis S. *Matching Corporate Culture and Business Strategy*

Выделяют 4 варианта интеграции стратегии и корпоративной культуры:

- стратегия подстраивается под корпоративную культуру (проявляется тенденция к ослаблению усилий, т. к. успех считается само собой разумеющимся);
- корпоративная культура игнорируется (такой подход приводит к конфликтам и организационным кризисам);
- стратегия, которая не соответствует корпоративной культуре, отвергается;
- предпринимается попытка интегрировать корпоративную культуру с выбранной стратегией, изменив или «навязав» новую систему ценностей и норм поведения работников, ориентируя их на достижение стратегических целей.

Тесная взаимосвязь корпоративной культуры и стратегии является действенным способом управления персоналом, помогающим повысить эффективность его работы в соответствии с выбранной стратегией компании. Достигается это двумя путями:

1) Соответствие стратегии бизнеса корпоративной культуре позволяет сотрудникам не тратить понапрасну время на выяснение того, что и как им нужно делать — обладая системой ценностей и норм поведения, принятых в данной организации, они осуществляют свою деятельность в соответствии с данными стандартами.

2) Корпоративная культура, которая поддерживает стратегию, превращает работу в образ жизни, мотивируя сотрудников на достижение стратегических целей. Она обеспечивает лояльность сотрудников идеалам компании и их вовлеченность в трудовой процесс.

В качестве примера приведем компанию Toyota, которая благодаря тесной взаимосвязи выбранной стратегии и сложившейся корпоративной культуры, смогла завоевать американский автомобильный рынок в 70-х гг. прошлого столетия.

Корпоративная культура — это один из важнейших стратегических инструментов компании. Рассогласованность между стратегией и корпоративной культурой ведет к снижению эффективности производства, к демотивации сотрудников, и как следствие, к ухудшению качества выпускаемой продукции.

Обратимся к российской практике. Отличительной особенностью российских компаний является тот факт, что принципы корпоративной культуры формировались стихийно и в сжатые сроки при полном отсутствии поддержки со стороны государства. Следствием этого явился низкий уровень корпоративной культуры на российских предприятиях, что ведет к их недостаточной эффективности и конкурентоспособности, а также непривлекательности этих компаний для внутренних и внешних инвесторов.

Формированию высокой культуры, которая благоприятно способствует реализации стратегии компании, способствуют 3 фактора:

1. Основатель или сильный лидер, который устанавливает ценности, принципы и методы реализации поставленных задач;
2. Искренняя приверженность компании этим заповедям при реализации стратегии;
3. Подлинная забота о покупателе, работниках и акционерах.

Чтобы наглядно продемонстрировать влияние сильной организационной культуры на эффективность деятельности предприятия проведем сравнительных анализ Организационных культур компаний одной отрасли — Coca Cola и Food Empire.

Обе компании функционируют в пищевой отрасли, специализируются на производстве напитков. Однако эти две компании имеют разный вес на рынке. Coca Cola — это мировой бренд охлаждающих напитков, в то время как Food Empire — это холдинговая компания, которая содержит в себе такие бренды, как Masscoffee, например.

Итак, чтобы начать сравнительную характеристику организационных культур двух компаний, определим основные критерии оценки:

Миссия и ценности;

Связь формальной и неформальной культуры;

Согласие целей работника и организации;

Интенсивность труда;

Наличие противоречий и т. п.

Приведем краткий обзор деятельности компаний — ключевые факторы и характеристики.

Таблица 1.

Характеристика компаний

Food Empire	Coca Cola
Является мировым лидером по производству и реализации растворимых напитков, замороженных полуфабрикатов, кондитерских изделий; Продукция компании экспортируется в более, чем 60 стран (Россия, Украина, страны Средней Азии и Ближнего Востока, Китай, Монголия и США)	Одна из крупнейших компаний в США; Основной бизнес — безалкогольные напитки. Компания продаёт концентраты, сиропы и напитки более чем в 200 странах. Компании принадлежит 5 из 6 самых продаваемых мировых брендов — Coca Cola, Diet Coke, Fanta, Schweppes и Sprite

Из представленных данных видно, что эти две компании функционируют в одной отрасли, но специализируются на разных категориях продуктов. Исходя из истории компаний, а точнее из времени их присутствия на мировом рынке, видно, что обе являются мультинациональными, поэтому вопрос сильной или слабой культуры является актуальным в силу необходимости использования кросс-культурного менеджмента. Исследование элементов культуры, которые освещались выше представим в виде таблицы.

Таблица 2.

Элементы культуры анализируемых компаний

	Coca Cola	Food Empire
Миссия	Освежать мир, тело и дух. Пробуждать оптимизм с помощью напитков компании и её дел. Приносить смысл во все свои действия	Мы стремимся быть ведущей мировой компанией по производству продуктов питания и напитков, предоставлять качественные товары и услуги
Ценности	Лидерство, сотрудничество, полная отдача, инициативность	увлеченность, предпринимательской настрой, инициативность
Принципы	честность, ответственность за поступки, качество	открытость, благородность, уважение

Чтобы эффективно провести анализ представленных данных, следует начать с определения направленности миссии, потому что ценности и принципы организации являются ее структурными единицами.

Обе миссии имеют ярко выраженную роль. Миссия Coca Cola носит общечеловеческое предназначение — это выражается в таких словах, как «Вести осмысленную деятельность», «принести смысл», «мир», в то время, как Food Empire пропагандирует экономический уклон, стратегическое предназначение. Это хорошо прослеживается в модели компетенций компании, которая выражена в их ценностях. Следует отметить, что параметр «качество» у компаний фигурирует в разных местах — Coca Cola считает это своим принципом, а Food Empire — в миссии. Казалось бы, это равноценные понятия, но нет. Coca Cola позиционирует качество своей продукции как способ ведения бизнеса и определения конкурентоспособности, в то время как вторая компания ставит перед бизнесом такое предназначение.

Анализируя ценности компаний, можно выделить два различных подхода к модели компетенций. Coca Cola выделяет качества командной работы на уровне с индивидуальными качествами, такие как лидерство и инициативность, а Food Empire выделяет индивидуальность и предпринимательской подход — здесь важны не лидерские качества, а способ мышления в работе, инициативность проявляется в результате труда. Другими словами, Coca Cola ориентирована на процесс труда, а Food Empire на результат.

Принципы обеих компаний являются синонимичными, поэтому не представляют особого интереса для анализа и синтеза.

Далее рассмотрим основные критерии сильной и слабой культуры на примере обеих компаний и обоснуем свои выводы.

Таблица 3.

Описание критериев силы компании Coca Cola

Критерии силы культуры	Описание элементов культуры Coca-Cola
Тесная связь формальной и неформальной структуры	Многосторонняя система коммуникаций
Согласие целей работника и организации	Разработана прозрачная система карьерного роста, атмосфера семьи

Интенсивность труда	Компания процветает на рынке и имеет высокую популярность
---------------------	---

В приведенной таблице соотнесены критерии силы культуры и описание элементов организационной культуры компании Coca Cola. Почему такую культуру считают сильной и как она помогает компании повышать эффективность труда?

1. в компании построена обширная система коммуникации сотрудников — это круглые столы в конце недели, где сотрудники самостоятельно отчитываются при желании о достигнутых результатах и придумывают свою собственную стратегию работы в отделе, корпоративная газета с колонкой «задай вопрос начальнику», личный диалог с руководителем, например. Данное решение, принятое примерно 10 лет назад, очень повлияло на сотрудников компании — сотрудники получили право голоса, стали ощущать некую сопричастность к принятию важных глобальных решений бизнеса;

2. очень важный критерий, потому что согласно определению корпоративной культуры большинство работников придерживаются атмосферы семьи в своих трудовых отношениях. Прозрачная система карьерных перспектив является доступной и прозрачной, что делает прозрачной модель компетенций компании, поэтому сотрудники готовы полностью отдаваться работе (далее приведем оценку компании сотрудниками);

3. Компания имеет всемирно известный бренд, поэтому занимает большую долю на рынке. Привлекательность бренда, статус компании привлекают людей работать в ней, поэтому текучесть кадров снижается, что придаёт стабильность.

Теперь обратимся ко второй компании.

Таблица 4.

Критерии сил компании Food Empire

Критерии силы культуры	Описание элементов культуры Coca-Cola
Наличие противоречий	Сотрудники вынуждены закрывать глаза на «беспредел» который часто творит директор
Высокая текучесть кадров	возможность увольнения в тот же день когда человек был принят на работу (особенно в производственном цеху)

Отсутствие согласия	Начальник не внимает просьбам нижестоящих руководителей и субъективно, единолично принимает решение — авторитарный стиль руководства
Частые конфликты	Уровень профессионализма не интересен, и скорее является отягчающим обстоятельством при принятии на работу
Отсутствие понимания как достичь успеха в определенной сфере	Сотрудники пенсионного возраста (а их большинство) на руководящих постах

В противовес первой культуре была рассмотрена организационная культура компании Food Empire. Анализ показал ярко выраженный отрицательный характер культуры с высоким уровнем авторитарного стиля управления. Анализ был проведён на основе исследования отзывов сотрудников компании на разных сайтах в сети Интернет, их оценки стиля руководства, сотрудничества и условий труда (более детальный анализ представлен далее).

Рассмотрим каждый критерий более детально:

- Авторитарный стиль руководства, а также ярко выраженная культура власти строго ориентированы на результат. Работники компании находятся в постоянном страхе потери своего места, откуда количество стресса на работе увеличивается — сплетни, страх, частые межличностные конфликты и острая конкуренция и т. п. Все эти факторы снижают эффективность труда, увлеченность трудом и т. д.;

- Высокая текучесть остро отражается на компании путём частых дополнительных затрат на найм, адаптацию людей и т. д.;

- Единоличное принятие решений отнимает право голоса у руководителей среднего звена. Другими словами, нацеленность на результат теряет свою актуальность — на первый план выходит исполнительность, подавляется профессиональная компетенция работника, остаётся только механическая исполнительность;

- Отсутствие прозрачности приводит к демотивации работников, откуда падает мотивация труда;

• Возрастная структура компании выстроена неверно, потому что происходит конфликт поколений и практических подходов к труду. Внутрифирменные конфликты подавляют новые идеи и возможности молодого поколения в компании, а также убивают в них интерес и стремление к мастерству.

Теперь рассмотрим оценку сотрудников компаний в сети Интернет, делая поправку на субъективность мнений — максимальный балл у Coca Cola составляет 3,5, в то время как у Food Empire — 2.

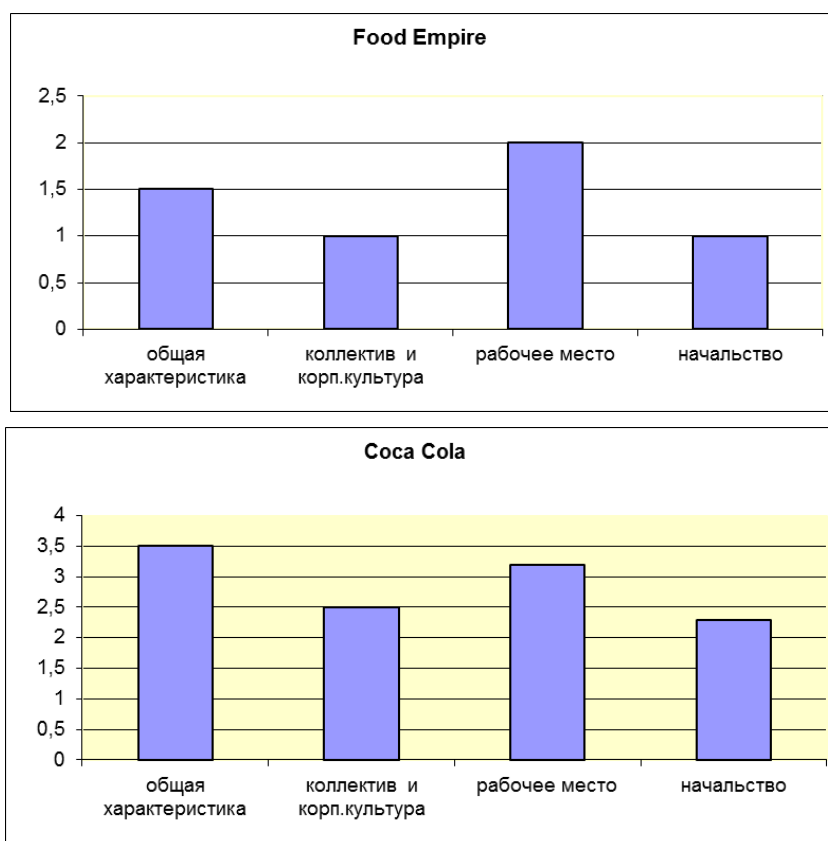


Рисунок 2,3. Оценка сотрудниками организационной культуры компаний Coca Cola и Food Empire

Исходя из проведенного исследования следует сделать вывод, что организационная культура компании Food Empire является слабой и не позволяет ей реализовывать свою стратегию согласно плану. Это связано с внутренним распорядком дня, отношением между руководством и подчиненными, эффективностью труда, мотивацией работников и т. д. Другими словами, эти характеристики являются ключевыми, чтобы показать, как организационная культура влияет на эффективность труда, а, соответственно, на реализацию стратегии.

К ВОПРОСУ РИСКА ИНВЕСТИРОВАНИЯ В КОРПОРАТИВНЫЕ ЦЕННЫЕ БУМАГИ

Вилков Вячеслав Александрович

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

Костылева Наталья Владиславовна

*научный руководитель, доц. Уральского Федерального университета,
РФ, г. Екатеринбург*

Риск представляет собой вероятность наступления неблагоприятного события, следствием которого являются ущерб и материальные потери. Однако в инвестициях риск неотделим от доходности актива, и принятие решения об инвестировании зависит лишь от готовности инвестора к принятию риска. Поэтому в инвестициях риском считают отклонение от ожидаемого результата, которое в свою очередь может быть как положительным, так и отрицательным.

Инвестируя денежные средства в любые виды активов, инвестор, несомненно, принимает на себя определенный риск. Так, банковские депозиты и депозитные сертификаты подвержены инфляционному риску, т. е. их доходность может оказаться меньше уровня инфляции в стране. В свою очередь инвестиции в акции, облигации и паевые инвестиционные фонды не являются застрахованными, и инвестор в большей степени подвержен риску материальных потерь, так как цена на такие активы может упасть, а продать их по безубыточной цене может просто оказаться невозможным.

Принятие на себя инвестиционных рисков не означает контроль над ними. Однако зная типы рисков, с которыми может столкнуться инвестор, можно минимизировать потенциальные проблемы посредством управления инвестиционным риском.

Инвестор, предпочитающий низкий уровень риска, может воспользоваться банковским депозитом, который лишен риска. Однако предел его дохода будет равен процентной ставке, которую выплачивает банк на депонированные вкладчиком средства. Такой характер инвестирования средств приемлем в условиях высоких процентных ставок, а также в период неспокойствия

на финансовых рынках. Однако в долгосрочном периоде доходность акций и облигаций оказывается выше, так как, принимая на себя определенный риск, можно заработать как на дивидендах, так и на изменении курсовой стоимости приобретенных ценных бумаг. С другой стороны, инвестируя в рискованные активы, высока вероятность материальных потерь, поэтому задача инвестора сводится к построению такого портфеля ценных бумаг, который обеспечил бы ожидаемую доходность при минимальном уровне риска.

Существуют разнообразные риски инвестирования, но чаще всего выделяют системный и несистемный риски. Системный риск, известный также как рыночный, оказывает влияние на экономику в целом. Все компании, независимо от их финансового положения, качества управления и структуры капитала подвержены системному риску. К системному риску относят такие частные виды риска, как процентный, инфляционный, валютный, социополитический риски и риск потери ликвидности [1, с. 190]. Рассмотрим каждый из перечисленных видов системного риска подробнее.

Процентный риск заключается в том, что стоимость ценной бумаги может снизиться вследствие изменения процентных ставок. Так, если в экономике процентные ставки повсеместно возрастают, то эмитенты облигаций должны предложить новые облигации с более высокой ставкой купона или с большим дисконтом, чтобы привлечь инвесторов. В результате, цена ранее эмитированных облигаций резко снижается, так как инвесторы предпочитают облигации последней эмиссии, позволяющие получать более высокую доходность. В противовес, существуют ситуации, когда облигации погашаются эмитентом досрочно, что вызвано повсеместным снижением процентных ставок, и компании выгоднее произвести новую эмиссию облигаций с низкой ставкой купона или небольшим дисконтом.

Инфляционный риск выражается в росте цен на товары и услуги, а следовательно, повышении стоимости жизни и снижении покупательской способности населения. Таким образом, доходность активов должна превышать ожидаемый уровень инфляции, чтобы покрыть инфляционный риск [2, с. 173].

Валютный риск возникает в связи с тем, что валюты различных стран имеют плавающий курс относительно друг друга, и при необходимости конвертировать денежные средства из одной валюты в другую с целью осуществления инвестиций, любое изменение в валютном курсе может как увеличить, так сократить доходность инвестиции. Валютный риск может быть минимизирован путем выделения ограниченной части портфеля ценных бумаг на международные инвестиции, требующие обмен валюты, и диверсификации этой части среди различных стран и регионов.

Риск ликвидности может возникнуть в ситуации отсутствия возможности купить или продать актив по цене, близкой к его справедливой стоимости. Зачастую невозможно продать ценную бумагу, если нет покупателей, готовых купить ее по определенной цене и в определенном объеме. Риск ликвидности, в основном, характерен внебиржевому рынку, а также компаниям с низкой капитализацией.

Социополитический риск проявляется в вероятности наступления нестабильности в регионах мира, способной повлиять на финансовые рынки. К таким рискам относятся террористические акты, войны, эпидемии и т. п.

Главной защитой от системного риска является включение в инвестиционный портфель активов, которые по-разному реагируют на одни и те же риски. Как правило, это означает инвестирование и в акции, и в облигации.

Несистемный риск, в противоположность системному, оказывает влияние на меньшее количество компаний и связан с инвестированием в какой-либо специфический продукт, отдельно взятую компанию или отрасль в целом [1, с. 228]. К несистемному риску относят такие частные виды риска, как управленческий и кредитный.

Управленческий риск, или риск компании может возникнуть в ситуации принятия менеджментом компании неверных управленческих решений, а также внутренними и внешними факторами, способными отрицательно повлиять на результаты деятельности компании. Так, к внешним факторам может быть

отнесена более успешная деятельность компаний-конкурентов. К внутренним факторам относят финансовые и нефинансовые скандалы внутри компании, способные подорвать ее имидж, стоимость акций и рейтинг.

Кредитный риск, или риск дефолта отражает вероятность наступления ситуации, когда эмитент откажется платить проценты или основную сумму задолженности по своим облигациям.

Однако построение диверсифицированного портфеля ценных бумаг не является легко выполнимой задачей, так как высока вероятность возникновения так называемого риска повышенной концентрации активов, который связан с инвестированием значительной доли ресурсов в какие-либо специфические активы, классы активов или сегмент рынка. Чтобы правильно управлять риском возникновения повышенной концентрации активов, необходимо понять, как он может возникнуть. Риск повышенной концентрации может быть результатом нескольких факторов:

1) Умышленная концентрация, возникающая в ситуации, когда инвестор верит, что та или иная ценная бумага или сегмент рынка будут превосходить своих конкурентов, и таким образом, принимает осознанное решение инвестировать значительную долю своих ресурсов в данный актив или класс активов [4, с. 142].

2) Концентрация вследствие очень хорошего позиционирования актива по отношению ко всему портфелю ценных бумаг.

3) Концентрация акций одной компании, часто возникающая в ситуации покупки акций компании-работодателя ее сотрудниками.

4) Концентрация коррелирующих между собой активов. К таким активам относят инвестиции в пределах одной отрасли, региона.

5) Концентрация неликвидных активов. К неликвидным активам относят ценные бумаги, обращающиеся на внебиржевом рынке, а также бумаги биржевого рынка с низким объемом торговли. Концентрация таких активов может привести к невозможности их быстрой реализации на рынке без материальных потерь.

Среди возможных путей управления и минимизации риска повышенной концентрации инвестиций выделяют следующие:

1) Диверсификация активов — распределение инвестиций, как среди долевых, так и среди долговых ценных бумаг, инвестирование в различные компании различных секторов экономики (информационные технологии, фармацевтика, розничная торговля, биотехнологии, электроника и другие), а также размещение активов как на рынках развитых, так и развивающихся стран [4, с. 213].

2) Регулярное перераспределение активов. Независимо от того, кем управляется инвестиционный портфель, самим инвестором или наемным финансовым специалистом, необходимы регулярные проверки каждой из инвестиций в составе портфеля и внесение соответствующих корректив для приведения инвестиционного портфеля в соответствие с целью инвестирования.

3) При инвестировании в паевые и биржевые инвестиционные фонды необходимо ознакомиться с проспектами эмиссии фондов, установить в ценные бумаги каких компаний они инвестируют с целью исключения совпадения владения ценными бумагами одних и тех же компаний на прямую и через паевые и биржевые инвестиционные фонды. Также необходимо учитывать, что некоторые фонды ориентируются только на сырьевые товары или на рынки развивающихся стран [4, с. 761].

4) Оценка ликвидности инвестиций. Акции компаний с низкой рыночной капитализацией и ипотечные ценные бумаги могут оказаться неликвидными, поэтому, приобретая новый актив в инвестиционный портфель, необходимо ознакомиться с объемами торговли данным активом, его волатильностью.

Таким образом, риск неотделим от доходности актива. Каждая инвестиция предполагает некоторую степень риска, которая может быть близка к нулю в случае с государственными долговыми ценными бумагами, или же очень высока при инвестировании в развивающиеся рынки. Четкое понимание риска инвестирования в ценные бумаги может помочь инвестору лучше понять

имеющиеся возможности и цену, которую придется заплатить при неправильном принятии решения об инвестировании.

Список литературы:

1. Бланк И.А. Управление финансовыми рисками. — К.: Ника-Центр, 2005. — 600 с.
2. Брейли Р., Майерс С. Принципы корпоративных финансов / Пер. с англ. Н. Барышниковой. — М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2010. — 1008 с.
3. Ван Хорн Дж., Вахович Дж. — М. Основы финансового менеджмента, 12-е издание: Пер. с англ. — М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2008. — 1232 с.
4. Шарп У., Александр Г., Бэйли Дж. Инвестиции: Пер. с англ. — М.: ИНФРА — М, 2001. — XII, 1028 с.
5. Bodie Z., Kane A., Marcus A.J. Investments, eighth edition. — Singapore: McGraw-Hill, 2009. — 1062.

ПРОБЛЕМА ЛИДЕРСТВА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Гревцева Ксения Александровна

*студент Финансового Университета при Правительстве РФ,
РФ, г. Москва*

Морозюк Юрий Витальевич

*научный руководитель, д-р экон. наук, д-р психол. наук,
проф. Финансового Университета при Правительстве РФ,
РФ, г. Москва*

Тема лидерства становится все более популярной в мире экономики. И это понятно: одной из важнейших черт успешной компании является наличие лидера, стоящего во главе данного предприятия. В основном именно от этого человека и зависит эффективность и развитие фирмы. Однако в России не уделяют должного внимания данной характеристике, хотя многие компании имеют такую проблему как, поиск людей, которые имели бы знания и лидерские качества, чтобы определить направление перемен и добиться реализации поставленных задач. Также для российских компаний данная тема важна и потому, что, в отличие от западных коллег, у нас нет опыта в области развития лидерского потенциала.

Для начала разберемся в определении понятия «лидерство», что именно оно означает и чем отличается от «менеджмента». «Лидерство — это искусство заставлять других делать то, что ты хочешь, так, чтобы они думали, будто сами хотят делать это», — сказал Дуайт Эйзенхауэр, известный военачальник и президент США, делая акцент на том, что лидер способен оказывать влияние на своих последователей. «Менеджмент — это искусство добиваться необходимого, а лидерство — искусство определять, чего необходимо добиться», — утверждал Питер Друкер, классик менеджмента, говоря о различии между управлением в рамках заданной системы и способностью изменять саму систему. Таким образом, авторы журнала «Вестник McKinsey» на основе данного различия выделяют ключевые качества и характеристики настоящего лидера.

- **Чувство перспективы** — конкретное видение направлений развития и путей достижения поставленных целей.

- **Страстность** — вовлеченность, сопереживание, эмпатия.
- **Убедительность** — способность мотивировать сотрудников, «заразить»

их своей идеей, добиться своего.

- **Настойчивость** — никогда не сдаваться.
- **Терпение** — тщательно планировать все шаги и уметь ждать

подходящего момента.

Итак, основной чертой, отличающей лидеров от менеджеров, является способность создания нового. Так, в статье «Менеджеры и лидеры: чем они различаются?», напечатанной в Harvard Business Review в 1977 г., Абрахам Залезник, профессор Гарвардского университета, выявил несколько характеристик, подтверждающих сей факт, которые можно структурировать в следующую таблицу 1.

Таблица 1.

Сравнительная характеристика лидеров и менеджеров

Характеристика	Лидеры	Менеджеры
Состояние рабочей среды	Хаос	Порядок
Склонность	Отсутствие упорядоченности	Стабильность и контроль
Скорость принятия решений	Могут оттягивать решение того или иного вопроса до тех пор, пока как следует не разберутся в нем	Предпочитают быстрее решить проблему — часто не до конца усвоив преподносимый ею урок
Отношение к целям	Активное, очень личное отношение к целям	Обусловлено скорее необходимостью, чем желаниями

Составлено автором по следующему источнику: Эберхард фон Ленайзен, Развитие лидерства: российский контент // Вестник McKinsey. — 2006. — № 6. — С. 7—21

Залезник говорит и о том, что для успешного развития компания нужны и те, и другие. Лидеры привносят инновации в компанию, выбирают векторы движения, а менеджеры поддерживают стабильность, структурируют хаос, созданный лидерами, и таким образом компания приспосабливается к изменяющейся обстановке.

В России же не рассматривают должным образом данные различия, вследствие чего считается, что менеджером стать можно, а лидером нужно родиться, однако на это есть, по крайней мере, два возражения:

1) Западные компании уже десятилетия успешно выращивают настоящих лидеров;

2) Задатки лидера могут проявляться в той или иной степени у каждого человека, но, чтобы развить свой потенциал, требуется получение определенных знаний и навыков.

Проявление лидерских качеств необходимо на всех ступенях карьеры. Так, на нижних — взятие на себя ответственности, качественное исполнение работ, готовность выйти за рамки; далее — умение развивать нужные качества, как в себе, так и в сотрудниках; на верхних — способность мыслить стратегически, видеть будущее компании, вести за собой людей.

Чтобы стать лидером, нужно обладать определенными качествами характера и навыками. Однако если изменить, что дано тебе от природы очень сложно, то приобрести соответствующие навыки можно. В книге «Воля к лидерству» Марвин Бауэр выделяет следующие атрибуты настоящего лидера, которые не нуждаются в разъяснении: честность, сдержанность и непринужденность, умение слушать, восприимчивость, эмпатия, инициативность, умение мотивировать. Таким образом, с одной стороны, развивая в себе данные характеристики, у многих людей есть шанс стать лидером, с другой стороны, развить лидерский потенциал — это одно, а стать эффективным лидером — другое.

Чтобы понять, что означает «эффективность» в данном контексте и от чего зависит, обратимся к исследованиям психолога Дэниела Гоулмана, которому удалось проанализировать деятельность около 4000 топ-менеджеров 200 крупных мировых компаний и выявить, что всех эффективных лидеров объединяет одна существенная черта — наличие высокого уровня эмоционального интеллекта. Причем, в ходе проведения исследования, было выявлено, что эмоциональный интеллект в разы важнее других качеств, потому что именно он определяет грамотное лидерство.

В своей работе Гоулман выделяет главные составляющие данного интеллекта, к которым относятся самосознание, самоконтроль, мотивация, эмпатия и социальные навыки. В кратком виде их влияние на трудовую жизнь можно показать следующей таблицей 2.

Таблица 2.

Пять составляющих эмоционального интеллекта в сфере трудовой жизни

Составляющие	Определение	Признаки Я
Самосознание	Способность распознавать и понимать свое настроение, эмоции и побуждения, а также их воздействие на других людей.	- уверенность в себе; - реалистичная самооценка; - умение посмеяться над собой.
Самоконтроль	Способность контролировать или направлять в плодотворное русло разрушительные импульсы и эмоции. Склонность к разумному рассуждению по принципу: сначала подумай, прежде чем что-либо делать.	- надежность и честность; - спокойное отношение к неопределенности; - открытость всему новому.
Мотивация	Увлеченность работой, желание трудиться, не обусловленное исключительно соображениями высокого заработка или статуса. Стремление упорно и энергично добиваться поставленных целей.	- стремление к достижениям; - оптимизм, даже перед лицом неудач; - приверженность ценностям организации.
Эмпатия	Способность понимать эмоциональное состояние других людей. Умение вести себя с людьми в соответствии с их эмоциональными реакциями.	- умение воспитывать таланты и удерживать одаренных сотрудников в организации; - уважительное, чуткое отношение к особенностям чужой культуры; - предупредительность в отношении с клиентами и потребителями.
Социальные навыки	Умение управлять человеческими отношениями и налаживать контакты. Способность находить точки соприкосновения и добиваться взаимопонимания. Способность к эффективному осуществлению нововведений.	- способность находить точки соприкосновения и добиваться взаимопонимания; - способность к эффективному осуществлению нововведений; - умение убеждать; - владение искусством руководства коллективом, навык его формирования.

Источник: Даниел Гоулман, С чего начинается лидер // С чего начинается лидер / Пер. с англ. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. — 232 с. — С. 9—36 — (Серия «Классика Harvard Business Review»)

Разумеется, каждый менеджер имеет свои специфические черты, определяющие его личный эмоциональный интеллект, и в зависимости от него у руководителя формируется свой стиль управления. Вследствие этого Гоулмана заинтересовало, а как эмоциональный интеллект влияет на стиль управления. И в ходе исследования было выявлено, что чем выше уровень эмоционального интеллекта, тем большим количеством стилей управления пользуется лидер. Таким образом, возвращаясь к определению эффективного лидера — это тот лидер, который имеет высокий уровень эмоционального интеллекта и использует несколько стилей управления.

В дальнейшем было выявлено и то, что каждый из стилей управления влияет на климат внутри компании, причем на разные его составляющие, а климат, в свою очередь, влияет на финансовые показатели — норму прибыли, рост доходов, рентабельность. Исследования показали, что лидеры, добивающиеся высоких финансовых результатов, пользовались стилем руководства, положительно сказывающимся на климате. И хотя эффективность деятельности во многом определяется также экономическими условиями и конкурентной ситуацией, по крайней мере на одну треть она зависит от климата в самой организации. А это слишком большая величина, чтобы ее игнорировать.

Поэтому в своем исследовании Гоулман приводит влияние разных стилей лидерства на составляющие климата (табл. 3).

Таблица 3.

Влияние стиля лидерства на климат

	Диктаторский	Авторитетный	Партнерский	Демократичный	Образцовый	Наставнический
Гибкость	-0,28	0,32	0,27	0,28	-0,07	0,17
Ответственность	-0,37	0,21	0,16	0,23	0,04	0,08
Стандарты	0,02	0,38	0,31	0,22	-0,27	0,39
Вознаграждение	-0,18	0,54	0,48	0,42	-0,29	0,43
Ясное понимание задач компании	-0,11	0,44	0,37	0,35	-0,28	0,38
Преданность общей цели	-0,13	0,35	0,34	0,26	-0,20	0,27
Общее воздействие на климат	-0,26	0,54	0,46	0,43	-0,25	0,42

Источник: Даниел Гоулман, Лидерство, приносящее результаты // С чего начинается лидер / Пер. с англ. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. — 232 с. — С. 65—102 — (Серия «Классика Harvard Business Review»)

Таким образом, из вышеприведённой таблицы мы видим, что, действительно, каждый стиль лидерства положительно или отрицательно влияет на климат практически на одну треть.

Теперь разберёмся, а что собой представляют данные стили лидерства, и опять обратимся к исследованиям Д. Гоулмана, который смог структурировать полученные результаты своих исследований в таблицу 4. Из нее видно, насколько важно знать приемы и методики разных стилей лидерства, так как в организации случаются разные события, происходят изменения, и, чтобы поддержать устойчивое развитие предприятия, одним стилем не обойтись.

Итак, проблема лидерства очень важна в современной экономике, потому что именно лидер, способен управлять крупными и мелкими компания, задавать направления развития всего мира и влиять на жизнь населения. Однако данная тема недостаточно проработана и остаются еще проблемы в сфере как воспитать лидера, как выявить лидерский потенциал и оценить эмоциональный интеллект, но пути решения данных задач уже начинают появляться.

Если говорить о России, то в нашей стране тоже озабочены данной темой. Российские компании все больше уделяют внимания повышению эффективности своей деятельности. И наша страна может в этом им помочь: она обладает мощным лидерским потенциалом. Российских предпринимателей отличают от западных удивительная воля к победе, готовность добиваться ее любой ценой, вера в свои силы и желание действовать. В нашей стране лидер не привык сдаваться, отступать перед сложностями или признавать, что что-то сделать нельзя, — это не в характере российских бизнесменов. Однако существует ряд проблем, которые мешают наращивать лидерский потенциал. Авторы журнала «Вестник McKinsey» выделяют следующие.

- Доминирование личных отношений над профессиональными;
- Неумение работать в команде;
- Чрезмерный контроль и нечеткое распределение обязанностей;

- Отсутствие опыта и культуры персонала.

Несмотря на то, что есть данные проблемы, многие российские компании создают свои программы по развитию лидерства, которые в последствие становятся признанными и эффективными. Удачным примером является компания «МТС» — Мобильные ТелеСистемы, российская компания, работающая в отрасли телекоммуникаций и оказывающая услуги связи в России и странах СНГ. В данной организации действует системная модель обучения, основанная на стратегических целях Компании и целях в области управления персоналом, базирующаяся на модели Компетенции группы МТС. Так, здесь действует Корпоративной Университет, миссия которого — «создание возможности развития, расширяя границы людей и бизнеса, для уверенного будущего МТС». Основными направлениями этого университета в области лидерства являются:

- **Интегральное обучение**, в рамках которого новым руководителям предоставляются дополнительные программы по введению во внутреннюю структуру, принятые процедуры взаимодействия и бизнес-процессы; действующим сотрудникам — возможность посещения мероприятий по командообразованию и повышению корпоративного духа.

- **Развитие управленческих компетенций менеджеров**, где составляются индивидуальные планы обучения и проводятся целевые и модульные образовательные программы, посещение которых обязательно определенным категориям менеджеров. Особое внимание уделяется инструментам управления персоналом и методам взаимодействия с подчиненными. Также важным аспектом данного направления является мотивация и удержание руководителей Компании.

- **Обучение кадрового резерва и преемников на управленческие позиции.** Формирование индивидуальных планов развития на основе результатов оценочных мероприятий и уровня развития компетенций.

- **Проведение мастер-классов от топ-менеджеров Компании.**

Таблица 4.

Краткая характеристика стилей лидерства

	Диктаторский	Авторитетный	Партнерский	Демократичный	Образцовый	Наставнический
Метод работы	Требует полного и немедленного исполнения	Вдохновляет подчиненных на работу, излагая им свои идеи	Создает атмосферу мира и согласия, устанавливает дружеские отношения	Достигает согласия, вовлекая всех в процесс работы	Задает высокие стандарты производительности	Развивает, готовит работников для будущего
Девиз стиля	«Делай, как я сказал!»	«Все за мной!»	«Самое главное – люди!»	«А вы что скажите?»	«Делай, как я! Сейчас!»	«Попробуй это»
Основные характеристики «эмоционального интеллекта»	Стремление к достижению результатов, инициативность, самоконтроль	Самоуверенность, эмпатия, стремление к переменам	Эмпатия, отношения, общение	Сотрудничество, коллективное руководство, общение	Сознательность, стремление получить результат, инициативность	Поощрение развития других, эмпатия, самоанализ
Оптимальные условия для применения	Состояние кризиса, необходимость крутых перемен, взаимодействие с «трудными» подчиненными	Когда для перемен нужны новые идеи, когда необходимо изменить общий курс	Когда необходимо заделать «трещины» в коллективе или найти новую мотивацию	Когда нужно достичь согласия во взглядах, вызвать чувство сопричастности или получить важную информацию от ценных сотрудников	Когда нужно быстро добиться результатов от мотивированной, компетентной команды	Когда нужно помочь работнику поднять производительность или развить некие индивидуальные качества
Общее воздействие на климат	Отрицательное	В высшей степени положительное	Положительное	Положительное	Отрицательное	Положительное

Источник: Даниел Гоулман, *Лидерство, приносящее результаты // С чего начинается лидер / Пер. с англ. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. — 232 с. — С. 65—102 — (Серия «Классика Harvard Business Review»)*

Также в МТС была запущена комплексная программа развития «Управление талантами», состоящая из мастер-классов, тренингов, бизнес-завтраков с топ-менеджерами, программ наставничества и менторинга. Данные мероприятия предназначались преемникам на руководящие посты, высокопотенциальным сотрудникам, специалистам с уникальной экспертизой. На базе Компании проводилась «Академия Лидерства», каждый четвертый участник которой занял новую карьерную ступень. В 2013 году был разработан свод правил для руководителя МТС.

Таким образом, Компания МТС является лидером по разработке программ развития персонала и идет первой по дороге изменения отношения к персоналу и лидерству в целом.

Список литературы:

1. Эберхард фон Ленайзен, Развитие лидерства: российский контент // Вестник McKinsey. — 2006. — № 6. — С. 7—21.
2. Даниел Гоулман, Лидерство, приносящее результаты // С чего начинается лидер / Пер. с англ. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. — 232 с. — С. 65—102 — (Серия «Классика Harvard Business Review»).
3. Даниел Гоулман, С чего начинается лидер // С чего начинается лидер / Пер. с англ. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. — 232 с. — С. 9—36 — (Серия «Классика Harvard Business Review»).
4. Компания МТС: Годовой отчет 2013 — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [Downloads/mts-ar-2013-ru-interactive.pdf](#) (дата обращения 07.12.2014).

УПРАВЛЕНИЕ ЗАПАСАМИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ИП МИЗЮК А.М. МАГАЗИН «СИРИУС», Г. АРТЕМ

Гуцаленко Валентина Константиновна

*студент Владивостокского государственного университета экономики
и сервиса»,
РФ, г. Владивосток*

Батурина Ольга Андреевна

*научный руководитель, старший преподаватель
Владивостокского государственного университета экономики и сервиса»,
РФ, г. Владивосток*

С целью обеспечения равномерной деятельности, обширного подбора товаров и наиболее свершенного удовлетворение спроса покупателей предприятий торговли в складах предприятий торговли должны являться конкретные товарные запасы. Ни одно торговое предприятие никак не может оставаться в отсутствии запасов. С их объема и степени в существенной грани находятся в зависимости результаты торговой работы предприятия.

Задача управления запасами возникает, если необходимо сформировать запас вещественных ресурсов либо объектов использования с целью удовлетворение спроса в данном этапе периода.

Процессы управления запасами считаются сложной частью концепции управления торговым предприятием, по этой причине их результативность характеризуется подобным базисным аспектом, равно как величина потерь, образующихся присутствие управления резервами [1].

Таким способом, присутствие товарных запасов равно как действия, обуславливается потребностью обеспечения обыкновенного хода оборачиваемости товаров, его крепости и неразделимости. Но никак не каждый рыночный запас объективно необходим с целью обеспечения товарного вращения.

Товарные резервы выполняют 3 функции:

1) гарантируют непрерывность наращенного производства и вращения, в ходе каких совершаются их непрерывное формирование и применение;

2) удовлетворяют очевидную потребность жителей, т. к. считаются конфигурацией товарного предписания;

3) определяют соотношение среди размеров и текстурой спроса и товарного предписания [2].

В взаимосвязи больше описанным существовала установлена задача деятельность основано событие, нацеленное в концепцию управления запасами.

Товарные запасы должны отвечать дальнейшим нуждам:

- добиваться конкретных объемов, чтобы в перемещение данного времени исполнять масштабам спроса;

- являться более, нежели обычные габариты осуществлении либо покупательского спроса;

- постоянно восстанавливаться и обновляться.

Запасы предназначаются с целью этого, для того чтобы смягчить взаимозависимость продавца от потребителя и напротив. Они предполагают собою одну с конфигураций проявления вещественных потоков. В собственную очередность вещественные потоки смогут пребывать или в активном, или статичном пребывании. В большинстве ситуации развитие физического потока считается разрывным, т. е. материальный поток изменяет собственное активное положение в статичное положение и назад.

Запасы готовой продукции в предприятиях-производителях и в каналах распределения именуется сбытовыми либо товарными.

Запасы считаются важным инструмент обеспечения равновесия спроса и предложения в торге. В взаимосвязи с этим, то что в стоимости продукта немаловажную часть составляют расходы, сопряженные с нахождением его в форме запаса, одной с главнейших проблем сортировочной логистики считается наибольшее снижение данных потерь и периода присутствия материальных запасов в статичном пребывании.

С логистической позиции товарные запасы — такое вещественные потоки, какие получились с области изготовления, однако ещё никак не зачислились в сферу потребления.

Запасы возможно систематизировать согласно разным показателям. Но, невзирая в огромное количество показателей систематизации, более зачастую используемой считается разделение материальных запасов, показывающая собою определённый сплав критериев согласно взаимоотношению к логистическим операциям и многофункциональной приспособления.

По взаимоотношению к базовым логистическим активам запасы подразделяют в: совместные, резервы в снабжении, производственные и сбытовые. Все без исключения запасы, существующие в экономике и содержащие в себе сырьевые материалы, главные и дополнительные материалы, полуфабрикаты, детали, готовые изделия и т. п. определим равно как совместные. Снабженческие, производственные и сбытовые запасы оформляют совместные материальные запасы предприятия, представляющие предмет оптимизации логистического менеджмента с позиции единых потерь.

Объектом исследования в данной работе деятельность ИП Мизюк А.М. магазин «Сириус».

Таблица 1.

Основные экономические показатели финансово-хозяйственной деятельности магазина «Сириус» за 2013—2014 гг.

Показатели	Период		2013 к 2014	
	2013	2014	Абсолютное отклонение	Темп роста, %
Выручка от реализации продукции, руб	36358404	42059830	5701426	115,68
Себестоимость проданных товаров, руб	16810320	18260395	1450075	108,00
Стоимость основных средств, руб	2056745	2840380	783635	140,00
Фондоотдача, руб/руб	17,7	14,8	-2,9	170,00
Фондоёмкость, руб/руб	0,05	0,06	0,01	80,00
ФОТ, руб	4464000	4869818	405818	109,00
Среднесписочная численность, чел.	11	12	1	109,00
Среднегодовая зарплата, руб	405818,182	405818,167	0,015	99,00
Среднегодовая выработка 1 работника	3305309,51	3504985,83	199679,32	106,00
Затраты на 1 руб. реализованной продукции руб/руб	0,5	0,4	-0,1	80,00
Прибыль от продаж	19548084	23799435	4251351	120,00
Чистая прибыль	5042766	5101600	58834	101,00
Рентабельность продаж, %	53,8	56,6	2,8	-

Составление плана товарных запасов подразумевает применение комплекса способов, нацеленных в определение оптимальной, нормативной величины резервов.

Основу планирования товарных запасов нынешнего направления является их стандартизация, в ходе которого вводится показатель резерва в днях и сумме согласно товарным группам. Мера товарных запасов представляет в то же время и норму товарооборачиваемости.

В нынешних обстоятельствах предприятия продуктовых продуктов без помощи других нормируют и намереваются резервы материала и продуктов. Показатель товарного резерва нужен с целью реализации финансовой, экономической и торговой работы, присутствие регулировке объема личных используемых средств, приложенных в запасы, установлении планового объема кредита, с целью своевременного контролирования из-за товарными резервами, присутствие расчете расходов согласно сбережению.

Анализируя товарные запасы, торговое предприятие принимать решение соответствующее главные проблемы: обнаружение соотношения практических товарных резервов их нормативу; утверждение динамики и оценки перемен, случившихся в объёме и текстуре товарных резервов, в быстроты оборачиваемости единичных групп продуктов; обнаружение и расчёт условий, оказавших воздействие на изменение товарных запасов. Итоги финансового рассмотрения ложатся в базу исследования определенных событий согласно улучшению капиталом товарных резервов и ускорению оборачиваемости, согласно увеличению производительности коммерческой работы торгового предприятия.

Таблица 2.

Товарооборачиваемость товарных запасов за 2013 г.

Товарные группы	Товарооборот За 2013 г. руб.	Товарные запасы, тыс. руб.		Средние ТЗ, руб.	Скорость товарного обраще- ния, раз	Время товарного обращения, дни
		На 01.07.2013	На 01.01.2014			
Бакалея	3817632,0	285763,97	451224,02	368494	10,4	35
Заморозка	1454336,1	68738,86	186629,51	127684,2	11,4	32
Молочные продукты	1817920,0	73818,91	187803,86	130811,4	13,9	26
Мясные и колбасные изделия	5090177,0	300455,89	742589,34	521522,6	9,8	37
Рыба и морепродукты	3999424,2	192264,17	414950,4	303607,3	13,2	28
Овощи	2545088,0	97537,16	168095,65	132816,4	19,2	19
Фрукты	1636128,3	25621,59	1307,83	13464,7	121,5	3
Безалкогольные напитки	2908672,0	142126,06	349002,42	245564,2	11,8	31
Алкоголь	12361857,0	1913244,6	5104140,95	3508692,8	3,5	104
Табак и табачные изд.	727170,0	85894,16	348674,07	217284,1	3,3	109
Итого	36358404,6	3185465,37	7954418,05	5569941,7	6,5	56

Таблица 3.

Анализ уровня товарных запасов ИП Мизюк А.М. «Сириус»
за 2013—2014 гг.

Группы товаров	Товарооборот, руб.		Средние товарные запасы, руб.		Уровень товарных запасов,%		Динамика уровня,%
	2013г	2014г	2013г	2014г	2013г	2014г	
Бакалея	3817632	3995683,85	368494	516440,09	43,1	53,6	+10,5
Заморозка	1454336	1051495,75	127684,2	164013,32	46,8	73,7	+26,9
Молочные продукты	1817920	1472094,05	130811,4	178961,65	37,7	57,3	+19,6
Мясо и колбасные изделия	5090177	6308974,5	521522,6	741686,21	53,2	56,2	+3,0
Рыба и морепродукты	3999424	5257478,75	303607,3	533127,9	37,9	45,9	+8,0
Овощи	2545088	3364786,4	132816,4	99564,55	24,1	13,2	-10,9
Фрукты	1636128	1682393,2	13464,7	44469,815	0,3	12,5	+12,2
Безалкогольные напитки	2908672	2944188,1	245564,2	345243,6	43,8	61,2	+17,4
Алкоголь	12361857	14720940,5	3508692,8	4668581,4	150,7	129,8	-20,9

Табак и табачные изделия	727170	1261794,9	217284,1	587134,5	175,0	178,6	+3,6
Итого	36358404,6	42059830,0	5569941,7	7879223,04	79,9	88,4	+8,5

Концепция планирования резервов наставлена в их минимизацию, учащение оборачиваемости, увеличение эффективности с средств, приложенных в резервы.

Еще один неплохим методом планирования товарных резервов считается способ сезонного моделирования.

Сезонные колебания — повторяющиеся с года в время изменения признака в конкретные интервалы периода. Для измерения сезонных колебаний обычно исчисляются индексы сезонности (I_{si}) по формуле:

$$I_{si} = Y_i / Y \cdot 100 \quad (1)$$

где: Y_i — среднее значение товарооборота в определенный месяц на основании фактического товарооборота последних лет;

Y — среднее значение товарооборота в месяц на основании фактического товарооборота последних лет [6].

Рассчитаем сезонные колебания за 2013—2014 гг. по месяцам.

Таблица 4.

Исходные данные для расчета сезонных колебаний товарооборота по месяцам за 2013—2014 гг.

Месяц	Товарооборот, руб.	
	2013 г.	2014 г.
Январь	2974623,4	2986702,1
Февраль	2847338,0	3112506,3
Март	3046733,6	3524499,58
Апрель	2874694,4	3414645,03
Май	2916806,0	3287456,0
Июнь	2940572,0	3407843,5
Июль	3275840,3	3775786,13
Август	3309946,6	3853007,0
Сентябрь	3493429,3	3499535,06
Октябрь	3072246,5	3694441,8
Ноябрь	2956865,3	3487535,5
Декабрь	2649309,2	4015872,0
Итого	36358404,6	42059830,0

Определим:

- 1) Индекс сезонности (построим график);
 - 2) Сделаем прогноз реализации продукции на 2015 г.
 - 3) Среднемесячная за 2 года.
- Общая (постоянная) средняя.

$$\bar{\gamma}_0 = \frac{\sum \bar{\gamma}_i}{n} = 3259093,1 \quad (2)$$

Таблица 5.

Анализ реализации продукции за 2013—2014 гг.

Месяц	Реализация, руб.		Среднемесячная за два года, руб.	Индекс сезонности, %
	2013 г.	2014 г.		
Январь	2974623,4	2986702,1	2980662,75	91,5
Февраль	2847338,0	3112506,3	2979922,15	91,4
Март	3046733,6	3524499,58	3285616,59	100,8
Апрель	2874694,4	3414645,03	3144669,715	96,5
Май	2916806,0	3287456,0	3102131,0	95,2
Июнь	2940572,0	3407843,5	3174207,75	97,4
Июль	3275840,3	3775786,13	3525813,215	108,2
Август	3309946,6	3853007,0	3581476,8	109,9
Сентябрь	3493429,3	3499535,06	3496482,18	107,3
Октябрь	3072246,5	3694441,8	3383344,15	103,8
Ноябрь	2956865,3	3487535,5	3222200,4	98,9
Декабрь	2649309,2	4015872,0	3332590,6	102,3
Итого	36358404,6	42059830,0	39209117,3	100

Абсолютный среднегодовой прирост определяется по формуле:

$$\Delta = \frac{\gamma_n - \gamma_1}{n-1} = \frac{42059830,0 - 36358404,6}{2-1} = 5701425,4 \quad (3)$$

Сделаем прогноз товарооборота на следующий (плановый) год, используя показатель среднегодового прироста:

$$\gamma_{2012} = 42059830,0 + 5701425,4 \times 2 = 53462680,8 \quad (4)$$

Среднемесячный уровень:

$$y_{2012} = \frac{53462680,8}{12} = 4455223,4 \quad (5)$$

Используя индексы сезонности, можно сделать прогноз товарооборота по месяцам на плановый период года. И для наглядного просмотра прогноза товарооборота по месяцам на плановый год подстроим график.

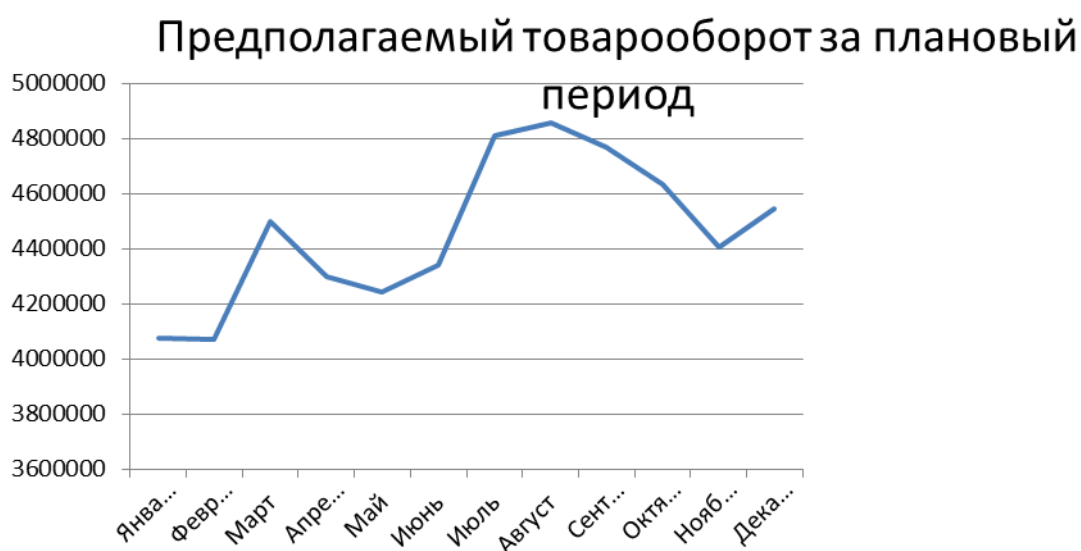


Рисунок 1. Прогноз товарооборота по месяцам (плановый период)

С целью познания закономерностей формирования общественно-экономических явлений в внутригодовой динамике необходимо иметь количественные качества формирования исследуемых явлений согласно месяцам и кварталам одногодичного цикла.

Сезонные колебания присутствуют в абсолютно всех областях существования общества: в изготовлении, вращении, пользовании. Огромное значение сезонные колебания приобретают в исследовании покупательского спроса жителей в единичные пищевые продукты и типы услуг, а кроме того на изменение стоимости и инфляцию.

Рост резервов расценивается положительно, если сопутствуется ростом объема производства продукта. Передовые темпы подъема объема

осуществлении продукта согласно сопоставлению с темпами подъема производственных запасов приводят к ускорению оборачиваемости используемых средств, к их освобождению с хозяйственного выражения.

Чем медлительнее производственные запасы завертываются в ходе функционирования предприятия, тем более необходимо хозяйственных средств с целью продолжения производственно-хозяйственной работы предприятия.

В степени предприятий резервы принадлежат к количеству предметов, вызывающих крупных финансовложений, и по этой причине предполагают собою одним из условий, устанавливающих политическому деятелю предприятия и действующих в степень логистического сервиса в полном. Но многочисленные фирмы никак не уделяют ему соответствующего интереса и регулярно недооценивают собственные предстоящие необходимости в доступных запасах. В следствии данного предприятия как правило встречаются с этим, то что им доводится инвестировать в резервы более значительный основной капитал, нежели планировалось.

Объективная потребность создания резервов сопряжена с нравом действий изготовления и воспроизводства. Главной предпосылкой создания запасов считается несовместимость в пространстве и в времени изготовления и употребления материальных ресурсов.

Список литературы:

1. Бланк И.А. Управление торговым предприятием: учебник для вузов / И.А. Бланк. — М., 2009. — 460 с.
2. Бродецкий Г.Л. Управление запасами: учебник для вузов / Г.Л. Бродецкий. — М.: Эксмо, 2010. — 520 с.
3. Баканов М.И. Экономический анализ в торговле: учебник для вузов / М.И. Баканов. — М.: Финансы и статистика, 2009. — 397 с.
4. Ваньян П.Л. Управление запасами как точная наука: учебник для вузов / П.Л. Ваньян. — М.: Инвестор, 2009. — 348 с.
5. Соломатин А.Н. Экономика товарного обращения: учебник для вузов / А.Н. Соломатин. — М.: Инфра — М, 2009. — 220 с.
6. Родионов Р.А. Логистический менеджмент: нормирование и управление товарными запасами и оборотными средствами в коммерческом предприятии / Р.А. Родионов. — М.: А — Приор, 2012. — 360 с.

СТОИТ ЛИ ПРИВЛЕКАТЬ РАБОЧИХ К ПРИНЯТИЮ РЕШЕНИЙ НА ПРЕДПРИЯТИИ?

Заворотная Мария Владимировна
студент Национально Исследовательского Университета
«Высшая Школа Экономики»,
РФ, г. Пермь

Шварцзайд Екатерина Ринатовна
научный руководитель, преподаватель Национально Исследовательского
Университета «Высшая Школа Экономики»,
РФ, г. Пермь

Управленческая деятельность напрямую связана с принятием решений. Менеджером является человек только тогда, когда он принимает организационные решения или реализует их через других людей.

Управление — значит принятие решений. Необходимость принятия решений пронизывает все, что делает руководитель, формулируя цели и добиваясь их достижения. Неудивительно поэтому, что процесс принятия решений занимает центральное место в теории управления. Наука управления ставит своей задачей повысить эффективность организаций путем увеличения способности руководства к принятию обоснованных решений в ситуациях исключительной сложности.

Не секрет, что принятие управленческих решений на предприятии является одним из важных этапов. От того, как будет обозначено и принято решение руководством, зависит жизнедеятельность и успешность предприятия.

Сначала разберем что такое управленческое решение. Управленческое решение — это результат конкретной управленческой деятельности менеджмента. Принятие решений является основой управления. Выработка и принятие решений — это творческий процесс в деятельности руководителя каждого уровня, включает:

- выработку и постановку цели;
- изучение проблемы на основе получаемой информации;

- выбор и обоснование критериев эффективности (результативности) и возможных последствий принимаемого решения;

- обсуждение со специалистами различных вариантов решения проблемы (задачи); выбор и формулирование оптимального решения; принятие решения;

- конкретизацию решения для его исполнителей.

Управленческие решения могут быть обоснованными, которые принимаются на основе экономического анализа и многовариантного расчета, и интуитивными, которые, хотя и экономят время, но посредством их можно допустить ошибки и так, же они содержат в себе неопределенность.

Принимаемые решения необходимо быть основанными на достоверной, текущей и прогнозируемой информации, анализе всех факторов, оказывающих влияние на решения, с учетом предвидения его возможных последствий.

Как мы знаем, существует несколько этапов в принятии управленческих решений, которые включаются в себя: определение необходимости решения, где менеджер должен проанализировать состояние среды как внешней, так и внутренней, и определить необходимость решения; диагностика и анализ, здесь менеджер анализирует причины данной ситуации, которая, по его мнению, требует решения; выдвижение альтернатив, где происходит генерация идей, определяющих возможность решения проблемы; выбор предпочтительной альтернативы является решением проблемы, т. е. управляющий выбирает наиболее подходящую альтернативу с наименьшими издержками для решения сложившейся ситуации; реализация выбранной альтернативы, этой стадии характерно, что менеджер использует свои качества лидера, а также старается максимально направить все имеющиеся ресурсы на достижение поставленной цели; и последний этап — это оценка и обратная связь, т. к. процесс принятия решений бесконечен, то менеджер должен получать информацию о том, как реализовано предыдущее решение, потому что только контроль может показать насколько эффективно и успешно команда справилась с поставленной задачей.

На сегодняшний день руководители часто задаются вопросом: «стоит ли привлекать рабочих к принятию решения на предприятии?» На мой взгляд, вопрос достаточно трудный. Однако я считаю, что привлекать рабочих стоит.

Во-первых, нужно учитывать тот факт, что большое количество сотрудников на предприятии должно координироваться несколькими управляющими, которые в свою очередь будут подчиняться топ-менеджеру. Когда придет момент в необходимости принятия управленческого решения, то топ-менеджер должен обратить внимание на мнение своих подопечных, не только управляющих, но и рабочих, занятых на производстве. Конечно, не стоит призывать всех рабочих на совещание, можно попросить управляющего отдела выбрать наиболее заинтересованных и амбициозных, чтобы те присутствовали на встрече. Присутствие таких работников будет полезно тем, что они непосредственно связаны с производством, а, следовательно, знают специфические особенности ситуации и могут поделиться своим мнением о ней.

Во-вторых, имея профессиональные навыки, рабочий может дать ценные советы, а также указать на «слабые места», которые руководитель со своими знаниями может не принимать в расчет.

И в-третьих, гораздо большее количество людей может предложить совершенно разные идеи, в числе которых руководитель может найти ценные и уникальные.

Конечно, не стоит забывать и о внутренних человеческих факторах. Ведь когда человек участвует в принятии какого-либо решения, он чувствует свою причастность к действию и принимает это решение как «свое», а, следовательно, «свое» человек должен стараться воплотить и полностью реализовать. Именно на этот фактор можно положиться. Работник более ответственно относится к достижению цели, при этом агитируя своих коллег к непосредственному участию в улучшении своей компании.

Иногда проблемы предприятия происходят от того, что работники не понимают, что от них требуется. Поэтому, обсуждая с руководством

проблемы, работник лучше понимает особенности своих обязанностей и с учетом этого старается изменить ситуацию. Параллельно этому происходит сплочение коллектива, потому что люди начинают строить коммуникации не только со своими близкими коллегами, но и с коллегами из других подразделений. Сплоченный и понимающий коллектив — залог успеха компании.

Существует несколько способов вовлечения персонала в принятие управленческих решений.

Первый — авторитарный, который подразделяется на два вида, где подчиненные наименее вовлечены в принятии решений. Здесь руководитель использует подчиненных в качестве ресурса, который только поставяет имеющуюся информацию, а уже руководитель самостоятельно принимает решение.

Второй — консультативный способ, также подразделяется на два вида, при этом руководитель уже полностью обсуждает варианты решения со своим коллективом, но итоговое решение остается на его личное усмотрение.

И третий способ — демократический, ему характерно обсуждение вариантов со всем коллективом, принятие наиболее подходящего варианта не только руководителя, но и подчиненного.

Любой из этих способов может использоваться на предприятии, выбор стоит лишь за руководством предприятия и инициативы работников.

Стоит рассмотреть и другую сторону медали. В привлечении работников к принятию решений есть и свои недостатки.

Принятие решения должно проходить как можно быстрее, т. к. от этого зависит положение предприятия на рынке. Поэтому делать выбор между предложенными вариантами иногда лучше в одиночку, это гораздо быстрее.

По моему мнению, есть еще один фактор — это тот момент, когда не стоит раскрывать всю информацию о решении для своих работников. Все дело в том, что принимаемые решения иногда достигаются путем уменьшения привилегий и некоторых рабочих условий для персонала компании. Именно оградив

персонал от некой информации можно избежать тяжелых последствий, например, забастовки.

В заключении хотелось бы сказать, что привлечение персонала к принятию управленческих решений остается сугубо индивидуальным. Каждый руководитель должен выбирать свою стратегию ведения компании, однако ему не стоит забывать о том, что коммуникации между сотрудниками из разных отделов могут положительно повлиять на развитие компании. Это происходит потому, что профессиональные знания, из разных областей сталкивающиеся с одной и той же ситуацией могут породить достаточно интересный и полезный вариант решения.

Список литературы:

1. Дафт Р. Менеджмент 10-е изд. [Учебник] / Пер. с англ. — СПб.: Питер, 2013. — 656 с.
2. Глухов В.В. Менеджмент: Учебник для вузов. 3-е изд. — СПб.: Питер, 2008. — 608 с.
3. Джурабаев К.Т. Производственный менеджмент: Учебное пособие для вузов / К.Т. Джурабаев, А.Т. Гришин, Г.К. Джурабаева. — М.: Кнорус, 2005. — 416 с.
4. Фатхудинов Р.А. Управленческие решения: Учебник. — М.: Инфра — М, 2007. — 344 с.
5. Иванов М.М., Исаенко А.П., Колупаева С.Р., Корнеева И.В., Хруцкий В.Е. КАК ДОБИТЬСЯ УСПЕХА Практические советы деловым людям / Хруцкий В.Е. — Москва.: Издательство Политической литературы, 1991. — 510 с.

ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ КАК ОСНОВА УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ В ТАДЖИКИСТАНЕ

Каримов Манучехр

*магистрант кафедры «Менеджмент» экономического факультета РУДН,
РФ, г. Москва*

Медведев Юрий Викторович

*научный руководитель, канд. психол. наук, доц. кафедры «Менеджмент»
экономического факультета РУДН,
РФ, г. Москва*

Вся предыдущая история человечества в области развития производства заключалась в последовательном овладении им процессами функционирования природы. В своих целевых и организационных параметрах управления было направлено на производство и его непомерное развитие. Оно не учитывало экологические последствия развития производства и изменения образа жизни человека, которое определяется возможностями производства, но не возможностями природы.

Современная экологическая ситуация характеризуется всевозрастающими масштабами и силой воздействия на природные экосистемы, появлением новых форм этого влияния, и расширением хозяйственной деятельности человека [5, с. 59]. Появляется новое понимание того, что управление развитием производства и управление экологическими процессами не только совместимо, но и возможно, и их необходимо совместить. Основой стратегии управления должно быть не просто защита, а целостный комплекс решения проблем формирования новых технологий, новых тенденций развития производства и наконец — новых подходов и концепций управления, построенных на интеграции человека и природы. Поэтому, все более очевидной становится на сегодня необходимость поиска новых путей и подходов к решению экологических проблем промышленного производства. Основным из таких путей в мире общепризнан экологический менеджмент. Взаимосвязи между совершенствованием управления природопользованием и экономическим развитием были главными вопросами на Конференции ООН

по окружающей среде и развитию, состоявшейся в 1992 г. в Рио-де-Жанейро. Основные документы — «Декларация Рио-де-Жанейро» и «Повестка дня на 21 век» (Адженда-21) [8, с. 205]. Именно в последнем впервые прозвучал термин «экологический менеджмент», причем подчеркивалось, что экологический менеджмент следует отнести к ключевой доминанте устойчивого развития одновременно к высшим приоритетам промышленной деятельности и предпринимательства.

Общие проблемы, связанные с системами экологического менеджмента и основных направлений ее развития нашло отражение в трудах таких известных отечественных и зарубежных ученых и специалистов: Лукьянихина В., Балацкого О., Погребного О., Андрейцева В., Кашенка А., Пахомовой Н., Ендреса А., Рихтера К., Галушкиной Т.

Однако, несмотря на широкий спектр исследований, касающихся системы экологического менеджмента, нужно отметить, что некоторые теоретические и практические аспекты этому вопросу в Таджикистане остаются еще недостаточно исследованными. В частности, это касается комплексного анализа факторов, которые замедляют распространение подходов системы экологического менеджмента в Таджикистане.

Основная цель устойчивого развития Таджикистана — обеспечение динамичного социально-экономического роста, сохранение качества окружающей среды и рациональное использование природно-ресурсного потенциала, удовлетворения потребностей современных и будущих поколений через построение высокоэффективной экономической системы, стимулирует экологическую устойчивость, производительный труд, научно-технический прогресс, а также имеет социальную направленность. Одним из ключевых инструментов обеспечения устойчивого развития является экологический менеджмент. Мировая практика показывает, что применение подходов систем экологического менеджмента позволяет организациям совмещать достижение целей основной производственной и природоохранной деятельности, обеспечивая тем самым экономическую эффективность и предотвращение

воздействия на окружающую природную среду [2, с. 96]. Именно в этом заключается сущность экологического менеджмента. Наиболее значительные достижения в решении экологических проблем промышленного производства за последние годы связывают именно с экологическим менеджментом — внутренне мотивированной инициативной деятельностью экономических субъектов, направленной на достижение их собственных экологических целей и задач.

В научных трудах ученых экологический менеджмент характеризуется как комплексная и многогранная деятельность [6, с. 148]. В широком понимании — это тип управления, принципиально ориентирован на формирование и развитие экологического производства и новой экологически качественной жизнедеятельности людей, с целью сохранения природной среды, обеспечения здоровья населения и экономного расходования ресурсов в контексте требований устойчивого развития. Определение экоманеджмента «в узком смысле» предусматривает выделение различных его аспектов, и характеристик. В частности, экологический менеджмент рассматривают как систему управления окружающей средой (система экологического менеджмента), часть общей системы управления, включающая организационную структуру, деятельность по планированию, обязанности, ответственность, опыт, методы, методики, процессы и ресурсы для разработки, осуществления и анализа экологической политики. Он охватывает планирование, управление и контроль всей деятельности предприятия по отношению к охране окружающей среды [10, с. 85]. Содержание и особенность экологического менеджмента больше всего проявляется в его принципах. В современной литературе дается немало принципов экологического менеджмента [3, с. 201]. Мы выделяем 5 важнейших принципов, которые обязательно должен учитывать стратегический экологический менеджмент (табл. 1).

Принципы экологического менеджмента

№	Название принципа	Содержание принципа
1	2	3
1	Экологическое мотивирование деятельности	Преимущественное использование средств мотивирования, направленных на решение экологических проблем. Административные или сугубо организационные средства управления, как свидетельствует практика, малоэффективны.
2	Опережение в решении проблем	В экологии многие процессы слишком быстро становятся необратимыми. Весь инструмент экологического менеджмента должен быть ориентирован на предупредительные меры возникновения кризисных ситуаций. Это в определенной степени должно проявляться в любом управлении, но для экологического менеджмента такой подход является наиболее важным
3	Целеустремленность, своевременность и последовательность	Экологический менеджмент не может быть эффективным, если он осуществляется по «размытым» и неопределенным целям без четкой стратегии, последовательности и своевременности решения задач. Цель экологического менеджмента должна включать те компоненты, которые отражают проблемы экологии и согласовывают их в системе общих проблем развития
4	Профессионализм	Заключается в необходимости специальной подготовки менеджеров, оперировании знаниями в области экологии. Профессиональная подготовка дает действующие установки управления и выделение приоритетов. Именно этого нам сегодня катастрофически не хватает
5	Ответственность	В современном управлении неразвита система ответственности за экологические последствия. Поэтому этот принцип является необходимым и обязательным

Необходимо отметить, что эти принципы могут и должны действовать только в системе взаимозависимости. Ведь каждый из них является дополнением и конкретизацией другого [9, с. 100].

Задачи экологического менеджмента заключаются в поиске новых путей и подходов к решению экологических проблем при производстве продукции. Система эко-менеджмента на предприятии составляет часть общепроизводственного менеджмента. Такая система перед внедрением должна пройти стадии разработки, утверждения и публичного декларирования экологической политики предприятия. Важно отметить, что на практике, внедренный на предприятии экологический менеджмент способен уже

на первых этапах своей реализации приводить к значительным экономическим результатам: экономии и сбережения сырья, материалов и энергетических ресурсов; снижение затрат на производство и потерь; повышения качества продукции (услуг); снижение экологических платежей [1, с. 170]. Экологический менеджмент направлен прежде всего на поиск экологически сбалансированных направлений развития производства, что должно стать импульсом к новым технологическим решениям и новым тенденциям во взаимодействии производства и природы. Но это возможно лишь в случае, если будут построены система и инструменты управления экологическими процессами, если управление будет ориентировано не на производство как таковое, а на экологическое производство, построенное на приоритетах обеспечения цивилизованной жизнедеятельности человека через обогащение природы, то есть через развитие тех качеств природы, которые позволяют человеку чувствовать себя частью этой природы, осуществлять гармонию своего развития в соответствии с развитием природы [4, с. 208]. На практике экологический менеджмент зависит от инициативы и личной заинтересованности руководства предприятия и его персонала в результатах деятельности предприятия и представляет систематическое совершенствование из года в год деятельность предприятия по предотвращению влияния производственных факторов на окружающую среду. Специфика эффективной практики экологического менеджмента заключается в том, что имитировать или фальсифицировать ее практически невозможно.

Целью экологического менеджмента является прежде всего решение конфликта между экономикой и экологией. Выделяют два основных направления стратегий: доминирование экономических целей и доминирования экологических целей (в рамках предприятия можно представить только теоретически). При доминировании экономической стратегии, экологические требования принимаются во внимание лишь в той мере, в какой этого требуют государственные законы и запреты. Этот подход еще называется защитной стратегией, то есть пассивный эко-менеджмент. Второй подход можно

охарактеризовать как наступающий, т. е. активный эко-менеджмент. Различают два варианта такой стратегии. В первом варианте экологические интересы доминируют над экономическими, тогда экономические интересы существенно ограничиваются. Вторым вариантом является комплиментарная стратегия. Она заключается в устранении противоречий между экономикой и экологией, процесс управления предприятием организуется так, чтобы экономика и экология взаимодополнялись. Именно на такой основе строится эколого ориентированное управление предприятием.

Деятельность в области охраны окружающей природной среды и использование природных ресурсов должно регулироваться стандартами. Действие этих стандартов распространяется на управление окружающей средой с целью обеспечения экономических субъектов необходимыми инструментами и механизмами управления окружающей средой для достижения экологических и экономических целей. Системы экологического менеджмента регламентируются международными стандартами ISO серии 14000. Официально все стандарты ISO являются добровольными [7, с. 54]. Они могут утверждаться в качестве обязательных на национальном уровне или в пределах отдельных предприятий, организаций. На организационном — через улучшение экологического «поведения» корпораций, национальном — через создание существенного дополнения к национальной нормативной базе и компонента государственной экологической политики; международном — через улучшение условий международной торговли. Эта система стандартов не оперирует такими понятиями, как концентрация веществ, объем выбросов, технологии очистки, а непосредственно занимается вопросами разработки и внедрения системы экологического менеджмента на предприятии, включает в себя такие аспекты, как подготовка документов, назначение ответственных за определенные области экологической деятельности человека, экологическая политика предприятия. В Таджикистане международные стандарты ISO серии 14000 были приняты как национальные еще в 1998 г. Однако они еще не получили достаточно широкого распространения.

Список литературы:

1. Галушкина Т.П. Экономические инструменты экологического менеджмента: Теория и практика. — Одесса. 2000. — 280 с.
2. Дайман С.Ю. Системы экологического менеджмента в Российской Федерации. — М.: Мир. 2014. — 143 с.
3. Коротков Э.М. Концепция российского менеджмента: учеб. пособ. — М.: ДеКА, 2004. — 801 с.
4. Лукьянихин В.А., Петрушенко Н.Н. Экологический менеджмент: принципы и методы: Монография / Под научн. ред. В.А. Лукьянихина. — Сумы: ИТД «Университетская книга», 2004. — 314 с.
5. Папченков В.Г. Экосистемы мира. М.: Наука. 2013. — 305 с.
6. Пахомова Н.В. Экологический менеджмент. СПб.: Питер, 2003. — 544 с.
7. Пашков Е.В. Международные стандарты ИСО 14000. Основы экологического управления. — М.: ИПК Издательство, 1997. — 254 с.
8. Программа действий «Повестка действий на XXI век» / [пер. с англ.: ВОО «Украина. Повестка дня на XXI век» и институт устойчивого развития]. — К.: Интелсфера, 2003. — 335 с.
9. Constructing Sustainable development. — N.-Y.: State University of New York Press, 2000. — 192 p.
10. Hopfenbeck W. Lexicon des Umvaltmanagements / W. Hopfenbeck, A. Jash. — Landsberg; Leschs, 1996. — P. 85.

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА В ТАДЖИКИСТАНЕ

Каримов Манучехр

*магистрант кафедры «Менеджмент» экономического факультета РУДН,
РФ, г. Москва*

Медведев Юрий Викторович

*научный руководитель, канд. психол. наук, доц. кафедры «Менеджмент»
экономического факультета РУДН,
РФ, г. Москва*

В последние годы наблюдается усиление требований к законодательству, возникает необходимость разработки новых подходов к экологическому управлению, совершенствование мер по охране окружающей среды на предприятиях. Учитывая экологические проблемы, которые существуют в Таджикистане, вопрос о необходимости учета требований устойчивого развития в системе «человек — хозяйственная деятельность — окружающая природная среда» остается чрезвычайно актуальным.

В Таджикистане не разработано единой комплексной системы законодательства об экологическом менеджменте, при этом положение относительно экологического менеджмента содержится в многочисленных нормативно-правовых актах, в частности природоохранных нормативно-правовых актах — экологических (например в законе Таджикистана «Об охране природы», «Об охране и использовании животного мира», «О недрах», «Об охране атмосферного воздуха» и др.), в природоресурсных нормативно-правовых актах (например в «Земельном Кодексе», «Водном Кодексе», «Лесном Кодексе»), нормативных актах других отраслей законодательства (Закон «Об обеспечении санитарно-эпидемиологической безопасности населения», «О транспорте», «О радиационной безопасности» и др.).

Применение в Таджикистане экологического менеджмента свидетельствует о том, что действующая система экономических регуляторов не способна побудить природопользователей к внедрению экологического

предпринимательства. Практический опыт, накопленный за последние годы, позволяет указать на основные факторы, которые замедляют распространение подходов системы экологического менеджмента в Таджикистане. Отметим, что существуют как отраслевые, так и региональные особенности проявления этих проблем, но в целом их можно причислить к таким категориям:

1. Экономическая нестабильность из-за экономического кризиса. Слабое продвижение экологических стандартов обусловлено прежде всего экономическими проблемами. Руководителю предприятия очень сложно в условиях «выживания» понять роль и значение комплексного подхода к охране окружающей среды и уделять внимание экологическому фактору, что является важной составляющей бизнеса. Мотивом для избрания системы экоменеджмента может быть желание улучшить отдельные характеристики производственного процесса, так и общее состояние предприятия. Например: улучшение экологических и техникоэкономических показателей, повышение уровня профессиональной и экологической безопасности, расширение рынка сбыта продукции, в том числе и ее экспорта, обеспечения устойчивого развития предприятия. Выбирая этот путь развития, производители добровольно берут на себя дополнительные обязательства по улучшению эколого-экономической работы предприятия. Эти обязательства, с одной стороны, становятся одними из основных требований к производственному процессу и деятельности предприятия, а с другой — способствуют обеспечению долговременного гармоничного развития предприятия и получению ряда конкурентных преимуществ. При построении систем менеджмента ответственность за определение политики в области качества, охраны окружающей среды и профессиональной безопасности, а также за принятие решений относительно инициирования, разработки, внедрение, поддержание в рабочем состоянии и развития системы экологического менеджмента несет руководство предприятия. Согласно этому, именно глубокая убежденность и мотивированность высшего (стратегического) уровня менеджмента в отношении важности и целесообразности создания интегрированной системы экологического

менеджмента является определяющей предпосылкой ее дальнейшего эффективного функционирования.

2. Низкий уровень общего менеджмента на предприятиях. Система экологического менеджмента тесно связана с системой менеджмента организации в целом и должна быть ее составной частью. Международные стандарты предусматривают, что внедрение системы экологического менеджмента осуществляется в определенном организационном контексте. Определяется миссия организации, формируется иерархия целей и задач, осуществляется систематическое планирование, разрабатываются и фиксируются процедуры. В то же время, для большинства предприятий многие из перечисленных понятий являются новыми и необычными. Кроме того, для промышленности Таджикистана в целом характерен низкий уровень менеджмента, что проявляется прежде всего в недостаточном использовании современных подходов к планированию и анализу результативности, невнимательности к мотивации персонала, формализованном подходе к его обучению. Создание системы экоманеджмента в многих случаях также изначально рассматривается как реорганизация работы отдела по охране окружающей среды. К тому же, создание эффективной системы экоманеджмента требует принципиального решения высшего руководства о важности такой системы для предприятия, его дальнейшего участия в ее внедрении, а также в определенной степени развития системы менеджмента в целом. Кроме того, необходимо привлечение всего персонала в экологическую деятельность организации, инвестиции в его развитие. Успех экологической стратегии предприятия во многом зависит от того, насколько руководство предприятия сумеет морально и материально заинтересовать сотрудников в ее реализации. Для решения этой проблемы необходимо повышать экологическую сознательность работников путем внедрение на предприятиях экологического образования, которое можно осуществлять через обучение на специализированных курсах, участие в семинарах-тренингах, а также путем обучения с помощью приглашенных специалистов [1, с. 105].

Такая ситуация, безусловно, создает трудности для внедрения системы экологического менеджмента на предприятиях. В то же время, именно с этим связан значительный потенциал для снижения воздействия на окружающую среду с использованием организационных и малозатратных мероприятий. Например, разработка и соблюдение специальных процедур обращения с опасными веществами реально приводит к предотвращению или сокращению влияния таких на окружающую среду и персонал предприятия, а в ряде случаев способствует снижению себестоимости продукции. Кроме того, внедрение экологического менеджмента предоставляет предприятию возможность на примере решения природоохранных проблем испытать современные подходы к менеджменту, закладывая базу для создания системы менеджмента качества.

3. Неоправданно «узкое» понимание экологической деятельности предприятия и системы экологического менеджмента. В большинстве случаев экологическая деятельность предприятий рассматривается исключительно как деятельность природовоспроизводственная. Безусловно, внедрение и эксплуатация природозащитных технологий является неотъемлемой частью экологической деятельности, однако во многих случаях превентивный подход, основанный на систематическом анализе производственного процесса как единого целого, может привести к гораздо более продуктивным решениям. Так, оптимизация существующих технологических процессов, сокращения потерь могут потребовать относительно небольших затрат, приведя в итоге как к снижению воздействия на окружающую среду, так и к получению экономического эффекта.

4. непонимание сути стандартов в сфере системы экоменеджмента. Определенные трудности составляет понимание самой природы добровольных стандартов и их соотношение с методами государственного регулирования. Руководители предприятий нередко рассматривают стандарты ISO серии 14000 как еще один инструмент государственного регулирования, который будет введен в действие. Поэтому значительное внимание должно уделяться не только распространению сведений принципов и конкретных элементов

экоменеджмента, но и разъяснению их добровольного направления. Кроме того, стандарты в сфере экоменеджмента предусматривают инструмент, что позволяет эффективно организовать учет и соблюдение предприятиями требований регулирующих органов.

Таким образом, система экоменеджмента направлена на изменение современного социально-экономического развития в совершенно новом направлении экологической политики и создание предпосылок для функционирования модели устойчивого и экологически безопасного развития. Она открывает новые возможности и способствует своевременному обеспечению природными ресурсами, инновационному процессу и получению прибыли от повышения эффективности управленческой деятельности.

Экологический менеджмент способен сыграть исключительную роль при решении экологических проблем в процессе перехода Таджикистана на принципы устойчивого развития. Подходы экологического менеджмента могут эффективно применяться в Таджикистане, если их внедрение будет осуществляться с учетом специфики конкретных предприятий и организаций, местных условий и характерных проблем. Основой концепции экологического менеджмента является представление о взаимодействии организации с окружающей средой, в которой она функционирует. При этом внимание уделяется не только окружающей среде или исключительно экономическом (поставщики и потребители), но и социальной среде. Ее образуют заинтересованные стороны, представляющие различные сектора общества. Это, в частности, государственные органы, к компетенции которых относится регулирование тех или иных аспектов деятельности предприятия, а также широкая общественность, в частности местное население и неправительственные организации. Эффективное функционирование системы экологического менеджмента требует взаимодействия всех сторон. Поэтому существенные усилия должны быть направлены на развитие общественного диалога на разных уровнях. Результаты внедрения подходов системы экологического менеджмента на промышленных предприятиях, ожидания заинтересованных

сторон, возможности поддержки и распространения положительного опыта в свою очередь становятся предметом диалога на региональном и национальном уровнях. В перспективе, мероприятия, которые проводятся на государственном уровне в сочетании с тенденциями на рынке, повышение уровня сознания и культуры ведения бизнеса современных руководителей приведут к тому, что таджикские предприятия будут широко применять принципы экологического менеджмента, которые является очень важной составляющей, которая обеспечивает устойчивое развитие не только предприятий, но и всего общества.

Список литературы:

1. North K. Environmental business management: An introduction / K. North. — 2 ed. — Geneva: International Labour Office, 1997. — 205 p.

ПРОБЛЕМА СООТВЕТСТВИЯ ОБСЛУЖИВАНИЯ В ГОСТИНИЧНОМ ПРЕДПРИЯТИИ НАЦИОНАЛЬНЫМ СТАНДАРТАМ

Клепикова Екатерина Александровна

*студент Елецкого государственного университета им. И.А. Бунина,
РФ, г. Елец*

Скроботова Ольга Владимировна

*научный руководитель, канд. филол. наук Елецкого государственного
университета им. И.А. Бунина,
РФ, г. Елец*

«Золотое» правило обслуживания гласит: гостей следует обслуживать так, как бы вы хотели, чтобы обслужили вас. «Знать, чтобы предвидеть, предвидеть, чтобы управлять» [2, с. 18].

Для того чтобы преуспевать в гостиничном бизнесе, успешно конкурировать с производителями гостиничных услуг, соответствовать ожиданиям потребителей этих услуг, гостиничному предприятию необходимо следовать стандартам обслуживания.

Стандарты обслуживания — это свод правил обращения с клиентом. Стандарты должны гарантировать, что такое обращение будет обеспечиваться на высшем уровне, каждому гостю будет гарантирована реакция на его запрос, а также удобство обслуживания, и, наконец, то, что компания готова гарантировать компетентность услуг, которые она предоставляет.

Исходя из этого, необходимо разрабатывать стандарты обслуживания для каждого предприятия в отдельности, учитывая международные и национальные требования. Стандарты должны быть гибкими и отражать пожелания клиентов, особенно постоянных, а также соответствовать концепции предприятия. Под стандартами подразумевается не только правильная технология обслуживания гостей, но и отношение персонала к своей работе, т. е. к гостям.

Часто причиной заведомо неудачного обслуживания в отеле является не отсутствие какого-либо дорогого оборудования и недостаточный лоск интерьера, а «ненавязчивый» сервис, поэтому каждая гостиница должна иметь свой собственный кодекс нормативов, касающихся:

- поведения;
- внешнего вида;
- технологического процесса;
- знания иностранного языка в рамках профессии;
- знания концепции гостиницы и ее структуры.

В гостиничном бизнесе важно, чтобы клиент чувствовал себя психологически комфортно и чтобы ему не передавались негативные эмоции.

На современном рынке гостиничных услуг работают и гостиничные цепи, международные и российские, и независимые гостиницы. Стандарты гостиничных цепей выше стандартов, так называемых независимых гостиниц, поэтому клиентов, которые посещают заведения своей любимой системы, привлекает предсказуемость, то есть всегда одинаковое качество оказываемых услуг. Здесь поддержанию высокого уровня качества услуг способствуют обучающие программы, применяемые в гостиничных цепочках по всему миру, такие программы призваны подчеркнуть значимость корпоративных стандартов и их прямую взаимосвязь с ростом удовлетворенности гостей. Стандарты многих известных гостиничных цепочек определяют, что персонал должен быть: коммуникабельным, доброжелательным, обладать приятной внешностью, уметь работать в коллективе.

К основным стандартам в сфере гостиничной деятельности в РФ относятся:

- ГОСТ 30335-95/ГОСТ Р 50646-94 «Услуги населению. Термины и определения» от 12 марта 1996 г. № 164, от 21 февраля 1994 г. № 34;
- ГОСТ Р 52113-2003 «Услуги населению. Номенклатура показателей качества» от 28 июля 2003 г. № 253-ст.;
- ГОСТ Р 51185-2008 «Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования» от 18 декабря 2008 г. № 518-ст.;
- ГОСТ Р 53423-2009 «Туристские услуги. Гостиницы и другие средства размещения туристов. Термины и определения» от 3 ноября 2009 г. № 496-ст.;

- ГОСТ Р 50764-2009 «Услуги общественного питания. Общие требования» от 3 ноября 2009 г. № 495-ст.;

- ГОСТ Р 50681-2010 «Туристские услуги. Проектирование туристских услуг» от 30 ноября 2010 г. № 580-ст.

«Стандарт — документ, в котором в целях добровольного многократного использования устанавливаются характеристики продукции, правила осуществления и характеристики процессов проектирования (включая изыскания), производства, строительства, монтажа, наладки, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации и утилизации, выполнения работ или оказания услуг» [1, с. 4].

Стандарт также может содержать правила и методы исследований (испытаний) и измерений, правила отбора образцов, требования к терминологии, символике, упаковке, маркировке или этикеткам и правилам их нанесения.

Не так давно вопрос о качестве обслуживания гостей встал и в нашем городе. Связано это, прежде всего с развитием в городе Ельце туристско-рекреационного кластера. В связи с этим в Ельце растёт количество гостиничных предприятий.

Сегодня в городе наиболее крупной является гостиница «Интурист Елец», успешно работающая в Ельце со 2 июня 2008 года. Данная гостиница входит в российскую цепь. Можно сказать, что секретом успешной деятельности всех гостиниц цепи, в том числе и «Интурист-Елец», является соблюдение основных стандартов, как национальных, так и внутренних.

В гостинице «Интурист Елец» используются такие стандарты, как:

- система классификации гостиничных и других средств размещения — утверждённая Приказом Ростуризма № 86 от 21.07.2005 г.;

- ГОСТ 51185-98. Туристические услуги. Средства размещения. Общие требования.

- ГОСТ Р 50764-2009 «Услуги общественного питания. Общие требования» от 3 ноября 2009 г. № 495-ст.

Чтобы обслуживание отвечало ожиданиям гостя, для этого руководство гостиницы разрабатывает внутренние стандарты обслуживания.

В гостинице «Интурист-Елец» разработан индивидуальный внутренний стандарт обслуживания гостей, в отличие от других гостиничных предприятий города, таких, как гостиница «Лада», отель «Базилик», которые не используют национальных стандартов в своей деятельности.

Стандарт обслуживания можно представить в виде 2 групп:

- общие стандарты обслуживания;
- стандарты работы служб и подразделений.

Стандарты, обязательные к выполнению всеми работниками гостиницы, это:

- внешний вид;
- поведение персонала;
- обслуживание гостей;
- правила телефонных коммуникаций;
- поведения в конфликтных и чрезвычайных ситуациях.

Ведь при любом нарушении, например, неуважительное отношение, неопрятный вид и др. гость может обратиться с жалобой по несоблюдению установленных стандартов к руководству гостиницы. Но как работник может о них знать, если его предприятие не использует в своей работе никаких стандартов, законов и других законодательных документов. Тем самым это является нарушением работы предприятия, недобросовестным отношением самих хозяев к законам РФ.

Отсутствие профессиональных стандартов и технологий обслуживания — отрицательная черта большинства российских гостиниц. Однако существует достаточное количество консалтинговых фирм, готовых помочь разработать стандарты, технологии и обучить персонал, а также регулярно предлагать повышение квалификации на разнообразных семинарах. ЕГУ им. И.А. Бунина готов сегодня предоставить услуги по разработке внутренних стандартов, подготовке кадров для предприятий сферы гостеприимства города Ельца.

Таким образом, разработка стандартов обслуживания — вопрос актуальный сегодня для нашего города.

Список литературы:

1. Федеральный закон от 27.12.2002 № 184-ФЗ (ред. от 23.06.2014) «О техническом регулировании».
2. Руденко Л.Л., Овчаренко Н.П., Косолапов А.Б. Технологии гостиничной деятельности: Учебное пособие для бакалавров — М.: «Дашков и К», 2014. — 176 с.

СОЦИАЛИЗАЦИЯ БИЗНЕСА И СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ СОВРЕМЕННЫХ КОРПОРАТИВНЫХ ОБЪЕДИНЕНИЙ

Кострюкова Яна Андреевна

*студент Финансового университета при Правительстве РФ,
РФ, г. Москва*

Морозюк Юрий Витальевич

*научный руководитель, д-р психол. наук, проф. Финансового университета
при Правительстве РФ,
РФ, г. Москва*

Социальная ответственность является одним из факторов успешного развития бизнеса. Инициативы компаний в этом направлении высоко ценятся заинтересованными группами, а также во многом определяют успешность деловой активности. Тема социализации бизнеса и социальной ответственности современных корпоративных объединений связана с тем, что данная тема в современном обществе находится в центре внимания: формулируются правила и условия ведения бизнеса, его взаимодействие с экономикой и социальной сферой. В условиях развивающейся экономики, роста производства, активного выхода отечественных компаний на международный рынок необходима продуманная социальная политика бизнеса и социальной сферы.

Социальная ответственность бизнеса, или корпоративная социальная ответственность, — это обязательство корпораций осуществлять добровольный вклад в развитие общества, включая социальную, экономическую и экологическую сферы, принятое компанией сверх того, что требует закон и экономическая ситуация. Все виды ответственности (экономическая, правовая, экологическая, филантропическая, этическая) определяют облик (имидж) компании при ее рыночном позиционировании. Компании пытаются создать себе имидж, репутацию социально ответственных компаний, они стараются оправдать общественные ожидания в отношении своей продукции или услуг и одновременно формируют высокие общественные стандарты, повышают качество и уровень жизни в стране [3, с. 26].

Социальная ответственность корпоративных объединений — это система добровольных взаимоотношений между работником, работодателем и обществом, направленная на совершенствование социально-трудовых отношений, поддержание социальной стабильности в трудовом коллективе и окружающем сообществе, развитие социальной и природоохранной деятельности на национальном и международном уровнях. Социальная ответственность корпоративных объединений подразумевает активное участие корпораций в жизни общества, направленное на улучшение этой жизни и решение социально-экономических проблем общества, одновременно согласующееся с коммерческими интересами компании.

Для современного бизнеса наличие социальной ответственности становится выгодным: происходит мотивация персонала, возникает поддержка клиентов и одобрение партнеров по бизнесу.

Можно сказать, что современные компании не могут развиваться, не взаимодействуя с социальной сферой: с каждым днем увеличивается количество гражданских объединений, инициативных групп, общественных организаций, формирующих общественное мнение и активно воздействующих на бизнес. Социальная ответственность корпоративных объединений в современных условиях способствует устойчивости экономического развития, улучшению благосостояния общества.

Исследователи в сфере экономики и бизнеса разработали в 2008 г. Индекс корпоративной социальной ответственности (CSRI). Данный показатель был выведен Reputation Institute совместно с Boston College Center for Corporate Citizenship (BCCCC). Его целью стало оказание реальной помощи специалистам в социальной ответственности, корпоративном гражданстве и устойчивом развитии.

CSRI отражает общественное восприятие в трех направлениях: корпоративном гражданстве, корпоративном управлении и корпоративной культуре. В ходе изучения репутации более 150 компаний в США Reputation Institute и BCCCC ежегодно определяют ключевые факторы, влияющие

на формирование корпоративной репутации, а также вклад инициатив в области корпоративной социальной ответственности в повышение доверия со стороны потребителей [1, с. 97].

Социальная активность современных корпоративных объединений может проявляться как на внешнем, так и на внутреннем уровнях. Во внешней среде компании взаимодействуют с органами власти, государственными структурами и общественными организациями для решения общих социальных проблем, с поставщиками и покупателями. На этом уровне решаются вопросы спонсорства и благотворительности. Внутренняя сфера социальной ответственности корпоративных объединений предполагает решение вопросов управления развитием персонала, здоровья и безопасности на рабочем месте, дополнительного медицинского и социального страхования; экологической политики и использования природных ресурсов.

Социальная активность компаний имеет множество проявлений и форм. В зависимости от специфики бизнеса, можно сосредоточиться на улучшении условий труда персонала, заняться развитием социально значимых услуг или товаров, уменьшить либо устранить загрязнения окружающей среды, поддерживать спортивные и общественные мероприятия и инициативы и т. д. В то же время забота об общественно важных делах не должна носить неорганизованный характер. Очень важно, чтобы такая деятельность стала неотъемлемой и публичной частью бизнеса. Чрезмерная активность может вызвать обратный эффект и расцениваться как желание предприятия себя прорекламирровать. Также важно, чтобы организация не была вовлечена в громкие скандалы и сомнительные акции [5, с. 62].

Социальная ответственность должна быть соответствующим образом организована. В основе ее организации лежит система, под которой можно понимать совокупность взаимосвязанных видов ответственности, представляющих собой целостное образование по критериям цели организации, ее внутренней и внешней среды. Эта система должна иметь организационное

оформление, т. е. каждый из видов ответственности должен обладать определенным организационным статусом.

В настоящее время не все организации ставят в приоритеты стратегического развития социальную активность. Ряд компаний лишь создают видимость взаимодействия с социумом: стараются «откупиться», не выполняют на практике данных обещаний и т. д. Лишь концептуальный подход дает возможность быть наиболее эффективным в благотворительной деятельности. Вложение средств в развитие бизнеса и социальные проекты должны быть в любой организации взаимосвязаны. Чувство долга, если оно достаточно развито, не позволяет уходить от ответственности. Это позиция человека относительно ответственности за свое дело, свои функции, свою работу. И это также касается не только отдельной личности. Можно рассматривать обобщенное проявление чувства долга в организации. Оно характеризует состав персонала, является одной из характеристик человеческого капитала организации.

Эксперты утверждают, что стремительно увеличивается количество предприятий, оценивающих свое участие в социальных инициативах через призму конкретных деловых интересов. Наиболее привлекательные направления — исследовательские проекты и развитие новых технологий. Несмотря на важнейшую роль социально активных корпораций в изменении жизни к лучшему, крупнейшие вложения делают все же не они.

Среди целевых направлений лидирует религия. Более скромные суммы направляются на образовательные цели, проекты социальной защиты и оздоровительные программы. Максимальный рост по привлеченным финансовым ресурсам демонстрируют искусство, культура и образование [2, с. 55].

В социальной активности корпоративных объединений не имеет значение размер финансовых вложений. Важный аспект в этом направлении — планомерная деятельность, организованное управление ею. Только в этом

случае повышается репутация и рейтинг компании, что способствует успешному развитию бизнеса.

В нашей стране концепция социальной активности корпоративных объединений развивается медленно, особенно в регионах. Наибольшую активность проявляют крупные компании.

Таким образом, социализация бизнеса и социальная ответственность корпоративных объединений в условиях рыночной экономики приобретает большое значение. Они должны проявляться в основных принципах менеджмента и являться фактором его эффективности. Только в этом случае рыночная экономика может быть действительно социально ориентированной.

Реализация социальной ответственности возможна лишь тогда, когда она не просто декларируется, а входит в организацию менеджмента как мотивационный и ограничительный фактор, как средство достижения успеха и критерий оценки бизнеса.

Список литературы:

1. Зарецкий А.Д., Иванова Т.Е. Корпоративная социальная ответственность: мировая и отечественная практика: Учебное пособие. — Краснодар: Просвещение-Юг, 2013.
2. Корпоративная социальная ответственность: управленческий аспект: монография. / Под общ. ред. И.Ю. Беляевой, М.А. Эскиндарова. — М.: КНОРУС, 2011.
3. Корпоративная социальная ответственность: Учебник. / Под ред. Э.М. Короткова. — М.: Юрайт, 2013.
4. Морозюк Ю.В., Морозюк С.Н. Человеческий фактор в управлении социально-экономическими системами: Монография. — М: Финакадемия, 2009. 184 с.
5. Петрунин Ю.Ю. Корпоративная социальная ответственность в современной России: проблемы институционализации. // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 21. Управление (государство и общество). — 2012. — № 1.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОСНОВНЫХ ФАКТОРОВ ПРОЦЕССА АДАПТАЦИИ ПЕРСОНАЛА БАНКА

Лауес Бассем

*магистрант кафедры «Менеджмент» экономического факультета РУДН,
РФ, г. Москва*

Медведев Юрий Викторович

*научный руководитель, канд. психол. наук, доц. кафедры «Менеджмент»
экономического факультета РУДН,
РФ, г. Москва*

Современные исследования выделяют в процессе адаптации два его аспекта — это профессиональная адаптация и социальная [3, с. 248].

Профессиональная адаптация определяет возможности быстреего «вхождения» в должность нового сотрудника. В процессе данной деятельности он получает дополнительные знания и навыки, которые ему потребуются в данной работе в банке. При этом следует отметить, что работник получает в большей степени не профессиональные умения, а приобретает общее представление об их организационном аспекте. Профессиональную адаптацию можно считать законченной в том случае, когда сотрудник на основе полученных умений демонстрирует их уровень, отвечающий критериям, предъявляемым к данной должности.

Рассматривая процесс социальной адаптации, необходимо отметить, что — это процесс привыкания работника к тем нормам взаимоотношений, навыкам взаимодействия, корпоративной культуре, которые присущи внутренней среде определенного банка. Эффективность прохождения социальной адаптации определяется показателями социального поведения работника в новой среде [3, с. 249].

Адаптационные процессы, независимо от вида адаптации, достаточно субъективны. В зависимости от психологического типа, возраста сотрудника, его профессиональной подготовки период адаптации может достаточно сильно варьироваться.

Более широкий аспект градации адаптационных мероприятий работников банка и кроме профессиональной адаптации, можно рассматривать следующие виды адаптации: профессиональная — совершенствование профессиональных способностей; психофизиологическая — освоение совокупности всех условий, оказывающих различное психофизиологическое воздействие на работника во время труда; социально-психологическая — приспособление работника к руководителю, коллективу и организации, включение его в систему взаимоотношений членов коллектива с его традициями, нормами жизни, ценностными ориентациями; организационно-административная — усвоение работником особенностей организационного механизма управления, понимание места и роли своего подразделения и должности в общей системе целей и в организационной структуре; экономическая — знакомство с экономическим механизмом управления организацией, системой экономических стимулов и мотивов, привыкание к новым условиям оплаты своего труда и различных выплат; санитарно-гигиеническая — освоение работником требований трудовой, производственной и технологической дисциплины, правил трудового распорядка, санитарных и гигиенических норм [4, с. 193].

По направлениям можно рассматривать следующие виды адаптации: социально-организационная — освоение сотрудниками корпоративной культуры, норм и правил поведения, осознание своего места в структуре; социально-организационная — вхождение в коллектив, принятие, традиций, нор и ценностей; профессиональная — овладение работником системой профессиональных знаний и навыков, освоение особенностей и нюансов профессии. А по уровню: первичная — адаптация сотрудника, впервые поступившего на работу в организацию; вторичная — адаптация сотрудника при переводе на другую должность в своей организации [4, с. 112].

Адаптационные мероприятия осуществляются с помощью определенных методик. При этом следует отметить, что единой методики адаптации не существует. И так можно считать следующие подходы к их классификации, метод неформального сопровождения. В этом случае работником отдела

персонала осуществляется неформальное курирование нового сотрудника. Данный метод эффективен в том случае, если проводятся целенаправленные адаптационные мероприятия. В иных случаях такая методика непродуктивна; метод проведения мероприятий. Осуществление корпоративных мероприятий (с учетом определенного повода), где в неформальной обстановке новичок знакомится с требованиями корпоративной культуры, формами взаимодействия между работниками и другие; метод корпоративного PR. Это разработка справочника, кодекса корпоративной этики, где затрагивается ряд аспектов, связанных с деятельностью персонала; командный тренинг. Метод, используемый достаточно редко, в устоявшемся коллективе; проведение инструктажа в структурных подразделениях банка; формирование папки нового сотрудника. Осуществляется подборка материала, связанного с деятельностью банка, и выдается новому работнику [5, с. 181].

Важным аспектом адаптации работника банка являются определенные факторы, которые следует учитывать при ее проведении.

Адаптационные факторы — это определенные субъективные и объективные обстоятельства, оказывающие влияние на процесс адаптации сотрудника. Так как адаптационные процедуры — это двусторонний процесс, то здесь участвуют, с одной стороны, работник, с другой — предприятие. Поэтому можно говорить о факторах, влияющих на работника и факторах, влияющих на организацию [7, с. 6].

Личностные факторы являются более устойчивыми, так как на работу приходит человек с уже относительно устоявшимися личностными характеристиками, которые оказывают влияние на аттестационные мероприятия по вполне предсказуемому сценарию.

Поведенческие факторы сотрудника в период адаптации менее предсказуемы, так как новая социальная среда, новые формы взаимоотношений, непривычные требования могут оказать достаточно сильное влияние на его поведенческие характеристики.

На уровне дискуссий остается обсуждение таких факторов, оказывающих влияние на адаптационные процессы, как возраст, уровень квалификации, уровень образования, гендерная принадлежность, общий социальный статус сотрудника.

Важным фактором адаптации, относящимся к организации, является формирование эффективного механизма самой системы адаптации. Здесь должны быть учтены особенности ожиданий сотрудников, пришедших на работу в банк, формы взаимосвязи между структурными подразделениями, в том числе и с отделом персонала.

Кроме того, на адаптационные процедуры оказывают существенное влияние ряд факторов, связанных с элементами влияния вредных факторов на работника — освещение, уровень шума, наличие неприятных запахов этот фактор может и отсутствовать, уровень температуры в помещениях и т. д. Здесь же имеют место и такие социально-производственные факторы как сотрудники, вызывающие неприятие, общий порядок или беспорядок в офисных помещениях, беспорядок на столах коллег и пр. [6, с. 238].

Исследуемые факторы, влияющие на эффективность системы адаптации, указывают на то, что при разработке адаптационных мероприятий, следует учитывать ряд аспектов: различия между новым и старым местом работы; возможности организации, в нашем случае банка; противоречия между профессиональным уровнем сотрудника и общей политикой по управлению персоналом; психологическая совместимость работников, которые по ряду причин должны работать очень близко [1, с. 85].

Подходы к пониманию и определению тенденций и перспектив развития персонала рассматриваются достаточно широко и своеобразно.

Прежде всего, системы адаптации анализирует факторы, оказывающие влияние на тенденции развития системы управления персоналом в целом по России, исследование указывает на пять основных предпосылок, определяющих развитие персонала на перспективу сокращение численности населения страны. В результате данной тенденции экономика страны будет

ощущать проблему нехватки квалифицированных кадров; изменения, происходящие в глобальной экономике. Появления в стране большого количества иностранных представительств крупных корпораций повлечет за собой изменения модели управления; темпы урбанизации страны. Наглядный пример — развитие мегаполисов; изменения климата и формирование дефицита ресурсов повлекут за собой изменение моделей бизнеса, что, в свою очередь, изменит формы управления персоналом; высокий уровень развития технологий позволит упростить организационные системы предприятия, в том числе и изменит структуру управления персоналом [1, с. 88].

Следует отметить, что не все исследователи исходят в своем анализе из вышеуказанных перспектив развития бизнеса и в том числе управления персоналом. Рассмотрим подробнее некоторые из них [2, с. 51].

Адаптация персонала является важным фактором эффективной деятельности предприятия, в нашем случае банка.

Адаптационные мероприятия строятся на определенных принципах и подходах с учетом различных процедур, осуществляемых в сфере управления персоналом в так называемый до-адаптивный период, включающий в себя ряд мероприятий таких как исследование рынка, планирование персонала, поиск источников подбора персонала.

Адаптационные процедуры осуществляются на основе определенных методик и с учетом ряда факторов, оказывающих воздействие на систему адаптации персонала.

Адаптационные мероприятия могут проводиться в различных формах, о которых было сказано выше [8, с. 12].

При исследовании тенденций и перспектив развития персонала были рассмотрены факторы глобального масштаба, которые оказывают влияние на управление персоналом. Также были рассмотрены модели и факторы, на основании которых, по мнению исследователей, произойдут позитивные изменения в системе управления персоналом.

Список литературы:

1. Головкина Н.Г. Адаптация персонала. — М.: Дело, 2010.
2. Дейнека А.В. Стратегия управления персоналом организации. — М.: Юнити, 2011.
3. Колпаков В.А. Кадровый менеджмент. — М.: ЮНИТИ, 2012.
4. Копейкин Г.К. Организация труда персонала. СПб: Питер, 2013.
5. Корнюшин В.А. Управление персоналом. Ростов-на-Дону: Феникс, 2013.
6. Лицарева Е.Ю. Управление персоналом. Томск. Изд-во Томгу, 2013.
7. Морозова Л.П. Методика формирования адаптационных процессов журнал БОСС. № 3. 2011.
8. Музыкаченко В.В. Мастер-класс по управлению персоналом. — М.: Юрайт, 2012.

ПОНЯТИЕ И СОСТАВНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ПРОЦЕССА АДАПТАЦИИ

Лауес Бассем

*магистрант кафедры «Менеджмент» экономического факультета РУДН,
РФ, г. Москва*

Медведев Юрий Викторович

*научный руководитель, канд. психол. наук, доц. кафедры «Менеджмент»
экономического факультета РУДН,
РФ, г. Москва*

Важным условием эффективного управления персоналом является его адаптация в новой организации, к новым требованиям в процессе выполнения работы, а также психологическая адаптация к изменившимся условиям труда как с предыдущим местом работы [5, с. 88].

Достаточно часто у новичков возникают необоснованные ожидания, связанные с идеализацией нового места работы, формируются далекие от реальной действительности планы, надежды относительно нового места работы.

Приходя в новую организацию, сотрудник имеет лишь общие представления о внутренней структуре организации, о ее слабых и сильных сторонах. И если ожидания работника оказались абсолютно не реализованными, это может привести к росту неудовлетворенности работой, невозможностью реализации потенциала сотрудника и, как крайний случай, все это в конечном итоге, приведет к увольнению работника. Отсюда — рост текучести кадров, формирование негативного имиджа организации [5, с. 91].

Формирование реалистичных ожиданий, организации информационного обеспечения новых сотрудников определяет необходимость использования такого направления в сфере HR, как адаптация персонала.

Вопрос адаптации персонала актуален в практическом менеджменте, но изначально он сформировался в системе научной организации труда. Исследователи по-разному подходят к пониманию данного феномена и, соответственно, весьма широко трактуют данное понятие [6, с. 29].

Так, например общее понятие «адаптация» рассматривает в контексте биологического подхода понятие адаптация изначально присутствует в естественнонаучных дисциплинах, рассматривающее возможности взаимодействия определенных функций организма с окружающей средой на уровне сосуществования и приспособления к ней. Данный термин был заимствован его для возможности трактовки и понимания определенных социально-экономических процессов, которые функционируют в обществе, рассматриваемые по аналогии с неким биологическим организмом [2, с. 77].

Адаптация персонала в новой организации рассматривается специалистами с позиций именно трудовой адаптации, как, адаптация персонала, это, прежде всего, возможность работника войти в должность, приспособиться к новым условиям труда, требованиям, предъявляемым к его должностным обязанностям, к его социальному поведению и прочим аспектах, определяющих деятельность организации [2, с. 78].

Однако, на наш взгляд, учитывая даже тот факт, что на новое место работы приходит уже достаточно сложившаяся личность, со своими ценностями и нормами жизни, ей все равно нужна и психологическая адаптация и время для приспособления к изменяющимся условиям его профессионального существования. Таким образом, говорить только о трудовой адаптации нового сотрудника — значит говорить о частичной адаптации. Нам же представляется проблема адаптации в более широком аспекте.

В связи с этим наиболее интересной представляется трактовка понятия адаптации как процесс действенного и результативного взаимодействия индивидуума с изменяющейся окружающей профессиональной средой при помощи определенных социальных методик. Базовым методом адаптационных процессов могут быть такие формы как приспособление к тем ценностям нового социума (определенной группы людей) к профессиональным интересам адаптируется сотрудник.

Поиск, прием сотрудника — процесс достаточно длительный и трудоемкий, поэтому чтобы он был результативным, на каждом предприятии

следует разработать свою структуру адаптации персонала. Следовательно, адаптация должна иметь определенные цели и задачи.

Сотрудники, которым трудно приспособиться к новым условиям, и чувствующие себя некомфортно, могут уволиться — это будет их реакция на процессы, которые происходят вокруг них, но они в них пока не участвуют; возможность сэкономить время и силы, так как программа адаптации которая должна быть разработана, прежде всего облегчить и ускорит процесс «внедрения» нового сотрудника в деятельность предприятия; формирование позитивного имиджа организации и положительных эмоций в процессе осуществления своей деятельности [7, с. 231].

Адаптация, как часть процесса управления персоналом, как процесс, имеет определенные характеристики. Адаптационные мероприятия охватывают могут охватывать определенную часть жизни человека; адаптация является следствием тех противоречий, которые возникают вследствие изменения статуса работника, вызванного изменениями в привычной для него среде. Работая длительное время на одном предприятии, работник становится его частью, в случае перехода его в другую организацию, он ощущает себя, по меньшей мере, гостем [1, с. 101].

При этом может наблюдаться неприятие таких изменений, как со стороны сотрудника, так и со стороны данной среды. Такие взаимодействия могут иметь следующие варианты: изменение сотрудника за счет окружающей его среды; возможность формирования благоприятной среды; возможность изменения окружающей социальной среды за счет воздействия на нее; вариант изменения двустороннего процесса адаптации за счет выхода из нее одной из сторон чаще всего, сотрудника. Адаптация — это субъективный процесс. Различные индивидуумы по-разному реагируют на одни и те же методики адаптационных процедур. Адаптация — это непрерывная деятельность, данный процесс может быть законченным только в случае, если окружающие условия вдруг окажутся статичными, не подверженные изменениям [9, с. 5].

Адаптационные процессы осуществляются на базе ряда принципов, определяющих практически все аспекты данной деятельности. Принципы формирования адаптационных процессов на предприятии можно их рассчитать, как: непрерывность — процесс адаптации осуществляется постоянно, так как сама организации находится в постоянном развитии, а, следовательно, меняются нормы, критерии оценки должности; прогрессивность — адаптационные методики не могут быть постоянными. В процессе развития организации, они также должны обновляться, варьироваться и совершенствоваться; перспективность — осуществление адаптационных мероприятий должно учитывать перспективы развития предприятия; комплексность — необходимо осуществлять адаптационные мероприятия в комплексе и с учетом факторов, которые влияют на адаптацию сотрудников; оперативность — решения, связанные с адаптационными процессами должны приниматься быстро и оперативно. В этом случае устраняются негативные факторы, влияющие на адаптацию персонала; оптимальность — при формировании программы адаптации и адаптационных процедур следует выбрать оптимальные варианты, которые будут наиболее эффективными при осуществлении процесса адаптации; простота — следует, насколько возможно, упростить адаптационные процедуры для работников; научность — разработка системы адаптации на предприятии должна основываться на достижениях науки в данной сфере деятельности; прозрачность — выстраиваемая система адаптации должна быть доступной для понимания, не должна быть перегружена профессиональной терминологией и профессиональным сленгом, быть логически выверенной; экономичность — формирование системы адаптационных мероприятий не должно быть дорогостоящим процессом. Затраты должны быть меньше, чем полученная прибыль за счет проведения адаптационных процедур; устойчивость — сформированная система адаптации должна быть четко сформулирована, чтобы на нее оказывали минимальное влияние факторы внутренней и внешней среды; согласованность — в процессе проведения адаптации все действия персонала должны быть согласованы

и четко скоординированы; гибкость — система адаптации должна быть сформирована таким образом, чтобы в процессе ее использования на любом этапе существовала возможность корректировки адаптационных процедур [4, с. 45].

Следует отметить, что сама система адаптации основывается на целом ряде подготовительных процедур, на которых следует остановиться подробнее.

Важным фактором здесь является исследование основных тенденций рынка труда, потенциальные представители которого в виде сотрудников будут осуществлять свою деятельность на конкретном предприятии и, соответственно, с учетом тенденций рынка труда будет выстраиваться система адаптации персонала [7, с. 226].

Исследование рынка труда осуществляется на базе решения следующих задач, определение тенденций функционирования рынка труда, с учетом анализа трансформаций ряда факторов, оказывающих достаточно сильное влияние на его состояние, таких как экономическое состояние региона, отрасли, предприятия, социально-политическая составляющая, национально-культурный аспект и т. д.; выявление реальной динамики занятости населения и перспективы ее развития; исследование мотивационных аспектов в поиске работы у реальных и потенциальных соискателей; исследование конкурентной среды; определение реального уровня оплаты труда по основным профессиям в регионе, отрасли или на конкретном предприятии; оценка рисков и возможностей на рынке труда в регионе, отрасли или при открытии нового предприятия [3, с. 144].

Формирование адаптационных мероприятий напрямую зависят от процесса планирования персонала с учетом его количественных и качественных характеристик. Процесс планирования персонала основывается на ряде принципов. Чтобы лучше определить выделяется следующие, вовлеченность сотрудников в подготовку плана по подбору персонала; непрерывность. Данный принцип определяется тем обстоятельством, что персонал постоянно пребывает в динамике. В связи с этим планирование

персонала является постоянно процессом, происходящим с некоторыми повторениями; принцип гибкости предполагает возможность внесения корректировки в принятые планы с учетом изменяющихся обстоятельств. Для этого, в процессе подготовки плана, учитывается возможность внесения изменений в допустимых объемах; принцип согласованности предполагает согласование плана по подбору сотрудников, как по горизонтали, так и по вертикали; принцип экономичности предполагает наличие финансовых возможностей для реализации плана по подбору персонала; одним из специфичных принципов планирования персонала является научный подход к формированию плана [8, с. 13].

Разработка системы адаптации должна учитывать такие факторы, как источники подбора персонала. Для внутренних источников должны формироваться мероприятия по вторичной адаптации сотрудников с учетом того, что сотрудников уже адаптирован к социальным процессам, происходящим в организации, и следствием его адаптации является только изменения статуса в сфере профессиональной деятельности.

При подборе персонала из внешних источников следует также руководствоваться тем фактом, что возможности профессиональной и социальной адаптации вчерашнего студента и сотрудника со стажем работы весьма различны.

Для сотрудника имеющего профессиональный опыт и опыт социального взаимодействия между работниками адаптационный процесс будет происходить в несколько другой форме, нежели у работника, впервые поступающего на работу. Исходя из этого, отдел по работе с персоналом должен учесть данные аспекты взаимодействия с персоналом при формировании системы адаптационных процедур. Адаптационные мероприятия должны быть направлены на адаптацию различных групп работников, при этом сохраняя основные требования, предъявляемые к системе адаптации [3, с. 123].

Основными формами подготовки и проведения адаптационных процедур на сегодняшний день являются: разработка положения об адаптации персонала;

разработка программы адаптации персонала; разработка программы для новичков «Я могу, я хочу» используемой для знакомства с новым местом работы и возможностями сотрудника на данном предприятии; разработка положения о наставничестве; формирование программы наставничества; осуществление процессов взаимодействия с наставником; Разработка и использование адаптационных тренингов типа «Welcome-тренинг»; проведение дополнительных тренингов с помощью профессионального бизнес-тренера; использование возможностей коучинга.

Важной характеристикой адаптационных процессов является их формирование с учетом определенных критериев, таких классификация по видам, методики. Именно на этих аспектах адаптации остановимся более подробно.

Список литературы:

1. Головкина Н.Г. Адаптация персонала. — М.: Дело, 2010.
2. Дейнека А.В. Стратегия управления персоналом организации. — М.: Юнити, 2011.
3. Евдокимов В.В. Управление персоналом. Волгоград. Изд-во Волгу, 2011.
4. Зорова А.А. Современные программы адаптации сотрудников в сфере туризма, журнал Гостиницы и туризм № 6. 2012.
5. Корнюшин В.А. Управление персоналом. Ростов-на-Дону: Феникс, 2013.
6. Коханов Е.Ф. Отбор персонала и введение в должность. — М.: Дело, 2011.
7. Коханов Е.Ф. Отбор персонала и введение в должность. — М.: Дело, 2009.
8. Музыченко В.В. Мастер-класс по управлению персоналом. — М.: Юрайт, 2012.
9. Сухорукова Е.В. Программы адаптации персонала в сфере гостеприимства журнал БОСС. № 2. 2011.

ВОВЛЕЧЕНИЕ ПЕРСОНАЛА КАК СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ

Абанова Анна Владимировна

*студент 4 курса, кафедра управления человеческими ресурсами МЭСИ,
РФ, г. Москва*

Овсянникова Алина Сергеевна

*студент 4 курса, кафедра управления человеческими ресурсами МЭСИ,
РФ, г. Москва*

Хмелев Игорь Борисович

*научный руководитель, канд. экон. наук, доц. МЭСИ,
РФ, г. Москва*

В связи с появлением информационных и краудсорсинговых технологий стала наблюдаться высокая эффективность работы людей, но также появился и эффект сгорания на работе: все рабочие процессы происходят в несколько раз быстрее, в следствие чего снижается вовлеченность сотрудников. Сегодня работодатели хотят видеть сотрудников не только удовлетворенными своей работой, но и вовлеченными в нее, чтобы они воспринимали успех компании, как свой личный. Все ведущие компании в своих стратегиях развития отводят вовлечению персонала ключевое место. Вовлечение мотивирует людей. Что является самым ценным в сотрудниках? Творчество и воображение, ведущие к решению проблем, инновации и росту, чувство принадлежности, которое заставляет их работать в общем направлении на благо компании. Поэтому работодатели становятся все более и более изобретательными в вопросе создания условий работы для своих подчиненных с целью усиления их вовлеченности в трудовой процесс. Ведь, как известно, связь между мотивацией, вовлеченностью, производительностью и размером прибыли прямопропорциональна, то есть чем сильнее мотивация, тем выше вовлеченность, производительность компании, следовательно, и прибыль больше.

Существует ряд факторов, напрямую зависящих от условий, предоставляемых компанией в лице работодателя, и которые влияют на вовлеченность сотрудников:

- карьерные возможности;
- подчеркивание ценности сотрудников;
- организационные процессы;
- признание заслуг вклада в работу;
- репутация работодателя.

Причем, если в 2011 году по результатам исследования консалтинговой компании Axes Management совместно с Aon Hewitt «Лучшие работодатели» сотрудники признавали важным фактором «признание заслуг вклада в работу», то в 2012 году данный фактор сменился на «репутацию работодателя» [4]. Остальные факторы остались неизменными. Если раньше для сотрудников была важна их значимость для компании, и они довольствовались одной лишь похвалой работодателя и его благодарностью, то в 2012 году это стало недостаточным, так как всем хотелось бы, чтобы в их резюме говорилось о престижном работодателе. Это объясняется тем, что всем без исключения, а тем более молодым людям, хочется попасть в компании — лидеры в своей отрасли. Это связано с тем, что требования к работникам на рынке труда растут. То есть все больше становятся востребованными молодые специалисты, получившие опыт работы у известного работодателя. Но все же, люди хотят не только с гордостью называть свое место работы, но и участвовать в социально значимых проектах.

То же самое исследование в 2013 году показало, что вовлеченность снизилась по сравнению с 2012 годом и составила 56 %, а факторами вовлеченности стали: доверие руководству, культура эффективности, бренд работодателя, устойчивое развитие, согласованность стратегии. Что же касается факторов, работающих на снижение вовлеченности, то к ним относятся:

- слабая репутация компании на рынке;
- несоответствие внутреннего и внешнего имиджа компании;
- отсутствие гордости за компанию;
- неуверенность в успехе компании в будущем;
- слабая система мотивации.

Многие работодатели не могут грамотно поддерживать энтузиазм своих сотрудников и это приводит к падению интереса к рабочему процессу. Наибольший показатель вовлеченности (75 %) наблюдается в самом начале, то есть у тех, кто только приступил к выполнению своих обязанностей. Но обычно уже спустя три месяца у сотрудников появляется разочарование, и кривая вовлеченности направляется вниз, а падение составляет 15 %. Такую ситуацию можно объяснить только тем, что имидж работодателя не соответствует ожиданиями работника. Далее спустя три года работник теряет до 19 % энтузиазма, и он готов к увольнению и поиску новой работы. Причем получается так, что в российские компании работники обречены на этот процесс, потому что на новом месте работы обычно все будет повторяться и спустя три года процесс повторится [2].

Пренебрежение к разработке сильной системы мотивации и неумение заинтересовать сотрудников в своей работе, приводит к потере большого количества преимуществ для самого работодателя, а именно:

- вовлеченные сотрудники работают больше и лучше;
- выдвигают новые идеи по развитию компании;
- привлекают клиентов и повышают их лояльность к компании;
- сами работодатели экономят на подборе персонала (отсутствует текучесть кадров);
- открытые вакансии закрываются своими сотрудниками;
- при отсутствии подходящих кандидатов внутри компании, число заявок извне на должность в данной компании велико, так как с успешным работодателям хотят сотрудничать все [6].

Для того, чтобы вовлеченность персонала возросла необходимо создать эффективно работающую систему мотивации, так как мотивированный работник в современной конкурентной экономике представляет собой однозначное преимущество. Причем внутренняя мотивация наиболее важна в случае сложной, немонотонной деятельности. В то время как внешняя мотивация необходима в простой деятельности. Любая, даже самая простая

работа будет эффективнее в том случае, если человек видит в ней помимо источника дохода и льгот способ самореализации. Такой работник не только более удовлетворен своим трудом, но и готов вкладывать дополнительные усилия [5].

Работодатели должны учитывать тот факт, что характер мотивации связан с личностными ресурсами работника. Западными концепциями были выделены базовые убеждения, которые помогают человеку остаться мотивированным: жизнестойкость, оптимизм, самоэффективность (вера в свои силы) и толерантность к неопределённости.

Как известно, наиболее распространенными способами повышения мотивации являются штрафы и премии. Но сейчас, для того, что работник был по-настоящему вовлечен в трудовой процесс, работодателю придется включать фантазию и искать нематериальные аргументы. Важно то, что внутренняя мотивация развивается, если внешняя среда дает возможность человеку на удовлетворение его базовых потребностей таких как, автономия, компетентность и отношения. Человеку необходимо чувствовать свободу выбора, осознавать свою эффективность, возможность чувствовать себя принятым и понятым окружающими. Но, к сожалению, в России работникам часто приходится страдать от недостатка уважения к своей личности, внимания к их мнению и предложениям, в то время как на Западе организации больше заботятся о благополучии сотрудников, поскольку там бизнес нацелен на долгосрочную перспективу. В результате в западных компаниях гораздо активнее используются программы по развитию лояльности сотрудников, поддержке их мотивации, развитию корпоративной культуры. Несмотря на это, российские компании также стараются разрабатывать нестандартные мотивационные системы.

Создание сплоченного коллектива, знающего свое дело и работающего на свое благо и благо компании, на достижение ее целей — непрерывный процесс. И даже если собрана отличная команда и созданы все условия для работы, наступает момент, когда работники просто теряют интерес к своим

обязанностям, и в худшем случае, уходят из компании. Как повысить заинтересованность сотрудников в своей профессиональной деятельности? Какие методы способствуют созданию здоровой атмосферы в коллективе? На эти вопросы можно ответить, изучив опыт известных компаний.

Сотрудники «Takeda Россия» наиболее существенным фактором, который способен повысить их мотивацию и вовлеченность в работу, считают «признание заслуг и вклад в работу» и «возможности карьерного роста» внутри компании. Когда в компании снизилась вовлеченность персонала, руководство стало инвестировать большие средства в обучение и развитие сотрудников на всех уровнях. С целью выявления и развития потенциала каждого сотрудника в отдельности, в компании созданы внутренний бизнес-колледж и академия маркетинга и продаж. Так же компания придерживается принципа выращивания руководителей внутри компании. Руководство компании считает, что рост удовлетворенности от возможностей карьерного и профессионального роста возрастает после переобучения персонала. Сотрудники, на которых возлагаются дополнительные функции и ответственность раскрывают свой потенциал, растут профессионально. Среди причин, почему сотрудники Takeda работают именно в этой компании, они чаще всего называют качество препаратов, известность брендов, стабильность, коллектив и культуру компании, возможность развития. Корпоративная культура, построенная на принципах доверия, открытости и взаимопомощи. Сотрудники чувствуют, что работают в небольшой компании, где каждый человек может повлиять на ход событий [3].

Руководство большинства российских компаний считает, что сбор рационализаторских предложений сотрудников повышает вовлеченность персонала. Наилучших финансовых и управленческих успехов в генерации идей персонала и повышении капитализации своего бизнеса добился МТС, разработав проект «Фабрика идей». Концепция заключается в следующем: каждый сотрудник может предложить свою идею, которая далее просматривается и анализируется экспертами, оценивающими перспективы

и экономический эффект от реализации данной идеи. Для стимулирования авторов лучших идей МТС использует материальное и нематериальное поощрение. Материальное выражается в выплате премии, размер которой зависит от ожидаемого экономического эффекта от предложенной идеи. Нематериальное поощрение заключается в признании сотрудника в коллективе. Самым главным в нематериальном поощрении является продвижение по карьерной лестнице, 80 % руководящих вакансий были закрыты внутренними кандидатами. За период существования «Фабрики идеи» было предложено 12000 идей, 900 из них реализованы и принесли компании 37 млн. долл. Сбор рационализаторских идей — возможность работников участвовать в управлении компанией, улучшении ее деятельности [3].

Компания Danone уделяет особое внимание разработке мотивационной политике вознаграждения, поиску баланса между поощрением сотрудников за индивидуальные и командные достижения. В компании действует продуманная компенсационная система, которая основывается на единой классификации должностей (грейдинговании). Компания является одним из пионеров, внедривших гибкую систему льгот *Benefit a la carte* [1]. Суть программы заключается в том, что сотрудники имеют возможность сами формировать свой социальный пакет. То есть на каждого сотрудника выделяется определенная сумма денег, и он сам решает, как ее потратить. В социальный пакет могут входить:

- компьютерная оргтехника;
- посещение фитнес-центров;
- страхование автомобиля;
- железнодорожные и авиа-билеты (к месту отдыха);
- проведение выходных в доме отдыха;
- спортивные мероприятия для детей.

На сегодняшний день соцпакет является одним из самых эффективных способов мотивации сотрудников, но в отличие от материальной мотивации, он имеет определенные ограничения, если абонемент в фитнес-центр

в качестве поощрения можно использовать только по назначению, то его денежный эквивалент — по своему желанию.

Таким образом, видно, что разные компании используют свои методы по вовлечению персонала. Выбор того или иного способа зависит от вида деятельности компании, масштабов производства, а так же возможностей компании. Нет какого-то универсального способа, так как любой коллектив делится на людей с превалированием либо материальной, либо нематериальной мотивации. Поэтому работодателям стоит уделять особое внимание тому, чтобы система мотивации сочетала в себе и материальную, и нематериальную мотивацию. В целом же можно сказать, что в России существуют две закономерности: слабое развитие систем управления персоналом и неспособность работников долго работать на одном месте работы. Так же в российских компаниях мало руководителей, способных повести за собой людей, демонстрируя приверженность к общему делу. В то время как сотрудники нуждаются в новизне и новых впечатлениях и если у них не получается этого добиться, они с легкостью покидают место работы. Так же у подчиненных вырабатывается привычка выполнять приказы в результате они оказываются в зоне комфорта, то есть не думают и не принимают решения. То есть в случае прекращения приказов, работа во многих компаниях встанет, прекратится.

Список литературы:

1. Елена Бокшицкая Управление персоналом международной компании //RHR.ru человеческие ресурсы. 2009. — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.rhr.ru/index/sovet/tech/14860,0.html> (дата обращения 05.12.2014).
2. Елена Семянистая О вовлеченности персонала в бизнес работодателя. // Деловой мир. 2012. — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://delovoymir.biz> (дата обращения 01.12.2014).
3. Наталия Береза Управление вовлеченностью сотрудников: актуальные практики и инструменты HRM.ru Ведущий портал о кадровом менеджменте. 2012. — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://hrm.ru/upravlenie-vovlechenostju-sotrudnikov-aktualnye-praktiki-i-instrumenty> (дата обращения 05.12.2014).

4. Обзор AXES Management Aon Hewitt Alliance Member // HR-консалтинговая компания AXES Management. 2012. — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://axesgroup.ru/researches/best-employers/> (дата обращения 30.11.2014).
5. Селина Марина Успех бизнеса зависит от мотивации сотрудников Open economic // Экспертный сайт высшей школы экономики. 2013. — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://opes.ru/text/1605664.html> (дата обращения 03.12.2014).
6. Юров К.Ю. Вовлеченность персонала. Как добиться от работника отношения к целям организации как к своим собственным. // Воронежский центр тренинга. 2011. — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.ct-v.ru/category/yurov-kyu-vovlechennost-personala-kak-dobitsya-ot-rabotnika-otnosheniya-k-tselyam-organizatsii-kak-k-svoim-sobstvennym-2011g> (дата обращения 03.12.2014).

ВОЗМОЖНОСТЬ ВНЕДРЕНИЯ НА РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ БИЗНЕС-МОДЕЛИ «МЕНЕДЖМЕНТ БЕЗ МЕНЕДЖЕРОВ» НА ПРИМЕРЕ БРАЗИЛЬСКОЙ КОМПАНИИ SEMCO SA

Озёрнов Дмитрий Валерьевич

*студент Саратовского социально-экономического института
РЭУ им. Плеханова,
РФ, г. Москва*

Чистякова Светлана Витальевна

*научный руководитель, доц. Саратовского социально-экономического
института РЭУ им. Плеханова,
РФ, г. Москва*

На сегодняшний день сотрудники организации наряду с высоким технологическим потенциалом являются одним из ключевых факторов успеха компании на рынке. Именно благодаря их действиям, ответственному подходу к работе предприятие способно достигнуть огромных успехов в современном бизнесе. Но вопрос заключается, прежде всего, в следующем: как замотивировать сотрудников, как сформировать работоспособный, дружеский и ответственный коллектив, чтобы добиться поставленных целей?

Актуальность исследования состоит в том, что решение проблемы эффективного управления сотрудником кроется в таких понятиях как мотивация, чувство своей значимости в компании. Ведь далеко не всегда в современных организациях сотрудники трудятся с полной самоотдачей в связи с тем, что не налажена должным образом система мотивации, мнения сотрудников либо мало учитываются, либо вовсе остаются без внимания.

Целью исследования является рассмотрение возможности внедрения бизнес-модели «менеджмент без менеджеров» на отечественных предприятиях на примере бразильской компании Semco SA.

Компания Semco, занимающаяся поставками оборудования для судостроения, к концу 1970-х годов постепенно начала терять свои конкурентные позиции на рынке. Напрашивались кардинальные перемены в организации. Возглавив компанию, Рикардо Семлер пришел к выводу, что ключ к успеху

кроется в создании благоприятного климата внутри организации, а именно правильном мотивировании персонала.

Ознакомившись с идеями и взглядами в области управления практика Кловиса Бохикьяна, Семлер решил предоставить сотрудникам для начала возможность выбора цвета униформы, а также возможность самостоятельно обустроить интерьер в столовой компании.

Увидев складывающуюся благоприятную тенденцию, Рикардо и Бохикьян не остановились на достигнутом. Далее сотрудникам, в связи с многочасовыми пробками, было предложено самостоятельно установить свое рабочее время. Данное решение себя полностью оправдало. Сам Семлер объясняет это следующим образом: «Люди провели множество встреч, чтобы выяснить логику нового процесса, разбились на группы и договорились, в какое время они будут на месте. Но это было время, удобное для них, а не навязанное расписанием. Глупо тратить свою жизнь на выполнение нелогичных и бессмысленных действий, основывающихся исключительно на потребностях того парня, который все это организует» [1].

Не останавливаясь на достигнутом, Семлер и Бохикьян решили предоставить сотрудникам право на самостоятельное установление своей заработной платы. Каждый работник раз в полгода может претендовать на пересмотр размера своей оплаты труда. Гарантией соблюдения честного и добросовестного распределения денежных средств является тот факт, что, если кто-то из сотрудников «начислит» себе незаслуженно завышенный размер заработной платы, тогда у всего остального персонала оплата труда уменьшится. А так как коллеги знают друг о друге в организации абсолютно все, коллективный фактор, страхующий от подобного рода случаев, является весьма эффективным.

Все данные преобразования не только существенно повысили производительность труда, но и вывели компанию из кризисной ситуации. В целом прибыль организации выросла с \$ 4 млн. в 1982 до \$ 212 млн. в 2003 году (ежегодный рост составлял 27—40 %).

Данный пример наглядно иллюстрирует тот факт, что применение демократических форм в управлении может привести не только к повышению производительности, улучшению атмосферы внутри организации, но и к увеличению прибыли, а также реализации стратегических целей компании.

Возможно ли применение такой бизнес-модели, доказавшей свое право на существование, в нашей стране, где в большей степени сложилась авторитарная форма управления?

В последнее время на отечественных предприятиях начала просматриваться тенденция в плане уменьшения дистанции власти. Руководители все чаще стараются и стремятся сблизиться со своими подчиненными. Устраивая мозговые штурмы по решению различных вопросов, периодические собрания в отделах — все это управляющие осуществляют с целью почерпнуть что-то новое, что-то ранее еще не предложенное, нестандартное и интересное, способное принести компании пользу в будущем. Конечно, данные преобразования нельзя приравнять к преобразованиям, проводимыми на бразильской фирме Semco, но сам факт того, что отечественные руководители понимают значение персонала в общем деле, не может остаться без внимания.

Возможны ли все те изменения, произошедшие на Semco, на предприятиях нашей страны? Быть может, ответ кроется в особенностях менталитета русских людей. Если проанализировать такую составляющую, к примеру, как склонность к уклонению своих трудовых обязанностей, работать спустя рукава, то наши сотрудники к этому относятся как к вполне нормальному и обыденному явлению, которое, по их мнению, присуще абсолютно каждому человеку. Следовательно, зачем работать, не щадя своего живота, если все так делают. Отсюда можно сделать вывод, что если доверить нашим сотрудникам право на самостоятельное установление заработной платы, то навряд ли, скажем, Иванов решит себе начислить оплату труда меньше, чем у Сидорова, думая, что тот работал ничуть не лучше его самого. К тому же из-за подобного халатного отношения к делу пострадает весь

коллектив в целом, так как производительность будет хромать по вине таких товарищей. Конечно, от подобного рода случаев не застрахован никто, однако осуществление таких радикальных преобразований на отечественных предприятиях не принесет должного эффекта.

Для того чтобы наши сотрудники не уступали в данном компоненте своим зарубежным коллегам, необходимо проводить различные тренинги, мастер-классы, коучинги, занятия по чтению финансовых отчетностей, чтобы персонал прекрасно понимал, каким образом складывается заработанная плата, что необходимо сделать и как нужно трудиться для установления желаемого уровня компенсаций.

Как же замотивировать сотрудников трудиться добросовестно с максимальной самоотдачей? Как донести до них тот факт, что они являются неотъемлемой частью организации и что их вклад в ее развитие значителен? Рикардо Семлер продемонстрировал, что свободные сотрудники трудятся куда эффективнее тех, кто выполняет лишь все по директивам. Чувствуя свою непосредственную причастность к общему успеху, человек прекрасно понимает, что ему необходимо привнести в организацию и свой коллектив для того, чтобы позиция компании только крепла.

Исходя из данного примера, необходимо подчеркнуть тот факт, что предоставленная работникам свобода не расслабила их, а наоборот, подтолкнула к более ответственным действиям, дала понять, что их по-настоящему ценят и заботятся о них.

Как же постараться использовать данную бизнес-модель на отечественных предприятиях? Ответ может показаться очень простым, однако использование такого алгоритма действий, который применил Рикардо Семлер, может послужить необходимым инструментом для осуществления изменений в организации. Для начала было бы целесообразным доверить сотрудникам решить небольшую, не требующую больших усилий, задачу. Как на примере Semco с обустройством столовой и выбора цвета униформы. Это даст сотрудникам понять, что их мнения учитываются, да и само руководство

компания может из этого почерпнуть что-то новое. После этого постепенно предоставлять работникам право на решение более сложных задач. На примере Семлера можно прекрасно убедиться, что ничего невозможного нет. И даже если вам что-то не нравится, не стоит сразу на всем ставить крест. Подобные действия могут лишь замкнуть сотрудников в себе, и руководитель может надолго потерять доверие.

Предоставляя сотрудникам определенную свободу, руководство компании не только дает им понять, что они являются ценностью и важной частью организации, но и мотивирует их, подталкивает подходить к делу с большей ответственностью и самоотдачей. Руководству же, в свою очередь, не потребуется тратить время и усилия на решение внутренних подобных организационных вопросов, концентрируя свое внимание на стратегических целях компании.

Список литературы:

1. Актуальные аспекты управления персоналом. — Москва: МЦФЭР, 2007.
2. Главное — доверять людям — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: www.companies.web-standart.net/company2004/92.html (дата обращения 05.12.2014).
3. Менеджмент без менеджеров, или Бизнес «по бразильской системе» — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://old.e-executive.ru/publications/aspects/hr/article_5970/ (дата обращения 06.12.2014).
4. Рикардо Семлер и его корпорация Семко — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: anarhia.org/forum/viewtopic.php?t=3295 (дата обращения 07.12.2014).

ЦЕЛЕНАПРАВЛЕННОСТЬ ПОВЕДЕНИЯ ЧЕЛОВЕКА В ОРГАНИЗАЦИИ

Пашатская Татьяна Сергеевна

*студент Финансового университета при Правительстве РФ,
РФ, г. Москва*

Морозюк Юрий Витальевич

*научный руководитель, д-р психол. наук, проф. Финансового университета
при Правительстве РФ,
РФ, г. Москва*

Главной целью изучения поведения человека во время рабочего процесса всегда считалось овладение навыками управления людьми в процессе их трудовой деятельности и совершенствование полученных умений в данной области управления. Все это говорит о том, что руководитель должен понять причины совершения работниками определенных действий и быть в состоянии предсказать их трудовое поведение в будущем.

Важность овладения данными знаниями для менеджера в дальнейшем приведет к успеху организации. Сегодня роль сотрудников высока во многих компаниях, они являются звеном, которое может поднять компанию на новый уровень, поэтому, как правило, менеджеры ищут лучших сотрудников. Найдя их, им следует применять правильные способы взаимодействия с ними, то есть подбирать правильный подход к ним. Если подчиненный выполнил задание неверно, то это не всегда является причиной его увольнения.

По нашему мнению менеджер должен обладать следующими качествами: выдержка, вежливость, самодисциплина, требовательность. В некотором роде руководитель должен быть еще и психологом, потому что, используя правильный стиль руководства, способствует благоприятному климату на работе, который в дальнейшем простимулирует сотрудников работать максимально.

Любая организация заинтересована в том, чтобы ее сотрудники придерживались определенной формы поведения. Конечно, организация стремится контролировать сотрудников с целью избежать беспорядка

в трудовой среде. Поэтому сегодня поведение сотрудника занимает важную позицию в компаниях. Поведение человека сегодня представляет собой как набор осознанных, социально значимых действий, которые обусловлены занимаемой позицией, то есть пониманием собственных функций. Так, детально изучив поведение человека, организация под влиянием различных факторов, способна изменить поведение сотрудника, которое в дальнейшем будет благоприятно влиять на организацию.

Оно определяется системой, используемой в организации трудовой мотивации [4], элементами которой являются: применяемые материальные и психологические вознаграждения за труд; эмоциональный интерес к процессу труда; принятая система контроля трудовой деятельности; особенности групповой динамики; уровень креативности окружающей среды. Стабильность этих особенностей позволяет прогнозировать поведение индивида, то есть ряд действий, которые выражают ее реакцию на ситуации и окружающих.

Самым эффективным поведением сотрудников в организации является, когда они добросовестно и качественно выполняют свои обязанности и готовы выходить за их пределы, если это необходимо, тем самым прилагая дополнительные усилия.

Первым подходом к решению данной проблемы является поиск людей с определенными качествами, гарантирующие желаемое поведение для организации своих членов.

Второй подход — это организация влияния на человека, то есть вынуждая его изменить свое «привычное» поведение в нужном направлении для самой компании. Человек может поменять форму поведения. Поведение индивидуума в организации определяется исходя из принятых нормам, правил и проявляется в объективности индивидуума; его склонности к доминированию-послушанию; импульсивности; социальности [5].

Объективность относится к принципу поведения, когда ситуация находится под контролем. В момент, когда менеджер ругает сотрудника — это пример психологического неправильного подхода, потому что

«объективный» человек должен вести себя более рационально и объективно в любой ситуации.

Неприспособленное поведение часто является результатом разочарования. Люди, которые в состоянии расстройства в связи с тем, что столкнулись с препятствием могут быть подвергнуты взаимодействию в любой из нескольких следующих иррациональных способов:

1. стать агрессивным (порой даже до физического насилия);
2. опуститься до инфантильной реакции;
3. продолжать свой традиционный образ действий, отказываясь принять разумные предложения;
4. «опустить руки», потеряв все признаки инициативности и присутствия духа [5].

Под склонностью к доминированию понимается желание взять на себя инициативу в отношениях или установить контроль над ними. Склонность к доминированию может меняться в зависимости от ситуации, а также в зависимости от свойств человека. Менеджер может быть склонен доминировать в отношениях с подчиненными, но при этом быть покорным в присутствии начальства.

Честолюбивый человек постоянно озабочен своим статусом и продвижением в организации. В своем реальном поведении он одновременно может быть склонен к господству или нет, но это, как правило, чрезвычайно чувствительные люди к изменениям ранга, зарплаты или другие признаки их статуса.

Люди сильно отличаются друг от друга по степени импульсивности и твердости характера, то есть, склонность к быстрому принятию и возможность настойчиво стоять на принятом решении. Склонность различными способами оттягивать принятие необходимого, но в тоже самое время неприятного решения присуща почти всем менеджерам.

В одной и той же организационной среде разные люди ведут себя по-разному. Человек всегда имеет право на выбор подходящей для него формы

поведения: принимать или не принимать уже существующие формы организации и нормы поведения. В зависимости от сочетания основных, специалисты выделяют четыре основные модели организационного поведения [5].

Первая модель организационного поведения: преданный и дисциплинированный член организации. Он полностью принимает и соглашается со всеми организационными ценностями и нормами поведения, которые приняты в организации. В этом случае человек пытается вести себя таким образом, что их действия не будут противоречить интересам организации. Он искренне пытается быть дисциплинированным, выполнять свою роль в соответствии с принятыми нормами и поведения.

Вторая модель организационного поведения: приспособленец. Человек не готов принять ценности фирмы, но пытается соблюдать нормы и поведение, принятое в организации. Такого человека можно назвать как приспособленца, потому что он делает все правильно и по правилам, но при этом он не характеризуется как надежный член команды, так как, хоть он и хороший работник, но тем не менее может в любой момент покинуть организацию или совершить действия, которые в дальнейшем могут противоречить интересам организации, но соответствовать его собственным интересам. Например, такой сотрудник может покинуть организацию, как только в другом месте ему предложат наиболее выгодные для него условия работы или же способен продать секреты компании конкурентам. Приспособленцы — это самый распространенный тип поведения среди сотрудников в абсолютно любой организации.

Третья модель организационного поведения: оригинал. Люди принимают цели организации, но не принимают уже существующие в ней традиции и нормы поведения. В этом случае люди может порождать много трудностей в отношениях с коллегами и руководством в команде, тем самым выглядеть как «белая ворона». Однако, если менеджер организации находит в себе силы отказаться от установленных норм поведения по отношению к отдельным

сотрудникам и дать им свободу выбора поведения, то они могут найти свое место в фирме и приносить ей немалые выгоды. К этому типу относят много талантливых людей творческого склада, которые способны порождать новые идеи и оригинальные решения.

Четвертая модель: бунтарь. Индивид не готов принимать никаких кодексов поведения или ценностей организации. Это открытый бунтарь, который всегда вступает в конфликт с организационной средой или даже является источником возникновения этих конфликтов. Очень часто «бунтари» своим поведением вызывают огромное количество проблем, которые существенно усложняют жизнь организации, порой даже причиняют вред. Но было бы неправильно считать, что данный тип организационного поведения является абсолютно неприемлемым, и люди, соблюдающие данный тип организационного поведения, не нужны организации. Среди них, поскольку есть много талантливых людей, чье присутствие в организации приносит большую пользу, несмотря на то, что они создают неудобства.

Согласно современным взглядам на основные вопросы теории организационного поведения, как правило, в качестве основного элемента, который формирует поведение человека в трудовой деятельности, выделяют обмен. Обмен представляет собой взаимодействие между индивидуумом и предприятием по принципу «ты — мне, я — тебе», но при соблюдении следующих правил:

1) соблюдение норм, которые установлены фирмой, как правило, всегда вознаграждается;

2) уровень вознаграждения абсолютно не влияет на стабильность организации до того момента, когда сами участники обмена готовы принимать существующие нормы;

3) чем больше организационное поведение придерживается норме, то оно больше вознаграждается;

4) соблюдение существующих норм приводит к взаимному дополнению прав и обязанностей, то есть один из участников обмена не ожидает получить вознаграждение больше, чем может и хочет дать другой [3, с. 25].

В процессе обмена каждый индивидуум, как правило, соотносит собственный совокупный вклад, который он внес в развитие организации, с вознаграждением, которое он получает от фирмы. Также сотрудник сравнивает свой вклад в организацию с вкладами и вознаграждениями других людей, то есть, таким образом, проводит некое социальное сравнение.

Непосредственно сам результат социального сравнения есть основная причина выбора индивидуумом определенной формы своего организационного поведения, то есть целенаправленность на благоприятное изменение в будущем результатов социального сравнения.

Удовлетворенность сотрудником условиями обмена значит его положительное отношение к достижению целей развития и функционирования предприятия, что во внешней среде проявляется в качестве его ориентации на рост эффективности своей трудовой деятельности.

Целенаправленная деятельность любых индивидуумом как результат социально сравнения характеризуется четырьмя общими чертами:

- наличие цели предприятия;
- осознанность данной цели, что обеспечивает индивидууму возможность строить иерархию целей по степени их предпочтительности;
- инструментальным подчинением средств целями;
- расчетом результатов, последствий и эффективности поведения.

В общем плане в организационном поведении, как правило, можно выделить следующие типы целенаправленности поведения личности:

1) реализация «плана жизни», то есть направленная деятельность на наиболее эффективный способ воспроизведения личности;

2) «следование долгу», то есть сознательные действия по выполнению принятых человеком этических норм поведения, что стратегически обеспечивает его выживание в окружающей среде;

3) «следование культурным нормам» — обеспечение адекватной реакции внешней среды на поведение человека;

4) «реализация близких целей», которые объясняют тактические аспекты деятельности индивидуума по удовлетворению своих потребностей;

5) «самонаправленное поведение», то есть деятельность, которая ориентирована не на окружающие объекты, а на самого себя как личность, что и обеспечивает психическое и физическое здоровье человека;

6) «отсутствие ориентира» — иррациональное поведение, служащее психической разрядкой на невыполнимые требования внешней среды и не подлежащие рациональному истолкованию со стороны наблюдателя [3, с. 24].

Все представленные типы целенаправленного поведения проявляются в трудовой деятельности человека параллельно. Это затрудняет объяснение мотивов его поступков со стороны менеджера и не дает возможности эффективно применять единообразные методы управления персоналом.

Рациональность организационного поведения человека заключается в возможности на его основе достичь ситуации выгодного «социального сравнения». Изучение степени рациональности организационного поведения в менеджменте позволяет оценить уровень эффективности управления персоналом (чем ниже рациональность, тем хуже система управления). Поэтому многие крупные корпорации проводят оценку поведения сотрудников, чтобы в дальнейшем подобрать правильный подход.

Методики определения рациональности имеют форму места и предназначены для получения оценки респондентом своих предпочтений при построении собственного поведения, поведенческой стратегии.

К наиболее известным из них относятся: тест В.В. Лосенкова на изменение импульсивности как свойства, которое противоположно рациональности; шкала силы «Я» в Миннесотском многофазном тесте ММРІ; фактор «С» в 16-факторной шкале для оценки личности Р. Кэттела; Калифорнийский тест для изменения личности СРІ (шкала самоконтроля) и другие [3, с. 25].

После проведения анализа данной темы стоит еще раз отметить ее актуальность. Как было сказано ранее, тщательное изучение целенаправленного организационного поведения сотрудников может обеспечить быстрое и качественное функционирование непосредственно самой компании.

Сотрудники сегодня являются важным звеном организации, что является подтверждением появления науки управления человеческими ресурсами. Они являются капиталом в организации, поэтому компании стремятся развить его, стимулировать их к работе, дать возможность применить их знания, внести вклад. Например, сегодня крупные корпорации утверждают, что им легче нанять человека, который влюблен в свою работу, и обучить его, чем того, кто имеет уже опыт и знания, но ненавидит то, что он делает. Вполне логично, что первый будет работать по максимуму, потому что он влюблен в свое дело, будет совершенствовать свои навыки.

Менеджер в свою очередь должен грамотно ставить задачи, мотивировать сотрудников, применять правильные модели организационного поведения к каждому из сотрудников.

Организационное поведение есть процесс систематического изучения и применения на практике знаний о том, как люди — индивиды и группы — взаимодействуют внутри предприятия, насколько эффективно;

Согласно современным взглядам на основные вопросы теории организационного поведения, как правило, в качестве основного элемента, который формирует поведение человека в трудовой деятельности, выделяют обмен. Обмен является формой взаимодействия между сотрудником и предприятием.

Целенаправленная деятельность любых индивидуумом характеризуется четырьмя общими чертами: наличие цели предприятия; осознанность данной цели; инструментальным подчинением средств целями; расчетом результатов, последствий и эффективности поведения.

Список литературы:

1. Диагностика эмоциональной и личностной сферы — [Электронный ресурс] — Режим доступа — URL: <http://vashpsixolog.ru/psychodiagnostic-school-psychologist/69-diagnosis-emotional-and-the-personal-sphere/469-test-mpri>. (дата обращения: 19.10.2014).
2. Лапыгин Ю. Теория менеджмента. Учебное пособие. — М.: Рид групп, 2011. — 336 с.
3. Литвинюк А.А. Организационное поведение. Учебник для бакалавров. — М.: Издательство Юрайт, 2013. — 505 с.
4. Морозюк Ю.В., Морозюк С.Н. Человеческий фактор в управлении социально-экономическими системами: Монография. — М: Финакадемия, 2009. 184 с.
5. Морозюк Ю.В., Морозюк С.Н. Человеческий фактор. Психологические аспекты управления персоналом (в контексте обеспечения экономической безопасности организации): Монография. — М: Финансовый университет, 2011. 132 с.
6. Петров В.В. Теория мотивации. Учебное пособие. Модуль 2. — Саратов: Сарат. гос. техн. ун-т, 2003. — 256 с.
7. Поведение человека в организации — [Электронный ресурс] — Режим доступа — URL: http://www.elitarium.ru/2010/11/17/povedenie_cheloveka_v_organizacii.html. (дата обращения: 19.10.2014).

ПЛАНИРОВАНИЕ РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИИ НА ПРИМЕРЕ ОАО «УЗМ «МАГНИТ»

Тяжельникова Елена Анатольевна

*магистрант, Башкирской академии государственной службы и управления
при Президенте Республики Башкортостан,
РФ, Республика Башкортостан, г. Уфа*

Кудашев Азат Ришатович

*научный руководитель, д-р психол. наук, проф. Башкирской академии
государственной службы и управления
при Президенте Республики Башкортостан,
РФ, Республика Башкортостан, г. Уфа*

Реструктуризация — один из эффективных рыночных инструментов развития успешного бизнеса. Неудачи реструктуризации отдельных российских предприятий свидетельствуют скорее о недостаточно продуманной и проработанной организации ее проведения, чем о недостатке ее как метода. «Цитата» [1, с. 30].

Реализация концепции стратегической реструктуризации является комплексным процессом, который предъявляет ко всем участникам высокие требования, отличающиеся от привычной повседневной работы. Результатом успешного проведения стратегической реструктуризации компаний является возросший поток чистой текущей стоимости будущих доходов, рост конкурентоспособности в долгосрочном периоде и рост рыночной стоимости собственного капитала. «Цитата» [6, с. 10].

Как показала практика, российским промышленным предприятиям требуется имущественная реструктуризация и функциональные перемены, поскольку очень часто они страдают от плохого использования зданий и не гибкости производства из-за привычки к крупносерийному выпуску продукции. Практика свидетельствует, что реальные результаты по улучшению деятельности предприятия можно получить в течение одного года за счет улучшения планировки производственных помещений, ликвидации внеэксплуатационных активов (социальная сфера, ремонтные активы),

модификации производственных операций с целью сокращения временных нормативов, повышения контроля качества. «Цитата» [5, с. 45].

Анализируемое предприятие специализируется на выпуске средств связи. Сборка аппаратуры радиосвязи и волоконно-оптического тракта ведется с применением методов ионоплазменного напыления и поверхностного монтажа на 5000 м² «чистых площадей» гермозоны. В настоящее время завод работает по освоению изделий оптико-волоконной связи, экспорту комплексов связи и связи речного транспорта. Основные заказчики — МЧС, Министерство Обороны, ВВС, ВМФ России.

Про анализе влияния внешней среды, оказывающей влияние на предприятие, используем PEST-анализ.

При проведении PEST-анализа была собрана экспертная группа, которая оценивала степень влияния факторов на деятельность предприятия, а также степень вероятности влияния.

При проведении анализа финансового состояния предприятия были рассчитаны показатели и коэффициенты финансово-хозяйственной деятельности ОАО «УЗМ «Магнит» на основании бухгалтерской отчетности предприятия (с 2011 года по 2013 год, включительно).

При этом рассчитывались три группы показателей:

1. Коэффициенты, характеризующие платежеспособность предприятия:

- коэффициент абсолютной ликвидности;
- коэффициент текущей ликвидности;
- показатель обеспеченности обязательств должника его активами;
- степень платежеспособности должника по текущим обязательствам.

2. Коэффициенты, характеризующие финансовую устойчивость предприятия:

- коэффициент финансовой независимости;
- коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами;
- доля просроченной кредиторской задолженности в пассивах;

- показатель отношения просроченной дебиторской задолженности к совокупным активам.

3. Коэффициенты, характеризующие деловую активность предприятия:

- рентабельность активов;
- норма чистой прибыли.

На основании анализа можно сделать следующий вывод: ОАО «УЗМ «Магнит» имеет нестабильное финансово-экономическое положение. Значения показателей финансовой устойчивости демонстрируют низкий уровень, что свидетельствует о финансовой зависимости предприятия от внешних источников финансирования.

Если говорить о деловой активности предприятия, то на всем протяжении исследуемого периода наблюдается падение показателей рентабельности предприятия.

Начиная с 2012 года деятельность предприятия убыточна. Происходит снижение собственного капитала. Значения показателей деловой активности отрицательные.

На основании данных можно сделать следующий вывод: деловая активность предприятия низкая. Однако, деловая активность предприятия, находится в прямой зависимости от цен, которые диктуют основные заказчики продукции. Поскольку более 90 % работ (услуг) финансируется в рамках оборонного заказа, предприятие не имеет возможности само формировать цены на выпускаемую продукцию и оказываемые услуги. Затраты предприятия на оплату сырья, материалов, энергоресурсов растут намного более высокими темпами чем цены на выпускаемую продукцию и оказываемые услуги. Существует необходимость пересмотреть порядок определения цены производимой продукции, выполненных работ и услуг.

В результате стратегического анализа УЗМ «Магнит» были сделаны выводы о возможности банкротства предприятия. Основная цель предприятия в данной ситуации заключается в установлении устойчивости работы предприятия, что проявляется не только в достижении требуемых показателей

платежеспособности и доходности, но и в поддержании их уровня, предотвращающего повторный кризис.

С целью оздоровления финансового состояния УЗМ «Магнит» предлагается ввести процедуру реструктуризации.

Возможны следующие мероприятия по реструктуризации кредиторской задолженности, представленные на рис. 1.



Рисунок 1. Мероприятия по реструктуризации УЗМ «Магнит»

Сокращение затрат подразумевает сокращение заработной платы персоналу, сокращение затрат на амортизацию оборудования взятого в аренду у контрагента.

Об уменьшении зарплаты руководство завода должно известить каждого работника за два месяца до даты пересмотра заработной платы. Если работник не согласен с таким положением, специалист отдела кадров вместе с непосредственным руководителем сотрудника может предложить ему другие имеющиеся вакансии.

Повысить качество производимой продукции в данном случае предприятие не сможет посредством смены поставщиков, так как почти 90 % поставщиков диктует заказчик. Однако с оставшимися поставщиками можно начать переговоры по возможному изменению условий договора. Необходимо провести оценку поставщиков и открыть новый тендер на поставку необходимых комплектующих по новым выгодным предприятию ценам (возможно при поддержке или финансировании государства).

В работе представлена диаграмма Ганта. Реализацию проекта начинаем с 01.10.2014 г. Согласно данному плану и графику, можно сделать вывод, что первоначальный эффект антикризисной программы можно будет увидеть к концу февраля 2015 г.

Также в указанном плане есть графа задержка, в процессе антикризисного управления, возможно, будут появляться временные интервалы (задержки) их необходимо учитывать и изменять диаграмму Ганта.

В процессе реструктуризации необходимо определить следующие вопросы:

Во-первых, поэтапный порядок погашения задолженности, предполагающая разделения на основной долг, пени и штрафы, последовательность погашения этих видов задолженности. Во-вторых, органы и порядок принятия решений по реструктуризации долгов. В-третьих, одноразовость реструктуризации кредиторской задолженности. В-четвертых, допустимость корректировки графика платежей, как при возможности досрочного погашения,

так и при определенных задержках платежей. В-пятых, условия принятия положительного решения (первоначальные суммы, поручительство, залог). В-шестых, сроки реструктуризации — основного долга, пени, штрафов; В-седьмых, проценты начислений на непоплаченную часть долга. В-восьмых, характер графика платежей (равномерный, нарастающий, убывающий, периодичность). В-девятых, условия досрочного погашения долга. В-десятых, ответственность за нарушения графика платежей и условия пересмотра графика. В-одиннадцатых, условия утраты права на реструктуризацию кредиторской задолженности.

В состав кредиторской задолженности предприятия входит следующее:

- Задолженность перед поставщиками;
- Задолженность по НДС;
- Задолженность по полученным займам и кредитам.

После определения составляющих кредиторской задолженности предприятия необходимо провести инвентаризацию дебиторов предприятия, т. к. общая сумма просроченной кредиторской задолженности предприятия не превышала дебиторскую, до момента начисления пеней за просрочки платежей.

Согласно исходным данным делаем вывод о том, что сумма просроченной дебиторской задолженности превышает кредиторскую. Это означает, что у анализируемого предприятия есть шанс оптимизировать свое финансовое состояние.

Во-первых, уступка прав собственности на основные средства. УЗМ «Магнит» может договориться с кредиторами о погашении части кредиторской задолженности в обмен на основные средства.

Однако оценив основные средства предприятия, были сделаны выводы о том, что большая часть оборудования устарело и износ составляет около 75 %. В дополнение у предприятия имеются арендованные основные средства.

Во-вторых, уступка акций предприятия. УЗМ «М» и кредиторы заключают соглашение, в рамках которого собственники предприятия уступают часть акций предприятия в обмен на улучшение условий кредитования.

В-третьих, проведение взаиморасчетов. Данный метод в случае УЗМ «М» можно использовать, так как у предприятия существует дебиторская задолженность в сумме более 75 тыс. руб. Таким образом, предприятие может зачесть обе суммы.

Более того, взаимозачет может быть осуществлен в одностороннем порядке путем уведомления второй стороны (желательно в письменном виде и с подтверждением доставки письма).

В-четвертых, переоформление кредиторской задолженности. Для реструктуризации необеспеченного кредита можно предложить кредитору обеспечение в виде гарантии или поручительства третьей стороны, в соответствии с которыми третья сторона обязуется погасить задолженность предприятия в случае, если оно не сможет сделать этого самостоятельно.

В-пятых, погашение кредиторской задолженности за счет предоставления векселей. Вексель как средство реструктуризации долгов является новым обязательством, которое должно быть исполнено в соответствии с вновь установленными сроками и зачастую с меньшими процентными ставками. Это освобождает предприятие от уплаты долга в данном периоде, способствуя улучшению показателей деятельности предприятия.

В-шестых, товарный кредит, отсрочка платежа. Так как у предприятия существует просроченная дебиторская задолженность, есть возможность либо заключения с поставщиками соглашения о том, что УЗМ «М» будет погашать задолженность по мере приобретения новых партий товаров, а также возможно заключить соглашение о переносе оплат задолженности на будущее, либо погашается за счет краткосрочного банковского кредита, выданного на пополнение оборотных средств с учетом реальной оборачиваемости «зависших» запасов, полученных от данного поставщика.

Также возможно изменить график погашения без изменения конечного срока кредитных обязательств, прощение части задолженности при условии досрочного погашения кредита («погашение с дисконтом»), понижение процентной ставки при определенных условиях, рефинансирование (замена старого кредита на один или несколько новых кредитов).

В-седьмых, переуступка прав требования к одному или нескольким дебиторам. УЗМ ««Магнит»» может переуступить права требования к одному или нескольким дебиторам.

Этот метод не требует от влечения денежных средств из оборота и позволяет сэкономить на затратах по обслуживанию дебиторской задолженности.

На основании структуры кредиторской задолженности рассмотрим план реструктуризации, основанный на предложенных ранее мероприятиях.

Во-первых, руководство завода возвращает арендованное оборудование ЗАО «Лизинг Про».

Кредиторская задолженность составляет 300 тыс. руб. Необходимо заключить соглашение с руководителями предприятия о том, что предприятие возвращает оборудование, а арендатор совершает перерасчет договора аренды, и уменьшает сумму просроченной задолженности на 15 %.

Во-вторых, УЗМ «Магнит» предлагает уступку 15 % акций предприятия в пользу погашения 2200 тыс. руб. в пользу задолженности перед ЗАО Концерн «А». Прежде заключения данного мероприятия необходимо составить бизнес-план руководству ЗАО Концерн «А», с целью доказательства возможности вывода предприятия из предбанкротной ситуации.

В-третьих, произведение взаиморасчетов со всеми контрагентами. Также необходимо вернуть задолженность ООО «Санти» перед компанией.

В-четвертых, реструктуризация задолженности по НДС в сумме 5000 тыс. руб., в т. ч. 145 тыс. — пени.

Для этого в текущем году руководство УЗМ «Магнит» должно подать заявление о реструктуризации образовавшейся задолженности.

В налоговую инспекцию необходимо предоставить финансовые планы на год и на шесть лет.

В процессе реструктуризации прекращается начисление пени на отсроченные платежи, разблокируются счета налогоплательщиков, снимаются аресты с имущества предприятия.

УЗМ «Магнит» предоставляется право равномерной уплаты задолженности по налогам и сборам в течение 6 лет, по пени и штрафам — в течение 4 лет после погашения задолженности по налогам и сборам.

В-пятых, отсрочка платежа по кредиту Сбербанка в сумме 15000 тыс. руб. Предприятию предстоит долгий процесс согласований соглашения на возможность отсрочки платежей по оплате просроченной задолженности перед банком.

В процессе реструктуризации необходимо постоянно проводить инвентаризацию. Выявлять моменты воровства в процессе производства, а также выявлять реальный расход материалов на производство продукции, и тем самым уменьшать производственные расходы.

Затем необходимо ввести практику защиты бюджета каждым подразделением в течение отчетного периода.

В дополнение необходимо произвести анализ основных средств предприятия повторно, так как большинство оборудования уже выходит из строя, необходимо определить наиболее убыточное производство и отнести к нему оборудования. Возможно, есть смысл закрыть данное производство либо списать оборудование.

Это позволит сэкономить на налоге на имущество и сократить затраты на обслуживание.

Список литературы:

1. Белых Л.П., Федотова М.А. Реструктуризация предприятия: Учеб. пособие для вузов. — М.: ЮНИТИ-ДАТА, 2001. — 399 с.
2. Водачек Л. Реструктуризация — вызов чешским предприятиям // Проблемы теории и практики управления. 2009.

3. Евсеев А. Стратегия реструктуризации предприятий в условиях кризисной ситуации // Проблемы теории и практики управления. 2008.
4. Кавальский Теория и примеры антикризисного управления.
5. Кордан К., Фолмэн Т., Ванденборт М. Пять важных подходов к осуществлению реструктуризации // Маркетинг. М., 2009.
6. Королькова, Е.М. Реструктуризация предприятий: Учебное пособие — Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2007. — 80 с.
7. Кондратьев В.В. Реструктуризация управления компанией. — М, 2009;

МОТИВАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОТРУДНИКОВ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ

Швацкая Ольга Дмитриевна

*студент кафедры социальных технологий НГУ им. Лесгафта,
РФ, г. Санкт-Петербург*

Ермилова Виктория Валерьевна

*научный руководитель, канд. пед. наук, доц. кафедры социальных технологий
НГУ им. Лесгафта,
РФ, г. Санкт-Петербург*

Сегодня как в России, так и в других странах, наблюдается довольно жесткая конкуренция среди предприятий или же каких-либо организаций, предоставляющих услуги населению. Это обуславливается множеством факторов, один из которых заключается в том, что сфера услуг в большинстве случаев является ведущим сектором экономики. Успех предприятия или же какой-либо организации объясняется качеством услуг, которые ими предоставляются. Поскольку качество той или иной услуги в большинстве случаев зависит от того, кто ее предоставляет, возникает вопрос о квалификации сотрудников. В основе квалификации лежит не только опыт работы или же уровень образования, но и степень мотивации деятельности, которая будет более подробно рассмотрена в данной статье.

Мотивация — это внутренний процесс сознательного выбора сотрудником предприятия того или иного типа поведения, определяемого комплексным воздействием внешних (стимулов) и внутренних (мотивов) факторов [1, с. 127]. Как показал анализ литературы, стимулы разделяют на две группы — материальные стимулы и нематериальные стимулы. Например, в качестве материальных стимулов выступает заработная плата, различные премии; в качестве нематериальных стимулов мы можем рассматривать моральные или же социальные аспекты — уважение со стороны сотрудников, друзей, а также престижность труда, социальный статус, возможность карьерного роста [1, с. 128]. Установлено, что к внутренним факторам мотивации персонала относят мечту, идеи, творческую реализацию, самоутверждение,

удовлетворение потребности в общении, здоровье, личностный рост и так далее. Что касается внешних факторов, а именно стимулов, то нами выявлено, что к ним относят деньги, карьерный рост, статус, возможность путешествовать — иными словами, к ним относят те факторы, которые в некоторой степени можно отождествить с какими-либо явлениями относительно понятия «престиж».

Таким образом, основная функция мотивации заключается в том, чтобы стимулировать членов организации выполнять работу в соответствии с возложенными на них обязанностями и планом.

Нельзя не упомянуть про такое понятие как «мотивационное поведение» [1, с. 132]. Мотивационное поведение заключается в том, что потребности человека служат мотивом к действию. Когда человек достигает поставленной цели, потребность становится удовлетворенной. Стоит отметить, что мотивы поведения принято классифицировать по характеру — мотивы поведения могут быть как позитивными, так и негативными. Позитивные мотивы поведения заключаются в том, что человек стремится что-либо приобрести или же просто сохранить уже имеющееся. Негативные мотивы поведения, в свою очередь, заключаются в том, что главным стремлением выступает стремление избежать, например, наказания за не выполненную работу, которая имеет скорее всего рутинный характер. Как-никак, а позитивный мотив включает в себя увлеченность делом, которая приводит к положительному результату за проделанную работу.

Например, сфера туризма включает элементы мотивационных программ, которые направлены на удовлетворение и биологических потребностей, и потребности в безопасности, и потребности в общении, и потребности в уважении, и потребности в самовыражении. Рассмотрим виды стимулов, используемые в мотивационных программах, которые направлены на удовлетворение той или иной потребности человека.

Известно, что к биологическим потребностям относится потребность в пище. Для удовлетворения данной потребности со стороны руководства

предприятия или какой-либо организации должны быть приняты меры — например, создание кухни для сотрудников или же, заключение договора на доставку питания. Некоторые руководители считают вполне приемлемым полную или частичную оплату обеда на ближайшем предприятии питания.

Потребность в безопасности — это неотъемлемая потребность каждого человека, так как человек имеет стремление к стабильности и уверенности в завтрашнем дне, к сохранению своего здоровья, имущества и своей жизни. Для удовлетворения этой потребности руководству стоит уделить внимание трудовому договору, стандартам компании, а также стоит заниматься организацией охраны на предприятии.

Если на предприятии сформирована и развита корпоративная культура, то удовлетворяется потребность в общении. Выявлено, что в корпоративной культуре используются формальные и неформальные формы взаимодействия. Формальные формы взаимодействия — совещания, совместные проекты, доступ к информации. Неформальные формы взаимодействия — корпоративные мероприятия как на территории предприятия, так и за его пределами [3, с. 135].

Нельзя не отметить, что потребность в уважении действует на внутреннее состояние любого человека, так как в большинстве случаев это демонстрирует не только уровень культуры и воспитания, но и статус — положение внутри организации. Со стороны руководства было бы целесообразно привлекать сотрудников к важным проектам в качестве специалистов по какому-то определенному направлению, вручать грамоты за трудовые достижения или же выплачивать премию. Таким образом, для удовлетворения потребности в уважении подойдут любые виды моральных и материальных стимулов.

Известно, что самовыражение представляет собой выражение себя, выражение своей индивидуальности в какой-либо деятельности. Первостепенной задачей руководства является создание творческой атмосферы в коллективе. Также важно отметить, что очень важно поощрять как креативный подход, так и инновационный подход к выполнению своей

работы. Указанные подходы помогают сотрудникам решать нестандартные ситуации, которые на практике в обслуживании клиентов требуют творческого подхода. Кстати, если привлекать сотрудников к проведению разнообразных конкурсов — например, проведение конкурса «Лучший сотрудник месяца» будет содействовать удовлетворению потребности в самовыражении.

На основе изученной литературы можно сделать заключение, что отдельная роль в мотивации деятельности сотрудников предприятий сферы услуг принадлежит закону результата. Закон результата звучит следующим образом: степень удовлетворения, полученная при достижении поставленной цели, влияет на поведение человека в будущем. В соответствии с данным законом люди имеют стремление к повторению того поведения, которое ассоциируется у них с удовлетворением потребности, и, соответственно, избегать такого поведения, которое вызывает ассоциации с недостаточным удовлетворением. Иными словами, люди запоминают тот тип поведения, который в конечном итоге получил вознаграждение. Под вознаграждением стоит понимать материальную или нематериальную оценку действий человека [1, с. 132]. Нельзя недооценивать значимость вознаграждения — значимость вознаграждения в большинстве случаев, разумеется, зависит от человека, так как каждый человек имеет свои особенности, свои интересы, преследует свои цели.

Стоит отметить, что очень важно сочетать моральные и материальные стимулы относительно мотивации персонала. Разумеется, как материальные, так и моральные факторы являются очень сильными, опять же, в силу потребностей каждого человека. Конечно, на стимуляцию и на поведение персонала влияет окружающая обстановка — например, экономическое состояние страны, экономическое состояние предприятия. На отдельно взятую группу людей, например, настроение.

Существует большое количество теорий мотивации. В общем и целом, данные теории основываются на исследованиях тех наук, которые имеют какую-либо связь с деятельностью человека. Анализ литературы показал,

что теории мотивации бывают содержательными и процессуальными. Над содержательными теориями работал А. Маслоу, Д. МакКлелланд и Ф. Герцберг. Содержательные теории мотивации в большинстве своем основываются на потребностях — на внутренних побуждениях, которые заставляют людей действовать так, а не иначе. Над процессуальными теориями работал Виктор Врум, Лайман Портер, Эдвард Лоулер. Процессуальные теории мотивации в большинстве своем основываются на поведении людей с учетом их восприятия и познания [1, с. 135]. На наш взгляд, наиболее актуальная теория — теория справедливости. Теория отражает то, что сотрудники той или иной организации довольно субъективно определяют отношение полученного вознаграждения к затраченным усилиям и затем соотносят его с вознаграждением других сотрудников, которые, в общем и целом, выполняют аналогичную работу. Если сравнение выявляет какую-либо несправедливость — один сотрудник видит, что его работу оценили хуже, чем работу другого, то у первого возникает психологическое напряжение по отношению не только к себе или к другому сотруднику, но и к самому предприятию. Таким образом, уровень мотивации резко снижается.

Как показывает статистика, если кто-либо из сотрудников считает, что его недооценивают — например, недоплачивают или же не говорят каких-либо ободряющих слов, интенсивность их работы существенно снижается. Для того, чтобы данная теория работала на максимальном уровне, на наш взгляд, необходимо не только заняться разработкой справедливой системой вознаграждений, но и умело воплотить ее в жизнь. Нужно донести до каждого сотрудника о существовании стимулов и мотивов, о том, что делать для получения того или иного вознаграждения.

Со стороны руководства предприятия должна быть обеспечена справедливая оценка, объективный контроль и координация. Контроль — процесс установления отклонений от предусмотренных величин и действий людей в хозяйственной деятельности [2, с. 27]. Мотивация имеет прямое отношение к человеческим ресурсам, под которыми следует понимать одну

из сфер предварительного контроля. Контроль осуществляется в отношении знаний, умений, навыков сотрудников предприятия. Если уровень знаний, умений, навыков соответствует уровню организации и качественному предоставлению услуг, то со стороны руководства должны быть осуществлены мероприятия по стимулированию мотивации своих сотрудников, так как важно не только иметь в наличии, но и поддерживать состояние тех или иных ресурсов.

Таким образом, от мотивации персонала зависит качество услуг организации, от имени которой они их предоставляют. Для повышения мотивации сотрудников, необходимо иметь разработанные элементы мотивационных программ, которые можно воплотить в жизнь, а также необходимо заниматься разработкой и усовершенствованием системы стимулов и мотивов.

Список литературы:

1. Зайцева Н.А. Менеджмент в сфере услуг: туризм и гостиничное дело: учеб. Пособие для студ. учрежд. высш. проф. образования. — М.: Издательский центр «Академия», 2013. — 288 с.
2. Романов В.А. Гостиничные комплексы. Организация и функционирование: учеб. пособие. — В.А. Романов, — Изд. 2-е. — Ростов н/Д: издательский центр «МарТ»; Феникс, 2010. — 221 с.
3. Федцов В.Г. Культура гостинично-туристского сервиса: учебное пособие / В.Г. Федцов. — Изд. 2-е. — Ростов н/Д: Феникс, 2008. — 503 с.

ДЕФИНИЦИЯ ПОНЯТИЯ «ОРГАНИЗАЦИОННОЕ ПОВЕДЕНИЕ»

Шиман Наталья Сергеевна

*студент Финансового университета при Правительстве РФ,
РФ, г. Москва*

Морозюк Юрий Витальевич

*научный руководитель, д-р психол. наук, проф. Финансового университета
при Правительстве РФ,
РФ, г. Москва*

Статья посвящена актуальному на данный момент понятию — «организационное поведение». Актуальность этого вопроса с каждым годом набирает обороты, так как все больше внимания в любой организации стало уделяться человеку, индивиду, личности, его характеру, потенциалу, ценностям, мотивациям, причинам его поведения на рабочем месте.

В настоящее время мы сталкиваемся с ситуацией, когда от поведения человека на работе фактически может зависеть судьба данной организации. Очень много времени и сил руководители посвящают «воспитанию» своего работника, что требует огромного практического опыта, а так же многих психологических навыков общения с персоналом. Однако нельзя сказать, что организационное поведение как система научных знаний и представлений имеет законченный характер и полностью изучена для ее успешного применения на практике.

В связи с этим видится целесообразным изучать поведение человека на рабочем месте. Быть может, благодаря подобным исследованиям в будущем появится возможность предугадывать мотивы и поступки человека, в частности и на рабочем месте, и направлять их в нужное для организации русло с целью эффективного функционирования персонала компании.

Для начала стоит понять, что же представляет собой организационное поведение.

Организационное поведение (от англ. organizational behaviour) можно определить как науку о взаимодействии работников (групп работников) внутри

организации в процессе осуществления рабочей деятельности, исполнения своих обязанностей, реализации своих полномочий.

С другой стороны организационное поведение представляет собой научную дисциплину о причинах и факторах поведения людей в организации; область научных исследований, которая изучает индивидуальные представления работника, его ценности, мотивы поступков при работе в группах и в целой организации.

Основной целью изучения организационного поведения всегда являлась заманчивая возможность управления людьми в процессе их трудовой деятельности. Руководителю необходимо понимать причины и мотивы совершения работниками определенных действий и, более того, уметь их предсказывать.

Литвинюк А.А. представила механизм поведения человека на рабочем месте в виде логической схемы (Рисунок 1) [3].

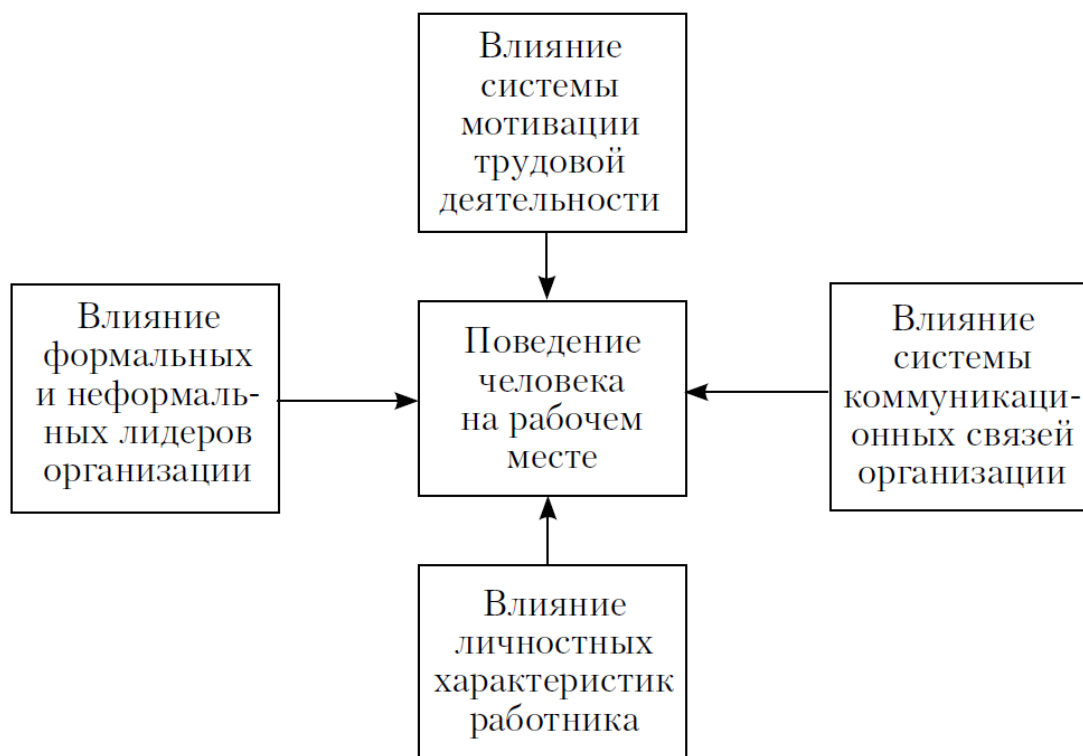


Рисунок 1. Структура механизма поведения человека

Поведение человека на рабочем месте вызвано рядом мотивационных факторов, наличие или отсутствие которых может напрямую влиять на него, изменять его. Схематически влияние этих факторов на поведение работника можно изобразить следующим образом (Рисунок 2):

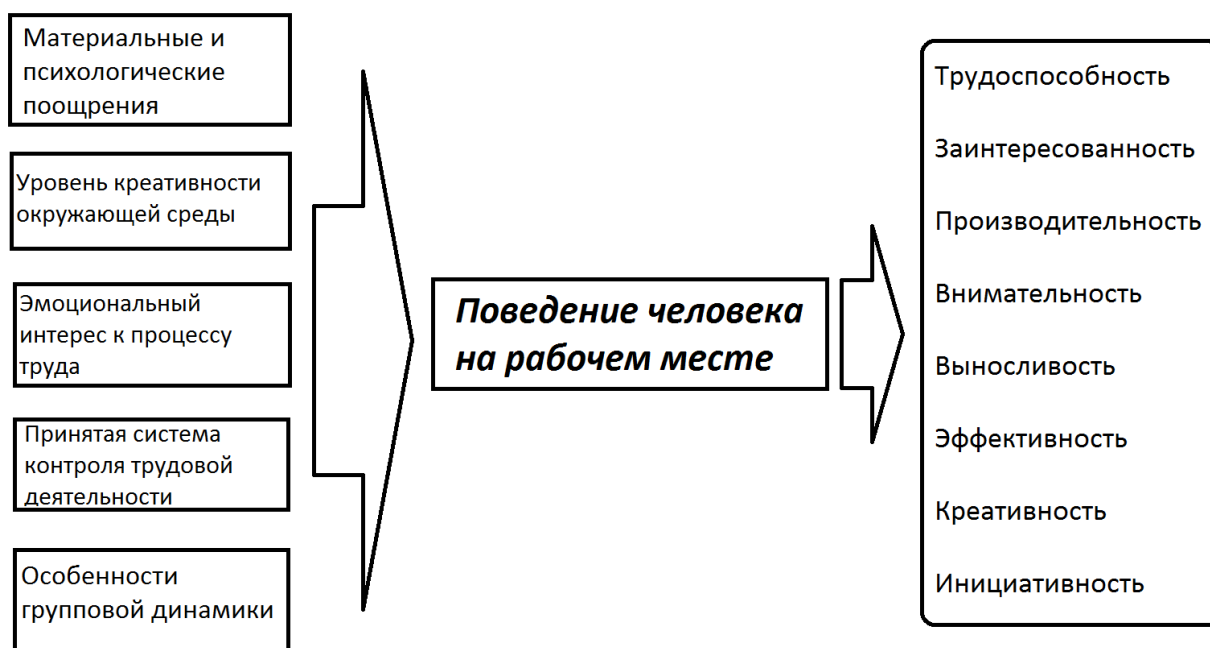


Рисунок 2. Влияние мотивационных факторов на поведение человека на рабочем месте

Таким образом, система мотивации труда, используемая в организации, напрямую оказывает влияние на качество выполнения работником его трудовых обязанностей.

Наиболее четко проблемы организационного поведения были сформулированы впервые в рамках так называемого механического детерминизма (лат. *determinare* — определять). Хронологию и эволюцию развития организационного поведения как системы научных знаний, а так же его взаимосвязь с эволюцией взглядов на другие науки можно представить в виде таблицы:

	Ученые	Идеи
ОП и механический детерминизм	Г. Галилей (1564—1642) и И. Ньютон (1642—1727)	человек воспринимался как объект, который состоит из бескачественных частиц вещества; взаимодействуя друг с другом эти частицы определяют действия и поступки индивидуума
ОП и биологический детерминизм	Ч. Дарвин (1809—1882)	психика человека — самостоятельно функционирующий объект, значительно влияющему на характер деятельности
ОП и психология	Э. Торндайк (1874—1949).	поведения человека — это его реакция в ответ на воздействие окружающей среды
	Э. Толмен (1886—1959) и К. Халл (1871—1955)	человек не только реагирует на воздействие стимулов внешней среды, но и сам может влиять на нее в целях удовлетворения объективно присущих ему потребностей
	Б. Скиннер (1904—1990)	причина поведения - подкрепление, т. е. поощрение или санкция
	Г. Фон Эренфельс (1859—1932), М. Вертгаймер (1880—1943) и В. Келер (1887—1967)	движущей силой человеческого поведения является потребность, т. е. стремление осуществить намеченную субъектом или кем-либо другим для него цель
ОП и психология	З. Фрейд (1856—1939)	поступки человека объяснялись борьбой между сферой бессознательного «Оно» (Id); сознания «Я» (Ego), и «Сверх-Я» (Super-Ego)
	М. Паркет-Фоллет (1863—1933), Э. Мэйо (1880—1949), А. Маслоу (1908—1970) К. Хорни (1885—1952), Э. Фромм (1900—1980) и Г. Салливан (1902—1949)	Впервые встал вопрос о мотивации трудовой деятельности, влиянии на эффективность труда удовлетворенности персонала, а так же о потребностях, групповой динамике и т. п.

В начале 1930-х гг. благодаря М. Паркет-Фоллет, Э. Мэйо, А. Маслоу и активному развитию науки психологии теория организационного поведения начала трансформироваться в прикладную, практическую науку. В Соединенных Штатах Америки в менеджменте сформировалась так называемая «Школа человеческих отношений», в рамках которой и нашла

свое применение теория организационного поведения [1; 2]. Данное направление в менеджменте впервые поставило вопрос о мотивации трудовой деятельности персонала, влиянии на эффективность труда удовлетворенности им, потребностях, групповой динамике и др.

В настоящее время исследование вопросов индивидуальной мотивации и поведения человека на рабочем месте, поведения рабочих групп, лидерства руководителя, межгруппового поведения относятся к «классике менеджмента» и используются руководителями в своей профессиональной деятельности.

Таким образом, раскрыв понятия организационного поведения, выявив факторы, влияющие на поведение человека на рабочем месте, а так же рассмотрев процесс эволюции взглядов на изучение организационного поведения среди ученых, мы оценили значимость изучения данного понятия и проследили, как изменились взгляды на причины организационного поведения начиная с XI в., когда человек воспринимался как объект, состоящий из бескачественных частиц вещества, которые, механически взаимодействуя друг с другом, определяют действия и поступки индивидуума и до наших дней, когда огромное внимание стало уделяться вопросам мотивации трудовой деятельности.

Список литературы:

1. Агафонова М.С., Панченко К.В. Вклад учений школы человеческих отношений в управленческие науки // Современные наукоемкие технологии. 2014. № 7-2. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/vklad-ucheniy-shkoly-chelovecheskih-otnosheniy-v-upravlencheskie-nauki> (дата обращения: 2.12.2014).
2. Духанина А.С., Агафонова М.С. История развития школы человеческих отношений и поведенческих наук // Современные наукоемкие технологии. 2014. № 7-2. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/istoriya-razvitiya-shkoly-chelovecheskih-otnosheniy-i-povedencheskih-nauk> (дата обращения: 2.12.2014).
3. Литвинюк А.А. Организационное поведение: учебник для бакалавров / А.А. Литвинюк. — М.: Издательство Юрайт, 2013. — 505 с. — Серия: Бакалавр. — С. 13.

СЕКЦИЯ 6. РЕКЛАМА И PR

ЛИЧНЫЙ БРЕНД ПОЛИТИКА: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

Чернобривец Татьяна Алексеевна
студент Нижневартковского государственного университета,
РФ, г. Нижневартовск

Патрахина Татьяна Николаевна
научный руководитель, канд. филос. наук, доц.
Нижневартковского государственного университета,
РФ, г. Нижневартовск

В последнее время проблема формирования личного бренда привлекает все больше внимание политиков. Количество людей, готовых формировать и развивать свой бренд ради успешной карьеры, растет с каждым годом. Создание уникального образа помогает выделиться среди остальных участников политических процессов и сформировать у целевых аудиторий правильное восприятие политического образа.

Актуальность темы формирования личного бренда несомненна. По мнению Владимира Якуба, бизнес-тренера, автора серии тренингов и семинаров по развитию карьеры и ораторскому искусству, личный бренд — «это создание устойчивого стереотипа о человеке, который прочно закрепляется в сознании других людей» [4]. Личный бренд помогает успешно выстроить карьеру и формирует дополнительную стоимость политического авторитета. В свою очередь личный бренд политика — это своеобразное обещание общественности, что все данные обязательства будут выполнены, а взятые проекты реализованы. Процесс работы над личным брендом должен идти непрерывно и постоянно.

Тема личного бренда нашла отражение в многочисленных трудах зарубежных и российских ученых: Т. Питерса «Человек-бренд», «Преврати себя в бренд»; Т. Гэда «4d-брендинг: взламывая корпоративный код сетевой

экономики»; Ф. Котлера, И. Рейна, М. Хэмлина, М. Столлера «Персональный брендинг. Технологии достижения личной популярности»; Т. Клоусона «Джейми Оливер. 10 секретов создания персонального бренда»; Л. Линна, П. Ситкинса «Личный бренд. Позаботьтесь о вашей репутации прежде, чем это сделают другие»; И. Алексеевой, Т. Гуляевой «PR высокого полета. Как сделать из топ-менеджера звезду»; В. Маковича, Л. Петрова «Сделай себе имя! Построение личного бренда».

Т. Гэд в своей книге «4d-брендинг» подчеркивает, что брендинг в XXI веке требует особой восприимчивости и выражения, он предлагает четыре измерения качественно созданного личного бренда [1, с. 13]:

1. Функциональное измерение (презентует особенности конкретной личности и то, насколько она может быть полезна обществу);
2. Социальное измерение (определяет положение человека внутри общества);
3. Ментальное измерение (показывает индивидуальность конкретного человека);
4. Духовное измерение (показывает ценности, которые стоят за личным брендом).

Интересен подход Т. Питерса к формированию личного бренда, он представляет личный бренд с позиции трех составляющих [2, с. 78]:

1. Эксклюзивность и последовательность. Бренд — это всегда определенная марка, которая кардинально отличается от других и обладает особыми чертами и преимуществами. За основу личного бренда следует брать изначальную (природную) индивидуальность, которая заложена в каждом человеке. За успешно созданным личным брендом всегда стоит индивидуальность политика и четкая последовательность его действий.

2. Мастерство и актуальность. Создание личного бренда невозможно без профессионального развития и непрерывного процесса обучения. Ведь по-настоящему успешно созданный бренд всегда строится на высокой

профессиональности, что особенно важно для политика, который стремится выразить себя с точки зрения опытного управленца.

3. Самопрезентация и коммуникация. Бренд — это всегда публичность. Бренд не будет работать без грамотной и контролируемой самопрезентации, даже если он построен очень качественно и эксклюзивно. Говоря о презентации личного бренда, нужно иметь в виду все составляющие личности: от внешнего вида до манеры общаться и умения выражать свое мировоззрение. Создание удачного бренда — это всегда грамотная и планомерная работа руководителя над самим собой.

Цель данной работы — проанализировать наличие составляющих личного бренда, по классификации Т. Питерса, известного политика Натальи Владимировны Комаровой, сделать выводы, исходя из анализа представленных данных в биографии губернатора и имеющейся информации в СМИ, определить пути совершенствования формирования личного бренда.

Н.В. Комарова — губернатор Ханты-Мансийского Автономного округа — Югры, ранее — депутат Государственной Думы Российской Федерации, бывший мэр г. Новый Уренгой.

1. Эксклюзивность и последовательность. Индивидуальность политика — основа личного бренда, на ней строится вся дальнейшая работа с персональным имиджем. Индивидуальность Натальи Комаровой, как человека и политика, не представлена на должном уровне. В ее биографии нет эксклюзивной информации, которая могла бы выделить ее среди остальных политиков.

Например, Президент Российской Федерации, В.В. Путин, профессионально владеет навыками борьбы, увлекается катанием на горных лыжах, освоил катание на коньках и начал играть в хоккей. Д.А. Медведев с детства увлекался тяжелым роком, занимался плаванием и йогой. Р.А. Кадыров, глава Чеченской Республики — мастер спорта по боксу и активный пользователь сервиса Instagram.

2. Мастерство и актуальность. С точки зрения мастерства, Наталью Владимировну позиционируют как профессионала своего дела. Закончила

Коммунарский горно-металлургический институт по специальности «Экономика и организация строительства». Помимо теоретической подготовки имеет достаточно большой практический опыт работы в сфере государственного управления: 1988—1992 гг. — заместитель председателя Горисполкома, председатель городской плановой комиссии; 1992—1994 гг. — первый заместитель главы Администрации города Новый Уренгой; 2000—2001 гг. — заместитель губернатора Ямало-Ненецкого автономного округа. Комарова Н.В. неоднократно весьма успешно баллотировалась в Государственную Думу Российской Федерации, она имеет многочисленные награды [4].

С точки зрения наличия информации о непрерывности обучения и профессионального саморазвития, личный бренд Натальи Комаровой имеет направления совершенствования. В публичной биографии губернатора не представлена актуальная информация о повышении квалификации, дополнительном обучении и т. д.

3. Самопрезентация и коммуникация. Н.В. Комарова придерживается строгого стиля в одежде: черный, белый и серый — главные цвета ее гардероба. На ее лице всегда минимум макияжа, который практически не заметен, у нее всегда аккуратная, без каких-либо излишеств, прическа — все эти факты свидетельствуют о чрезмерной сдержанности в стиле губернатора. Речь Натальи Владимировны четкая и грамотная, без слов-паразитов. Во время выступлений она часто прибегает к «открытым» жестам, что вызывает доверие к ней не только как к губернатору, но и простому человеку. Доверие также вызывает улыбка, которая практически всегда присутствует на ее лице.

Таким образом, исходя из вышеизложенного, можно говорить о том, что в личном бренде Н.В. Комаровой основной упор делается на позиционирования мастерства губернатора, как политика и управленца. В биографии четко обозначен карьерный путь Натальи Владимировны, что характеризует ее как специалиста в своей области, однако не показана актуальность, т. е. не продемонстрировано текущее состояние развития профессионализма посредством непрерывного обучения и развития. В личном

бренде губернатора ХМАО-Югры недостаточно представлена такая составляющая, как эксклюзивность. Современному политику рекомендуется формировать представление о себе как об индивидуальности, имеющей свои интересы, хобби, так как разные целевые аудитории формируют отношение лояльности к политику исходя из разнопланового содержания информационных сообщений.

Список литературы:

1. Гэд Т. 4D БРЭНДИНГ: взламывая корпоративный код сетевой экономики. — СПб.: «Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге», 2005. — 133 с.
2. Питерс Т. Человек-бренд. — СПб.: «Вильямс», 2006. — 233 с.
3. Скажи, какой ты бренд, и я скажу, кто ты — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL:http://www.profcareer.ru/lib/art_brand.php?PHPSESSID=hq059t68brf1q55mtdtoe07om2 (дата обращения 2.12.2014).
4. Ханты-Мансийский Автономный округ — Югра. Единый официальный сайт государственных органов. Биография губернатора — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL:<http://www.admhmao.ru/wps/portal/hmao/gubernator/oficialno/biografiya> (дата обращения 21.11.2014).

СЕКЦИЯ 7. ЭКОНОМИКА

НАЛОГИ КАК ИНСТРУМЕНТ РЕГИОНАЛЬНОГО ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ

Абдрашитова Алена Тимуровна

*студент Московского Государственного Университета Экономики,
Статистики и Информатики,
РФ, г. Москва*

Успенский Иван Викторович

*студент Московского Государственного Университета Экономики,
Статистики и Информатики,
РФ, г. Москва*

Колчин Сергей Павлович

*научный руководитель, доц. Московского Государственного Университета
Экономики, Статистики и Информатики,
РФ, г. Москва*

В развитие экономики в развитых стран мира прослеживается тенденция перехода от индустриального этапа развития к инновационному. Согласно оценкам зарубежных и российских экспертов, экстенсивные факторы роста (такие как, увеличение числа занятых, увеличение запасов пресной воды, увеличение масштабов добычи не возобновляемых ресурсов и увеличение возможностей приращения новых площадей плодородных земель) вскоре достигнут максимального уровня использования. Для решения этих проблем создана национальная инновационная система (НИС), которая включает в себя различные региональные инновационные подсистемы (РИПС).

РИПС в России по методам формирования делятся на три группы:

1. Сформированные по инициативе федеральных органов в рамках НИС.
2. Созданные в рамках пилотных проектов (Сколково, ОЭЗ).
3. Сформированные по инициативе региона, как один из способов улучшения его социально-экономического развития (Томская область).

Общие и индивидуальные подходы государственного регулирования (такие как, бюджетные и налоговые) применяются для каждой группы.

Основные направления налогового стимулирования НИОКР.

Основные направления налогового стимулирования инновационной деятельности:

1. Создаются специальные налоговые режимы по поддержке инновационной деятельности в рамках специальных экономических зон и технопарков.

2. Применение специальных налоговых льгот для деятельности инновационных организаций.

3. Предприятиям, связанных с реализацией ими инновационных проектов, предоставляются отдельные налоговые льготы [1; 2].

Первое и второе направление налоговой поддержки инноваций ограничены спецификой деятельности или территориальным признаком (группы 1 и 2).

Следует рассмотреть возможные налоговые преференции в рамках третьего направления, которые представлены в федеральных законах [2; 4; 5; 6; 7].

Таблица 1.

Налоговые преференции в части научно-инновационной деятельности

Вид налога	Характеристика льготы	Норма закона
Налог на добавленную стоимость	Передача, реализация и выполнение на территории России исключительных прав на изобретения, полезные модели, программы для ЭВМ, промышленные образцы, секреты производства (ноу-хау), базы данных, топологии интегральных микросхем и прав на использование указанных результатов интеллектуальной деятельности на основании лицензионного договора не облагается НДС.	пп. 26 п. 2 ст. 149 НК РФ

<p>Налог на прибыль</p>	<p>1. Доходы Не облагаются налогом доходы организации в виде средств целевого финансирования (бюджетных ассигнований), которые были получены из РФФИ, РФТР, ФФПИ и грантов на условиях, определяемых законодательством, в том числе в виде инвестиций, полученных во время проведения инвестиционных конкурсов.</p> <p>2. Расходы 2.1. Уменьшить налоговую базу при исчислении налога на прибыль позволяет включение в состав прочих расходов организации расходов на проведение НИОКР (создание новой или усовершенствование выпускаемой продукции, создание новых или усовершенствований применяемых технологий, методов организации производства и управления). Устраняется зависимость включения расходов от результатов НИОКР, момент включения расходов на НИОКР в налоговую базу не связывается с использованием исследований и разработок в производстве и при реализации товаров.</p> <p>2.2. Сумма расходов на НИОКР в налоговую базу включаются в размере фактических затрат с применением повышающего коэффициента 1,5 (их перечень утвержден постановлением Правительства РФ от 24.12.2008 № 988). К таким расходам на НИОКР дополнительно относятся отчисления в фонды поддержки научно-технической и инвестиционной деятельности, которые были сформированы в соответствии с ФЗ «О науке и государственной научно-технической политике». Для правомерности использования коэффициента 1,5 налогоплательщик должен представить в налоговый орган отчет о выполненных НИОКР. Если отчет не представлен, расходы на НИОКР признаются только в размере фактических затрат.</p> <p>2.3. Создание резерва предстоящих расходов на НИОКР разрешено на срок не более 2 лет на основании сметы расходов на НИОКР, при этом предельный размер отчислений установлен в размере 3 % от величины доходов от реализации.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • пп. 14 п. 1 ст. 251 НК РФ; • ст. 262 НК РФ; • п. 13 ст. 258 НК РФ; • пп. 2 и 3 п. 2 ст. 284.2 НК РФ; • ст. 267.2 НК РФ • пп. 4 п. 1 и пп. 2 п. 2 ст. 259.3 НК РФ; • п. 5 ст. 262 НК РФ
-------------------------	---	--

	<p>2.4. Возможность применения амортизации для инновационных производств установлена для заказчиков НИОКР с использованием повышающих коэффициентов:</p> <ul style="list-style-type: none"> — к объектам с высокой энергоэффективностью в пределах 2; — к основным средствам, которые используются только для осуществления научно-технической деятельности в пределах 3. <p>2.5. На прибыль с дохода от реализации акций компаний инновационного сектора установлены правила применения нулевой ставки налога (ст. 284.2 НК РФ).</p>	
Страховые взносы	<p>Право использования пониженного тарифа страховых платежей в размере 14 % на сектор ИТ (для компаний, прошедших аккредитацию в Минсвязи), а также на проектные и научные организации, аккредитованные в Минпромторге и Минобрнауки. Платежи распределяются в следующем порядке: 8 % в ПФР, 2 % в ФСС и 4 % ФФОМС.</p> <p>Аналогичные тарифы используют хозяйственные общества, созданные бюджетными научными учреждениями и вузами, которые осуществляют НИОКР и внедряют результаты интеллектуальной деятельности в производство, а также субъекты, осуществляющие технико-внедренческую деятельность</p>	ст. 58 Закона от 24.07.2009 № 212-ФЗ
Инвестиционный налоговый кредит	<p>Организации, выполняющие внедренческую или инновационную деятельность, имеют право на использование инвестиционного налогового кредита. При этом организация обязана представить в налоговые органы бизнес-план инвестиционного проекта. Инвестиционный налоговый кредит может быть предоставлен на срок от одного года до пяти лет, а в случае включения налогоплательщика в реестр резидентов зоны территориального развития — на срок до десяти лет</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ст. 66 НК РФ; • пп. 2, 6 п. 1 ст. 67 НК РФ; • приказ ФНС России от 28.09.2010 № ММВ-7-8/469@; • приказ ФНС России от 30.11.2010 № ММВ-7-8/666@

При расчете расходов на НИОКР льготный механизм подлежит строгому регулированию.

Во-первых, жестко установлены правила уменьшения налоговой базы на расходы по НИОКР с применением повышающего коэффициента 1,5 в соответствии с перечнем постановления Правительства РФ.

Во-вторых, в отношении налога на имущество выделяются только объекты, которые характеризуются высокой энергоэффективностью.

В-третьих, только отдельные субъекты, которые имеют соответствующую аккредитацию или созданы бюджетными научными учреждениями могут использовать пониженные страховые взносы.

Региональные налоговые льготы.

На территории субъекта РФ для целей поддержки инновационной деятельности, в соответствии с действующим законодательством, потенциально могут быть реализованы региональные налоговые льготы по следующим видам налогов.

Налог на прибыль.

Налоговая ставка составляет 20 %, при этом сумма налога в размере 2 % зачисляется в федеральный бюджет и 18 % зачисляется в бюджеты субъектов федерации. Налоговая ставка налога, подлежащего зачислению в бюджеты субъектов федерации, законами субъектов РФ может быть понижена для отдельных категорий налогоплательщиков. При этом указанная налоговая ставка не может быть ниже 13,5 % [4, п. 1, ст. 284]. Максимальный размер льготы составляет 4,5 % (18 %—13,5 %).

Налог на имущество организаций.

Предоставляется льгота в размере средств, которые подлежат зачислению в региональный бюджет. В некоторых случаях допускается снижение ставки по налогу на имущество на 50 %.

Земельный налог.

Льготы предоставляются для субъектов инвестиционной деятельности в размере средств, которые подлежат зачислению в региональный бюджет.

Заключение.

Подводя итог всему вышесказанному о предоставлении налоговых льгот субъектам инновационной деятельности следует отметить, что на региональном уровне законодатели серьезно ограничены федеральным законодательством, а имеющиеся возможности предпочитают использовать для решения в первую очередь социально-экономических задач в ущерб поддержки научно-технического направления бизнеса.

Список литературы:

1. Иванов Ю.Б. Налоговые аспекты государственной поддержки инновационной деятельности предприятий / Материалы междунар. науч.-практич. конф.; под ред. Р.М. Нижегородцева. — М., 2006. — С. 114.
2. Налоговый кодекс РФ: федер. закон: принят 5 авг. 2000 г. № 117-ФЗ (с доп. и изм. от 6 декабря 2011 г. № 405-ФЗ) — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
3. Рашкин В.Ф. Некоторые аспекты государственного регулирования инновационной деятельности в Российской Федерации // Недвижимость и инвестиции. Правовое регулирование. — 2007. — № 5–9. — С. 11.
4. Федеральный закон от 23.08.1996 № 127-ФЗ «О науке и государственной научно-технической политике» (в ред. от 03.12.2011).
5. Федеральный закон от 28.09.2010 № 244-ФЗ «Об инновационном центре «Сколково»» (в ред. от 28.11.2011).
6. Федеральный закон от 30.11.2011 № 371-ФЗ «О федеральном бюджете на 2012 год и на плановый период 2013 и 2014 годов».
7. Федеральный закон от 24.06.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (в ред. от 06.12.2011).
8. Федеральный закон от 11.01.2011 № 1315-01-ЗМО2 «О государственной поддержке инвестиционной деятельности на территории Мурманской области».

ФИНАНСОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА КУРСКОЙ ОБЛАСТИ

Алмосова Ольга Владимировна

*магистрант 2 курса, кафедра финансов и кредита
ФГБОУ ВПО «Курская ГСХА имени профессора И.И. Иванова,
РФ, г. Курск*

Соловьева Татьяна Николаевна

*научный руководитель, канд. экон. наук, проф.
ФГБОУ ВПО «Курская ГСХА имени профессора И.И. Иванова,
РФ, г. Курск*

В настоящее время сельское хозяйство является одной из наиболее важных отраслей экономики. Это связано с тем, что оно имеет важное значение, т. к. от уровня его развития зависит продовольственная безопасность страны в целом. Поэтому высокий уровень развития сельского хозяйства, его ликвидность и платежеспособность оказывают влияние на устойчивое развитие экономики. Зачастую сельхозтоваропроизводителям приходится сталкиваться с проблемой нехватки собственного и оборотного капитала, что в целом приводит к сдерживанию развития отрасли сельского хозяйства. Из вышесказанного следует, что кредит для сельского хозяйства является наиболее распространенной формой привлечения заемных средств необходимых для нужд сельхозтоваропроизводителей. Как показывает практика, кредитование сельскохозяйственных предприятий требует постоянной поддержки со стороны государства. Необходимость государственной поддержки сельского хозяйства обусловлена существованием многочисленных проблем в данной отрасли. Актуальность государственной поддержки сельского хозяйства региона в настоящее время связана с сложившейся внешне-экономической ситуацией на рынке сбыта, что побуждает принимать чрезвычайные меры по обеспечению продовольственной безопасности в регионах и стране в целом. Показатели возмещения части процентной ставки по кредитам и займам за 2013—2014 гг. представлены в таблице 1.

Таблица 1.

**Возмещение части процентной ставки по кредитам и займам
за 2013—2014 гг. [2]**

Направление государственной поддержки	Предусмотрено в 2013 году, тыс.руб.			Предусмотрено в 2014 году, тыс.руб.*		
	Всего	в т. ч. за счет средств		Всего	в т. ч. за счет средств	
		Федерального бюджета	Бюджета субъекта РФ		Федерального бюджета	Бюджета субъекта РФ
Возмещение части процентной ставки по инвестиционным кредитам (займам) на развитие растениеводства, переработки и развития инфраструктуры и логистического обеспечения рынков продукции растениеводства	157 934	147 955	9 979	183 567	166 294	17 273
Возмещение части процентной ставки по инвестиционным кредитам (займам) на развитие животноводства, переработки ее продукции, развития инфраструктуры и логистического обеспечения рынков продукции животноводства	2 145 298	1 799 777	345 521	1 916 092	1 736 265	179 826
Возмещение части процентной ставки по краткосрочным кредитам (займам) на развитие животноводства, переработки и реализации продукции животноводства	33 817	29 696	4 121	28 443	21 879	6 564
Возмещение части процентной ставки по краткосрочным кредитам (займам) на развитие растениеводства, переработки и реализации продукции растениеводства	653 040	593 420	59 620	149 184	126 347	22 837
Возмещение части процентной ставки по долгосрочным, среднесрочным и краткосрочным кредитам, взятым малыми формами хозяйствования	30 036	28 174	1 862	38 762	36 394	2 368
Итого по направлению	3 020 125	2 599 021	421 103	2 316 047	2 087 179	228 869

* Дата актуализации 10.08.2014 г.

По данным таблицы 1, часть процентной ставки по кредитам и займам планируется возместить в 2014 г. в размере 2 316 047 тыс. руб., что на 704 078 тыс. руб. меньше, чем в 2013 г. Из федерального бюджета планируется возместить в 2014 г. 2 087 179 тыс. руб., что на 511 842 тыс. руб. меньше, чем в 2013 г. Из регионального бюджета — 228 869 тыс. руб., что на 192 234 тыс. руб. меньше, чем по отношению к данным предыдущего периода. Возмещение части процентной ставки по инвестиционным кредитам (займам) на развитие растениеводства, переработки и развития инфраструктуры и логистического обеспечения рынков продукции растениеводства в 2014 г. планируется произвести в размере 183 567 тыс. руб., что на 25 633 тыс. руб. больше, чем в 2013 г. Из федерального бюджета планируется выделить в 2014 г. 166 294 тыс. руб., что на 18 339 тыс. руб. больше, чем в 2012 г. Из регионального бюджета планируется выделить 17 273 тыс. руб., что на 7 294 тыс. руб. больше, чем в 2013 г. Возмещение части процентной ставки по инвестиционным кредитам (займам) на развитие животноводства, переработки ее продукции, развития инфраструктуры и логистического обеспечения рынков продукции животноводства в 2014 г. планируется произвести в размере 1 916 092 тыс. руб., что на 229 206 тыс. руб. меньше, чем в 2013 г. Из федерального бюджета в 2014 г. планируется выделить 1 736 265 тыс. руб., что на 63 512 тыс. руб. меньше, чем в 2013 г. Из регионального бюджета в 2014 г. планируется выделить 179 826 тыс. руб., что на 165 695 тыс. руб. меньше, чем в 2013 г. Возмещение части процентной ставки по инвестиционным кредитам (займам) на строительство и реконструкцию объектов для мясного скотоводства не производилось. Возмещение части процентной ставки по краткосрочным кредитам (займам) на развитие животноводства, переработки и реализации продукции животноводства в 2014 г. планируется произвести в размере 28 443 тыс. руб., что на 5 374 тыс. руб. меньше, чем в 2013 г. Из федерального бюджета планируется выделить 21 879 тыс. руб., что на 7 817 тыс. руб. меньше, чем в 2013 г. Из регионального бюджета в 2014 г. планируется выделить

средства в размере 6 564 тыс. руб., что на 2 443 тыс. руб. больше, чем в 2013 г. Возмещение части процентной ставки по краткосрочным кредитам (займам) на развитие растениеводства, переработки и реализации продукции растениеводства в 2014 г. планируется произвести в размере 149 184 тыс. руб., что на 503 856 тыс. руб. меньше, чем в 2013 г. Из федерального бюджета планируется произвести возмещение в размере 126 347 тыс. руб., что на 467 073 тыс. руб. меньше, чем в 2013 г. Из регионального бюджета планируется произвести возмещение в отчетном году в размере 22 837 тыс. руб., что на 36 783 тыс. руб. меньше, чем в 2013 г. Возмещение части процентной ставки по долгосрочным, среднесрочным и краткосрочным кредитам, взятым малыми формами хозяйствования в 2014 г. планируется произвести в размере 38 762 тыс. руб., что на 8 726 тыс. руб. больше, чем в 2013 г. Из федерального бюджета в отчетном периоде планируется произвести возмещение в размере 36 394 тыс. руб., что на 8 220 тыс. руб. больше, чем в 2013 г. Из регионального бюджета в 2014 г. планируется возместить 2 368 тыс. руб., что на 506 руб. больше. Субсидии на компенсацию части затрат по страхованию урожая сельскохозяйственных культур и многолетних насаждений в 2012 г. были выделены в размере 160 580 тыс. руб.: из федерального бюджета 152 551 тыс. руб., из бюджета субъекта — 8 029 тыс. руб.

По данным Министерства сельского хозяйства, для того чтобы получить субсидии на возмещение части процентной ставки по кредитам и займам из федерального и областного бюджетов, получателю субсидий необходимо предоставить в Комитет АПК Курской области необходимые документы. Все вопросы по предоставлению субсидий подлежат рассмотрению на инвестиционном совете. Также необходимо отметить, что Комитет АПК вправе проверять предоставленный пакет документов необходимы для получения субсидии. В течении 10 рабочих дней со дня регистрации принятого пакета документов Комитет АПК извещает сельхозтоваропроиз-

водителя о принятии заявки к рассмотрению или об отказе в его принятии с указанием причин отказа [2].

Как показывает практика, возмещение части процентной ставки по кредитам и займам приводит к незначительному снижению задолженности сельхозтоваропроизводителей. Данная проблема сдерживает темпы роста отрасли сельского хозяйства, т. к. для банков она является рискованной и нерентабельной по некоторым направлениям. Показатели рентабельности реализованной продукции сельского хозяйства представлены в таблице 2.

Таблица 2.

Рентабельность продукции, реализованной сельскохозяйственными организациями по Курской области (в процентах)

Показатели	2005	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Зерно (включая кукурузу)	11.7	59.6	29.6	7.0	10.5	20.4	53.8	36.5
Сахарная свекла (фабричная)	1.6	9.9	3.8	34.0	43.2	34.7	13.9	22.1
Картофель	7.2	7.4	46.4	-	35.5	25.0	-18.6	-37.3
Овощи (открытого грунта)	-30.8	-	-	-	31.7	80.5	-54.5	-55.3
Молоко цельное	-0.7	7.5	0.1	-11.0	19.0	12.3	-0.9	6.1
Скот и птица на убой (в живом весе):								
• -крупный рогатый скот	-25.9	-24.5	-28.6	-25.0	-31.7	-30.3	-29.2	-43.9
• -свиньи	3.5	-16.5	6.8	23.0	23.4	26.7	44.0	28.5
• -овцы и козы	-59.0	-42.8	-52.1	-	-39.8	-23.5	21.9	-43.7
• -птица	8.5	14.7	18.7	28.0	20.3	19.6	26.2	4.5
Яйца	25.0	-16.4	37.1	72.0	10.2	2.5	-2.7	-4.6
Шерсть	-87.6	-80.8	-83.5	-	-81.7	-88.3	-77.9	7.5

По данным таблицы 2, рентабельность крупного рогатого скота за 2005—2013 гг. имела отрицательную динамику на протяжении всего периода. Отрицательное значение рентабельности наблюдается в отчетном периоде по показателю картофеля, овощей, овец и коз, яйца также имеют очень низкую рентабельность. Низкая рентабельность по некоторым показателям обусловлена высокими затратами на производство продукции, покрыть которые некоторые сельхозтоваропроизводители собственными силами не в силах.

Основными кредиторами сельского хозяйства региона являются крупные банки такие, например, как Россельхозбанк и Сбербанк России. Решить данную проблему достаточно непросто, поскольку сельское хозяйство чувствительно к различного рода внешним и внутренним факторам. Основные факторы, оказывающие влияние на эффективность функционирования системы кредитования сельскохозяйственных товаропроизводителей представлены на рисунке 1.

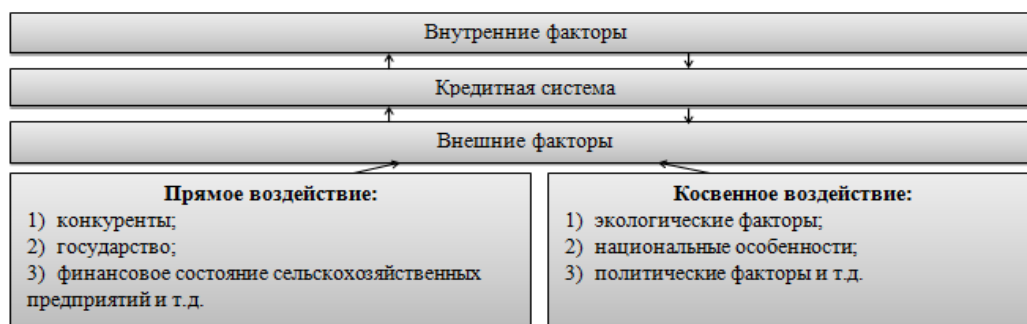


Рисунок 1. Факторы, оказывающие влияние на эффективность функционирования системы кредитования сельскохозяйственных товаропроизводителей

Для оптимизации процесса кредитования сельского хозяйства приоритетными направлениями в настоящее время являются: 1) создание оптимальных условий для поддержки эффективных проектов сельхозтоваропроизводителей; 2) осуществление регулирования цен на сельскохозяйственную продукцию.

В настоящее время существуют некоторые проблемы, которые тормозят процесс развития кредитования сельского хозяйства, а именно: 1) необходимость разработки полной нормативно-правовой базы, регулирующие правоотношения между сельхозтоваропроизводителями и кредиторами, а также совершенствование системы контроля за ее исполнением; 2) необходимо повысить адаптацию сельского хозяйства к изменяющимся внешним и внутренним факторам, для снижения рисков; 3) необходимо осуществлять мониторинг проблем в области кредитования сельского хозяйства, а также осуществлять разработку возможных сценарий для их решений

при возникновении различного рода факторов воздействия; 4) формирование региональной экспериментально-технологической платформы по развитию сельского хозяйства; 5) необходимо развивать систему страхования сельского хозяйства от возможных рисков и т. д.

Для повышения инновационной активности сельского хозяйства региона и инвестиционной привлекательности необходимы согласование действий и усилия со стороны федеральных, региональных органов власти и аграрного бизнеса, что предполагает стимулирование и осуществление инвестиций, эффективный маркетинг и внедрение результатов исследований и разработок на основе лизинга, аренды, целевого финансирования, льготного кредитования и налогообложения, долевого участия государства [1]. Для этого необходимо формирование у них конкурентных преимуществ. Этому может способствовать внедрение современных высокопроизводительных технологий, формирование качественного кадрового потенциала региона, а также финансовое стимулирование данной отрасли, в том числе и со стороны государства, поскольку это требует значительного многократного увеличения прямой бюджетной поддержки сельского хозяйства. Значение его не только в обеспечении потребностей людей в продуктах питания, обеспечении продовольственной безопасности, но и в том, что он существенно влияет на занятость населения и эффективность всего национального производства.

Список литературы:

1. Воропаева Е.Ю. Совершенствование финансового механизма государственной поддержки АПК в условиях интеграции и глобализации мирового пространства / Е.Ю Воропаева // Российское предпринимательство. — 2012 г. — № 12 (210) С. 123—127.
2. Справочник Министерства сельского хозяйства // [Интернет источник] Режим доступа. — URL:<http://www.gp.specagro.ru/region/document>.
3. Статистический ежегодник Курской области. 2014: Статистический сборник / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Курской области. — Курск, 2014. — 445 с.

АНАЛИЗ ПРИЧИН И ПОСЛЕДСТВИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИХ САНКЦИЙ ПРОТИВ РОССИИ

Безгин Никита Павлович

*студент Самарского государственного аэрокосмического университета,
РФ, г. Самара*

Бугаев Денис Владимирович

*студент Самарского государственного аэрокосмического университета,
РФ, г. Самара*

Морозова Светлана Анатольевна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доц. кафедры экономики
Самарского государственного аэрокосмического университета,
РФ, г. Самара*

В середине марта 2014 года, после того как Россия, вопреки прозвучавшим предупреждениям, признала итоги общекрымского референдума, поддержала одностороннее провозглашение независимости Республики Крым и приняла ее предложение о вхождении в состав России, США и Евросоюз, Австралия, Новая Зеландия и Канада ввели в действие первый пакет санкций. Эти меры предусматривали замораживание активов и введение визовых ограничений для лиц, включенных в специальные списки, а также запрет компаниям стран, наложивших санкции, поддерживать деловые отношения с лицами и организациями, включенными в списки. Помимо указанных ограничений, было также предпринято сворачивание контактов и сотрудничества с Россией и российскими организациями в различных сферах.

Последующее расширение санкций (апрель-май) было связано с обострением ситуации на востоке Украины. Организаторы санкций обвинили Россию в действиях, направленных на подрыв территориальной целостности Украины, в частности, в поставке оружия пророссийским повстанцам.

Следующий виток санкций был связан с катастрофой Boeing 777 в Донецкой области 17 июля 2014 года, причиной которой, по мнению руководства ряда государств, стали действия повстанцев, поддерживаемых Россией [4].

Следует отметить, что данные санкции обладают довольно странной точечной направленностью. Ограничения затрагивают не государство в целом, а отдельных резидентов страны: физические лица и коммерческие структуры. Если ознакомиться с отраслевой структурой санкций, то можно заметить, что они направлены против конкурентоспособных на данный момент отраслей российской экономики: нефтяной, газовой, банковской.

Если рассмотреть направления налагаемых санкций в нефтяной отрасли, то можно установить, что они, в первую очередь, направлены на российские нефтяные компании и их дочерние предприятия. Во-вторых, санкции запрещают экспортировать в Россию товары и технологии для освоения месторождений нефти и нефтепереработки. В-третьих, санкции содержат запрет на инвестиции в энергетические секторы России

Если рассмотреть баланс сил стран на мировом рынке нефти, то можно заключить, что данный рынок в большей частью контролируется трансконтинентальными компаниями, принадлежащими США и Великобритании: Chevron, ExxonMobil, Shell, и т. д. При этом США, в отличие от Великобритании является крупнейшим потребителем нефти. Однако, несмотря на лидирующие позиции по потреблению, в период с 2006 по 2013 год США увеличила объем добычи нефти на 48 %, сократив при этом объемы импорта в 2 раза [7].

Вторым крупнейшим потребителем нефти после США является Европейский Союз. Европа импортирует 70 % (530 млн. тонн) от объема потребления нефти, и в отличие от США. Данная зависимость увеличивается ввиду падения объемов внутренней добычи. Европейский Союз является самым перспективным рынком для экспортеров нефти. Треть поставок нефти в Европу обеспечивается Россией [2].

В результате роста добычи нефти внутри США, американские и британские трансконтинентальные компании, которые ранее поставляли нефть из стран ближнего Востока в США, начинают искать альтернативные рынки ее сбыта. Поскольку Европейский Союз стабилен, платежеспособен

и занимает ведущее место по импорту, то для американских и британских нефтяных компаний, он является безальтернативным вариантом. Трансконтинентальные компании готовы удовлетворять спрос на европейском рынке нефти, но они наталкиваются на экспансию российских нефтяных компаний. Единственным выходом для американских и британских компаний является выдавливание российских компаний с европейского рынка с помощью санкций.

Ситуация с газом аналогична ситуации с нефтью. Европейский союз удовлетворяет свою потребность в газе с помощью поставок из России, а также Норвегии и Алжира. Несмотря на все многообразие поставщиков, Европейский союз пытается их диверсифицировать. С начала 2000 года американские корпорации, такие как Shell, ExxonMobil и т. д. начинают вкладывать средства в разработку сланцевого газа. В период с 2006 по 2012 год в США происходит рост производства газа, закончившийся избыточным предложением газа на внутреннем рынке США и обвалом к 2012 году цен на газ [5; 7].

Насыщение газового рынка внутри страны, при стремительном росте объемов производства, заставляет трансконтинентальные компании искать новые рынки сбыта. Поэтому, эти компании будут нуждаться в крупных рынках сбыта, прежде всего, в рынках стран Европы и Азии. Поставка американского газа на европейский рынок, где средняя рыночная цена на газ составляет свыше 300 долларов, будет выгодна, как для США, так и для Европы.

Проблема экспорта американского газа на рынок Европы в настоящее время ограничивается рядом факторов:

1. Отсутствие в США экспортных СПГ-терминалов.
2. Долгосрочные контракты с Газпромом на поставку российского газа в Европейский Союз.

Когда США решат вопрос с экспортными терминалами достаточных пропускных мощностей, то Газпром будет выдавливаться с европейского рынка.

Этим объясняются основные направления санкций в газовой отрасли:

1. Санкции в отношении российских газовых компаний и их дочерних предприятий, а также вспомогательных компаний отрасли.

2. Отказ от совместных проектов в газовой сфере и инвестирования перспективных проектов.

Что касается банковского сектора, то здесь складывается следующая ситуация. Введенные Западом антироссийские санкции имеют следующие направления:

1. Заморозка российских финансовых активов физических и юридических лиц.

2. Отключение российских банковских структур от международных платежных систем.

3. Сокращение клиентского портфеля за рубежом.

4. Ограничение доступа к инвестиционным проектам.

5. Ограничение доступа к внешним заимствованиям.

6. Ограничение финансовой свободы российских компаний за рубежом.

Данные ограничения имеют следующие предпосылки. Продвижение крупного бизнеса на внешние рынки чаще всего сопряжено с продвижением банковского капитала на данные рынки. Усиление позиций российского бизнеса на европейском рынке было сопряжено с экспансией российского банковского капитала на рынок Европы, с целью поддержки российских экспортных компаний и участия российского капитала в крупных международных инвестиционных проектах. Финансовые резервы, накопленные РФ, позволили российским государственным банкам в первые годы после мирового финансового кризиса начать приобретать зарубежные банковские активы и расширять филиальную сеть за рубежом. Тем более что многие банки Европы и мира оказались в затруднительном финансовом положении и охотно продавались.

Рост валютных резервов и капитализации российских банков, а также финансовые затруднения (вызванные мировым финансовым кризисом)

ведущих мировых банковских институтов, позволил России осуществить экспансию на внешние финансовые рынки и закрепиться на них с целью поддержки российских компаний за рубежом. Ведущие российские банки операционно и финансово поддерживают деятельность нефтегазовых и иных компаний России на внешних рынках. Введение санкций против российских банков может привести к вытеснения российских компаний с внешних рынков, и прежде всего — европейского.

Введенные Западом санкции уже негативно сказываются на экономике России. По оценке экс-министра финансов Алексея Кудрина введенные санкции обошлись России в этом году в 1—1,5 % недополученного экономического роста, что составляет примерно 350 миллиардов рублей.

Не менее пессимистическую оценку дают и в финансово-экономических министерствах. Так, по заявлению директора департамента долгосрочного стратегического планирования Минфина Максима Орешкина, российская экономика от «усилившегося влияния геополитической напряженности» потеряла 2 % ВВП [6].

Анализ санкций показывает, что они направлены на ограничение присутствия российских компаний в различных сегментах мирового и, прежде всего, европейского рынка, на долю которого приходится половина внешнеторгового оборота РФ

Полная экономическая изоляция России выглядит сомнительной, ввиду глубокой интеграции мировых капиталов. К примеру, США и ЕС, вводя санкции против «Роснефти» ущемляют интересы британской компании BP, которой принадлежит 19,75 % акций компании. Ограничения поставок российского газа на рынок ЕС, что в настоящее время невозможно, скажется на доходах Bank of New York, которому принадлежит 27 % акций «Газпрома». Ситуация аналогична и с другими отраслями. Больше всего страдают от санкций те компании, в которых меньше доля иностранного капитала и выше доля Российской Федерации или ее резидентов [1; 3].

Россия в числе мировых лидеров по производству нефти и газа и эскалация конфликта с ней может привести к глобальному росту цен на нефть и газ, что может существенно усугубить и без того тяжелое посткризисное экономическое положение развитых капиталистических экономик.

Список литературы:

1. Газпром — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Газпром> (дата обращения 15.11.2014). (дата обращения 15.11.2014).
2. Крупнейшие экспортеры и импортеры нефти — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.uptrading.ru/main/internet_trejding_na_finansovyh_rynках/informacionnyj_blok_trejderainvestora/rynok_syrya_neft_i_gaz/krupnejshie_eksportry_i_importry_nefti/ (дата обращения 15.11.2014).
3. Роснефть — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Роснефть> (дата обращения 15.11.2014). (дата обращения 15.11.2014).
4. Санкции в связи с украинскими событиями 2014 года — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Санкции_в_связи_с_украинскими_событиями_2014_года (дата обращения 15.11.2014).
5. Сланцевая революция — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Сланцевая_революция (дата обращения 15.11.2014). (дата обращения 15.11.2014).
6. Экономисты оценили потери российской экономики из-за санкции — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://top.rbc.ru/economics/07/10/2014/5433ce78cbb20f9b6c31d601> (дата обращения 15.11.2014).
7. Natural Gas Summary — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.eia.gov/dnav/ng/ng_sum_lsum_dcu_nus_a.htm (дата обращения 15.11.2014).

ТЕНДЕНЦИИ В НАЛОГОВОМ АДМИНИСТРИРОВАНИИ В РОССИИ

Васюков Станислав Олегович

*студент Московского государственного университета экономики,
статистики и информатики,
РФ, г. Москва*

Никитина Ольга Дмитриевна

*студент Московского государственного университета экономики,
статистики и информатики,
РФ, г. Москва*

Колчин Сергей Павлович

*научный руководитель, доц. Московского государственного университета
экономики, статистики и информатики,
РФ, г. Москва*

Под налоговым администрированием понимается система управления налоговыми отношениями, которые регулируются государством. В наше время налоговое администрирование включает в себя три основные сферы регулирования: управление налоговыми органами, управление расчетами по налогам, а также управление информационными потоками. Однако надо учитывать, что если рассматривать состояние налогового администрирования в виде оценки качества деятельности фискальных налоговых органов по контролю вместе с характеристикой налогового законодательства и уровнем налоговой нагрузки на юридические и физические лица, то одним из самых важных критериев оценки является конкурентоспособность национальной налоговой системы. В процессе эволюции налоговой системы различных стран оценка конкурентоспособности приобрела свои особенности у каждой страны, которые связаны, в первую очередь, с осуществляемой национальной налоговой политикой.

Традиционно сложилось так, что одним из направлений политики государства в сфере налогообложения является развитие и модернизация налогового администрирования. Например, основные направления налоговой политики Российской Федерации на 2013—2014 года и на плановый период 2015 года реализует сохранение намеченных в предыдущих годах реформ

в сфере налогового администрирования: будет продолжаться процесс интенсификация информационного контакта между налоговыми органами и налогоплательщиками, чтобы в дальнейшем было достигнуто развитие доступной информационной поддержки, системы электронного документо-оборота и построение новых интерактивных интернет-сервисов.

Рассмотрим модернизацию налоговой политики в Российской Федерации. Изучая особенности 2012 года и проведя анализ, который учитывает условия основных направлений налоговой политики на 2013 год, нельзя не заметить такой факт, что Россия, которая занимала 112-ое место в рейтинге Всемирного банка Doing Business, по сравнению со 120-ым местом в 2011 году, достигла такого результата благодаря прогрессу в одном из самых важных показателей рейтинга, а именно, в налогообложении. В этом показателе наша страна выросла сразу со 105-ой позиции до 64-ой.

Данный показатель, формирует статистика по следующим составляющим:

- сумма налоговых платежей за год;
- время, которое было затрачено на подготовку и подачу отчетности и уплаты (или удержания налога на доходы корпораций, НДС и отчислений на социальное обеспечение (в часах в год);
- общее число уплаченных предприятием налогов на прибыль, которые считаются как процент от коммерческой прибыли;
- общее число уплаченных предприятием налогов и обязательных отчислений, которые связаны с рабочей силой, которые считаются как процент от коммерческой прибыли;
- общая налоговая ставка, учитываемая в процентах.

На официальном сайте проекта “Doing business” можно найти все этапы расчета каждого из вышеизложенных данных, а также и сам рейтинг. Многие эксперты Всемирного банка считают, что существенное изменение места России в рейтинге по данному показателю произошло из-за снижения некоторых административных барьеров, упрощению различных процедур,

а также эффективному внедрению специального программного обеспечения и электронных сервисов.

Все конкретные меры, которые были приняты и реализованы ФНС России в рамках данных направлений, а также полученные результаты в течение 2012 года были озвучены руководителем ФНС России М.В. Мишустиним и его заместителями в различных выступлениях перед бизнес- и научным сообществами, на деловых встречах с представителями органов законодательной и исполнительной власти различных уровней, а также зарубежных налоговых администраций. Учитывая все это, можно говорить с определенной долей уверенности о некоторых тенденциях в налоговом администрировании, которые будут иметь продолжение в дальнейшем. Выделим самые главные из них.

Во-первых, это развитие электронных способов налогового администрирования. Модернизация бесконтактных способов связи между налогоплательщиками и налоговыми органами — это одно из самых приоритетных направлений. Можно сказать, что первым шагом в этом направлении стало введение обязательного предоставления налоговой отчетности налогоплательщиками в электронном виде. Данная обязанность законодательно закреплена в статье 80 НК РФ. Возникновение этой обязанности находится в тесной зависимости от средней численности занятых на предприятии или организации работников. Этот показатель имеет понижающую тенденцию, если на предприятии находится от 250 до 100 человек в настоящее время и до 50 человек в будущем. Также можно проследить по данным ФНС России следующую тенденцию: количество организаций и индивидуальных предпринимателей, которые представляют налоговую отчетность по телекоммуникационным каналам связи, набирает рост. Например, за III квартал 2012 года такой показатель по организациям составил 75,8 %, а по индивидуальным предпринимателям — 69,4 % от общего числа налогоплательщиков по каждой группе.

Вторая составляющая развития электронных способов налогового администрирования, которая динамично развивается налоговыми органами, — это электронные сервисы.

В 2012 году на сайте ФНС России были доступны 32 онлайн-сервиса, а в 2011 году их было только 22. Данные сервисы позволяют налогоплательщикам выполнять массу действий в короткие сроки в удобном месте, без контакта с налоговыми органами. Например, юридические лица могут пройти процедуру государственной регистрации или проверить своих контрагентов, а также познакомиться с разъяснениями ФНС России по вопросам налогового законодательства, которые обязательны для применения налоговыми органами, и получить другие услуги в электронном виде.

Для физических лиц с 1 октября 2012 года начал свою работу интернет-сервис «Личный кабинет налогоплательщика для физических лиц», позволяющий зарегистрированному физическому лицу увидеть свои налоговые обязательства по имущественным налогам, перечень и характеристики объектов имущественного налогообложения, обратиться в налоговую инспекцию, отследить статус проверки налоговой декларации по форме 3-НДФЛ в случае ее подачи, если есть необходимость, произвести оплату имущественных налогов. Оплата налоговых платежей в режиме онлайн происходит через кредитные организации, с которыми ФНС России заключила соглашение о сотрудничестве. По итогам 2012 года уже 13 кредитных организаций предоставляют данную возможность налогоплательщикам — физическим лицам, среди которых Сбербанк России, ВТБ 24, Газпромбанк. Также в 2012 году было проведено тестирование аналогичного сервиса для организаций — «Личный кабинет налогоплательщика для юридических лиц» с участием двух крупнейших российских компаний, с целью его распространения в будущем для всех налогоплательщиков — юридических лиц.

Очень много информации все налогоплательщики могут найти на сервисе «Имущественные налоги: ставки и льготы», который включает в себя нормативно-правовую базу органов власти всех субъектов Российской

Федерации и муниципальных образований по транспортному, земельному налогам, налогу на имущество организаций и налогу на имущество физических лиц. Нормативная база по всем вышеизложенным налогам была доступна с 2009 года. Если обратиться к статистике налоговых органов, то в среднем около 5 млн. человек ежемесячно заходят на интернет-сайт ФНС России.

Второй крупной тенденцией в налоговом администрировании можно выделить дорожную карту «Совершенствование налогового администрирования».

Внедрение системы электронного документооборота происходит и тесно связано с развитием первого направления и не является совсем новым.

Анализируя 2012 год, нельзя не учесть в рамках этого направления появившуюся возможность для налогоплательщиков обмениваться электронными счетами-фактурами. Но на практике реализация этой нормы при всех существующих и не вызывающих сомнения достоинствах, которые направлены, в первую очередь, на сокращение объема бумажного документооборота в бизнес-среде, на первом этапе может вызвать возникновение различного рода трудностей, которые носят как объективный, так и субъективный характеры. Несмотря на то, что данная возможность использования и предоставления таких документов налогоплательщиками налоговым органам для осуществления контрольных мероприятий законодательно закреплена в статье 93, 93.1 НК РФ, в полной мере не может быть осуществлена в настоящее время из-за ограничений в технической готовности налоговых органов и отсутствия обязательного требования в применении налогоплательщиками.

Продолжением работы станет разработка и внедрение дорожной карты «Совершенствование налогового администрирования» в рамках Национальной предпринимательской инициативы, которая осуществляется Агентством стратегических инициатив. Дорожная карта проекта «Совершенствование налогового администрирования» будет направлена на оптимизацию и модернизацию системы налогового администрирования по созданию

комфортных условий для взаимодействия бизнеса с органами государственной власти в сфере сокращения временных и материальных затрат налогоплательщиков на подготовку налоговой отчетности, сближения правил бухгалтерского и налогового учета по налогу на прибыль, повышения эффективности механизмов, которые связаны с исчислением и уплатой НДС, создания дополнительных условий для перехода налогоплательщиками и налоговыми органами на электронный документооборот и корректировки отдельных положений законодательства, регламентирующего применение специальных налоговых режимов.

Подводя итоги важно отметить, что рассмотренные в данной статье различные направления развития налогового администрирования позволяют утверждать, что в наше время в России заложена прочная основа для создания конкурентоспособной системы налогового администрирования, которая будет отвечать мировому уровню. А успешная реализация всех предлагаемых мер возможна только при обоюдном желании и готовности на конструктивное взаимодействие налоговых органов и налогоплательщиков.

Список литературы:

1. Российская газета — <http://www.rg.ru/>.
2. Склярченко З.А. Налоговое администрирование: права и обязанности участников налоговых правоотношений // Бухгалтер и закон. 2011.
3. Тимофеева И.Ю. Государственное принуждение в системе налогового администрирования: международный и российский опыт // Международный бухгалтерский учет. 2011.
4. ФНС России внедряет новые технологии налогового администрирования // Налоговая политика и практика. 2011.
5. Хомяков А.П. К вопросу о понятии и правовой природе налогового администрирования // Финансовое право. 2011.

РАЗВИТИЕ ВНЕШНЕТОРГОВЫХ СВЯЗЕЙ АСТРАХАНСКОГО РЕГИОНА

Вениковский Вадим Анатольевич

*студент Астраханского государственного технического университета,
РФ, г. Астрахань*

Бабошкина Полина Алексеевна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доц.,
Астраханского государственного технического университета,
РФ, г. Астрахань*

Астраханская область является одним из самых перспективных регионов России в сфере внешней торговли. Астрахань часто называют южным форпостом России и Каспийской столицей. Активное развитие инвестиционных проектов в Астраханской области определяет комплекс геополитических и природных ресурсов. Астраханская область расположена на пересечении международных транспортных коридоров Север-Юг и Запад-Восток, что вызывает интенсивное развитие астраханского транспортного узла. Коридор Север-Юг обеспечивает транспортную связь между странами Балтии и Индией через Иран. Использование данного канала позволяет существенно сократить расстояния перевозок и снизить стоимость перевозки контейнеров. В торговле по коридору Север-Юг принимают участие Россия, Иран, Азербайджан, Индия, Армения, Беларусь, Казахстан, Оман, Сирия. Одним из основных маршрутов следования грузов по данному торговому пути является транскаспийский: через порты Астрахань и Оля. Коридор «Запад-Восток» проходит из Европы через Астраханскую области и Казахстан в направлении Китая. Недра Астраханской области и прилегающий к территории шельф Каспийского моря богаты углеводородными ресурсами, бурное освоение которых предрекает ускоренное развитие не только производств по их добыче и переработке, но и всего инфраструктурного бизнеса. Потребность в буровых установках танкерного и обслуживающего флота обуславливает развитие судостроения и судоремонта. Также развитию торговых отношений Астраханской области с другими странами способствует

наличие благоприятных условий для развития сельского хозяйства. В частности, выращивание собственных томатов и арбузов, которые известны во всем мире. Также астраханский регион стремится к поддержке бизнеса на своей территории, что доказывает его высокий инвестиционный рейтинг. Все вышеуказанные обстоятельства, позволяют нам сделать вывод, что сотрудничество Астраханской области с зарубежными странами будет значительно развиваться в будущем. Рассмотрим основные результаты внешне-экономической деятельности Астраханской области за 2012—2013 годы.

Таблица 1.

Внешнеторговый оборот Астраханской области, млн. долларов США

Показатели	2012	2013
Внешнеторговый оборот	989,6	1350,0
Экспорт	580,4	841,4
Импорт	409,2	508,6
Сальдо торгового баланса	171,2	332,8

Как видно из таблицы 1 объемы внешнеторгового оборота выросли на 36,4 %, объем экспорта повысился на 44,9 %, а импорта — на 24,3 %. В результате сальдо торгового баланса повысилось практически в 2 раза. Показатели внешнеэкономической деятельности за последние годы свидетельствуют об устойчивом росте внешнеэкономических связей и повышении конкурентоспособности астраханской продукции.

География внешней торговли Астраханской области в 2013 году включала 81 страну мира (в 2012 году — 66 стран), из них с 56-ти странами зарегистрирована положительная для Астраханской области динамика внешнеторгового оборота. Определяющим для внешнеэкономической деятельности Астраханской области остается торговый оборот со странами Прикаспийского региона — их совокупная доля во внешнеторговом обороте региона составила 57,3 %, в том числе, доля Туркменистана — 27,9 %; Ирана — 18,3 %; Азербайджана — 11,1 % (рис. 1).

Наибольшую долю в общем объеме экспорта Астраханской области в 2013 году составили следующие товары: суда и плавсредства, продукция

специального машиностроения, лесоматериалы распиленные, сера, зерно. В товарной структуре импорта 2013 года основными товарами по-прежнему остались машины, оборудование и транспортные средства; чёрные металлы и изделия из них; сборные строительные конструкции; а также овощи, фрукты, орехи и продукты их переработка.

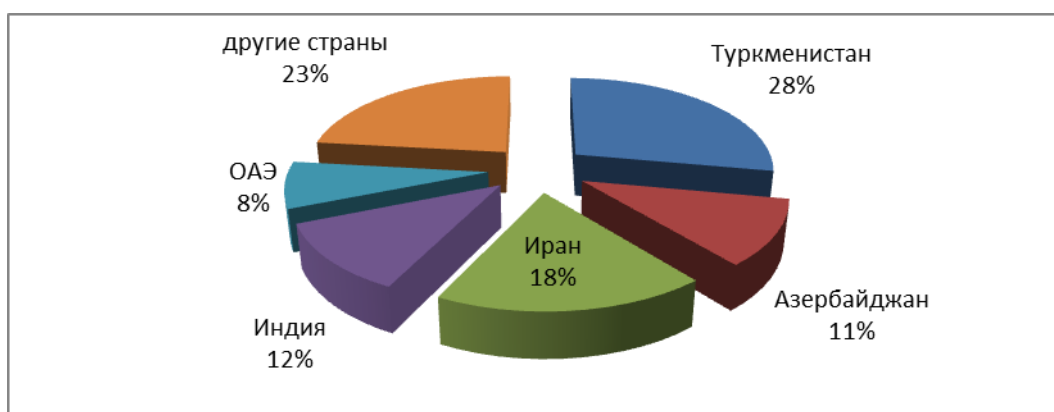


Рисунок 1. Распределение внешнеторгового оборота Астраханской области

Рассмотрим структуру экспорта и импорта услуг в 2013 году.

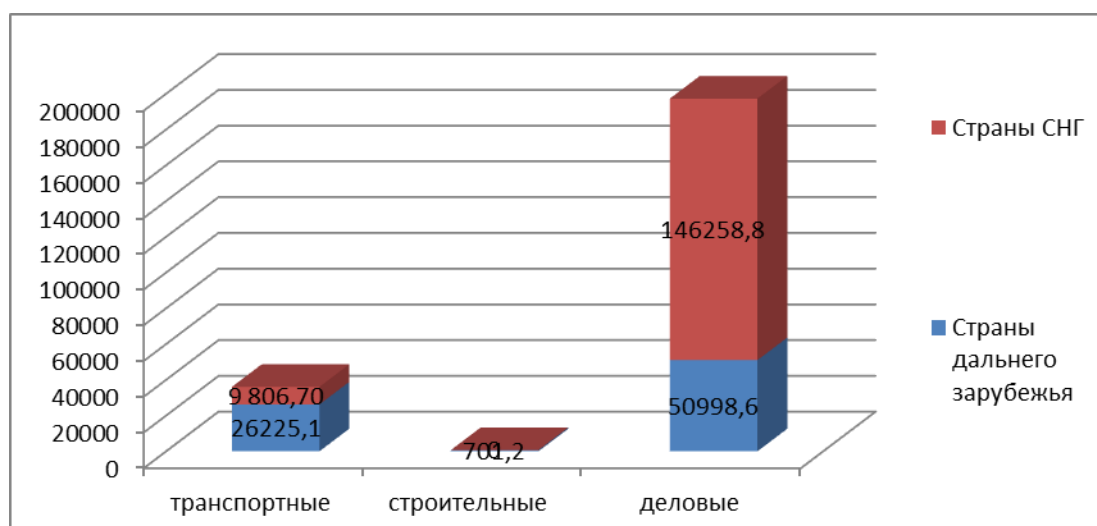


Рисунок 2. Экспорт услуг в 2013 году, тысяч долларов США

Из рисунка 2 можно сделать вывод, что большинство экспортируемых регионом услуг являются деловыми (83 %). К ним относятся услуги по добыче полезных ископаемых, профессиональные услуги, услуги по аренде, услуги

по консультированию в области управления и прочие деловые услуги. Большинство деловых услуг (74 %) экспортируется в страны СНГ. Транспортные услуги находятся на втором месте по объему экспортируемых Астраханской областью услуг. В структуре экспорта транспортных услуг большую долю занимают страны дальнего зарубежья (73 %). Все экспортируемые строительные услуги региона оказываются на территории стран дальнего зарубежья. Доля строительных услуг в общем объеме составляет только 0,3 %.

На основе рисунка 3 видно, что Астраханская область импортирует только деловые услуги. При этом наибольшую долю занимают профессиональные услуги (61 %). Большинство профессиональных услуг предоставляются странами дальнего зарубежья. Все импортные компьютерные услуги осуществляют страны СНГ. Также страны СНГ предоставляют большую часть услуг по аренде. А прочие деловые услуги в большей части импортируются из стран дальнего зарубежья.

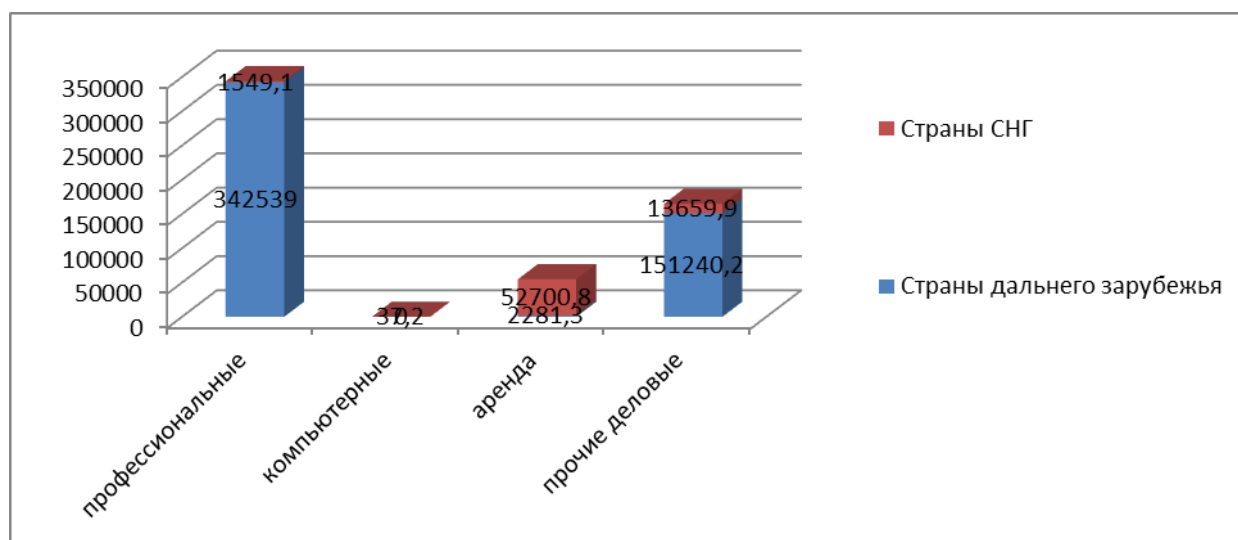


Рисунок 3. Импорт услуг в 2013 году, тысяч долларов США

Важным событием для Астраханской области стало проведение 9 октября 2014 года первого Астраханского форума экспортеров. Здесь представители бизнеса Астраханской области показали лучшую продукцию, производимую и поставляемую на внешние рынки, установили деловые контакты

с региональными и зарубежными коллегами. В ходе проведения форума страны Прикаспия высказали заинтересованность в развитии торговых связей, расширении транспортных коридоров, развитии новых инвестиционных проектов. Росту экспорта, который наблюдается в последние годы в регионе, способствует проводимая государственная политика, расширение видов государственной поддержки предприятий-экспортёров. Один из них — это помощь в установлении и расширении контактов с иностранными партнёрами, в продвижении астраханской продукции на новые рынки. Постоянно обновляется каталог экспортной продукции Астраханской области, регулярно проводятся курсы повышения квалификации специалистов в сфере внешнеэкономических связей и различные тематические семинары. Одновременно с форумом работала выставка «Продукт года-2014», на котором была представлена продукция астраханских предприятий, а также товары их других регионов России, Казахстана и республики Беларусь.

Для дальнейшего развития торговли астраханским экспортерам необходимо выходить на новые рынки и повышать качество своей продукции, расширять направления деятельности. Очень перспективным направлением является развитие торговых связей со странами Африки, которые нуждаются в энергетических ресурсах, консервах, продуктах питания. Также согласно проведенным недавно маркетинговым исследованиям имеются хорошие возможности для сотрудничества Астраханской области и Хорватии, Словении.

В современных экономических условиях у отечественных товаропроизводителей появляется хорошая возможность для реализации своей продукции в больших объемах. Отечественный аграрный сектор способен вытеснить иностранную продукцию. При этом зачастую импортные товары по качеству уступают отечественным. В 2013 году в Россию было ввезено 240 тысяч тонн импортного лука и около 500 тысяч тонн импортного картофеля. А в Астраханском регионе было произведено 80 тысяч тонн картофеля и 300 тысяч тонн лука (из отчета министра сельского хозяйства астраханской области). Следовательно, Астраханский регион может

обеспечивать собственной рыбой, фруктами и овощами другие регионы России. Для развития сельского хозяйства выдаются кредиты местным фермерам на льготных условиях, привлекаются иностранные специалисты, которые делятся своим опытом в этой сфере.

Список литературы:

1. Бабошкина П.А., Стейн В.В. Экономическая политика Астраханской области и геополитическая стабильность Прикаспийского региона. Сборник материалов 4 международной научно-практической конференции «Фундаментальная наука и технологии – перспективные разработки» — 29—30 сентября 2014 г. Том 3 North Charleston, SC, USA 29406 2014.
2. Бабошкина П.А. Концепция развития транспортно-логистической инфраструктуры Астраханского транспортного узла. В «Транспорт Российской Федерации» — 2010 — № 4 (29) — С. 30.
3. Астраханский центр координации поддержки экспорта — [Электронный ресурс]: Электрон. дан. А., сор. 2012—2014. URL: <http://www.ackre.ru/>.
4. В Астраханском Кремле открылась выставка «Продукт года-2014» — 9 октября 2014. URL: <http://www.volpromex.ru/>.
5. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Астраханской области — [Электронный ресурс]: Электрон. дан. А., сор. 1999—2014. URL: <http://astrastat.gks.ru>.

ОПТИМИЗАЦИЯ ПРИБЫЛИ ТОРГОВОЙ ФИРМЫ С ПОМОЩЬЮ ПРОИЗВОДНОЙ

Воложанинов Дмитрий Дмитриевич

*студент Самарского государственного экономического университета,
РФ, г. Самара*

Зеркаль Филипп Александрович

*студент Самарского государственного экономического университета,
РФ, г. Самара*

Уфимцева Людмила Ивановна

*научный руководитель, канд. физ.-мат. наук, проф.
Самарского государственного экономического университета,
РФ, г. Самара*

Белова Людмила Владимировна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доц.
Самарского государственного экономического университета,
РФ, г. Самара*

В курс программы обучения студентов по направлению «Экономика» помимо экономических дисциплин, включено множество других, в частности, математика и ее разделы: математический анализ, линейная алгебра и т. д. Это является следствием того, что экономика и математика как науки идут неразрывно друг с другом и взаимно дополняют друг друга. Множество математических законов и теорем применяются в экономической науке, например, теоремы о производной, которым посвящена данная исследовательская работа.

Проанализировав экономический смысл производной, нетрудно заметить, что многие, в том числе базовые законы теории производства и потребления, спроса и предложения оказываются прямыми следствиями математических теорем.

Рассмотрим теорему: если дифференцируемая на промежутке X функция $y = f(x)$ достигает наибольшего или наименьшего значения во внутренней точке x_0 этого промежутка, то производная функции в этой точке равна нулю, то есть $f'(x_0) = 0$. Какова ее экономическая интерпретация?

В рыночной экономике в условиях совершенной конкуренции, которая является идеальной экономической моделью, оптимальный объем выпуска товара производителем достигается при равенстве предельных издержек и предельного дохода.

Это значит, что объем выпуска Q_0 оптимален для производителя, если $MC(Q_0) = MR(Q_0)$, где MC — предельные издержки, а MR — предельный доход.

Примем функцию прибыли за $\Pi(Q)$. Тогда $\Pi(Q) = R(Q) - C(Q)$, где R — прибыль, а C — общие издержки производства.

Несомненно, оптимальный объем производства достигается при максимизации прибыли, то есть в таком значении Q_0 , при котором функция $\Pi(Q)$ имеет экстремум (максимум). По теореме Ферма в этой точке $\Pi'(Q) = 0$. Но $\Pi'(Q) = R'(Q) - C'(Q)$, поэтому $R'(Q_0) = C'(Q_0)$, следовательно, $MC(Q_0) = MR(Q_0)$.

Для максимизации дохода прибегают к снижению издержек производства товара до минимальных. В результате, оптимальный объем выпуска продукции достигается при равенстве средних и предельных издержек.

Это условие является следствием сформулированной выше теоремы. Средние издержки $AC(Q)$ определяются как $\frac{TC(Q)}{Q}$, т. е. издержки производства

всей партии товара, деленные на количество единиц произведенного товара. Эта величина достигает своего минимума в критической точке функции

$y=AC(Q)$, т.е. при условии $AC(Q) = \frac{TC(Q) \cdot Q - TC(Q)}{Q^2}$,

$$откуда \quad TC(Q) \cdot Q - TC(Q) = 0 \quad \text{или} \quad TC'(Q) = \frac{TC(Q)}{Q}, \quad \text{т. е. } MC(Q) = AC(Q).$$

Понятие «выпуклость функции» также интерпретируется в экономической теории.

Один из самых известных экономических законов — закон убывающей доходности — читается так: «с увеличением производства дополнительная

продукция, полученная на каждую новую единицу ресурса (трудового, технологического и т. д.), с некоторого момента убывает».

Другими словами, величина $\frac{\Delta y}{\Delta x}$, где Δy — приращение выпуска продукции, а Δx — приращение ресурса, уменьшается при увеличении x . Итак, закон убывающей доходности формулируется как *функция* $y = f(x)$, *выражающая зависимость выпуска продукции от вложенного ресурса, является функцией, выпуклой вверх.*

Данный подход может применяться на практике для определения объема выпуска продукции с наименьшими издержками.

В качестве примера рассмотрим такую ситуацию на рынке. Предприятие, занимающееся лесозаготовкой, в день производит X тонн древесины в неделю. По договору оно должно ежедневно поставлять целлюлозно-бумажному комбинату не менее $20 t$ древесины. Производственные мощности завода таковы, что заготовка древесины не может превышать $90 t$ в день.

Для определения такого объема производства, при котором удельные затраты будут наименьшими, проведем исследование функции затрат предприятия.

$$TC(Q) = -q^3 + 98q^2 + 200q.$$

$$\text{Удельные затраты составят } MC(Q) = \frac{TC}{Q} = -q^2 + 98q + 200.$$

Таким образом, требуется найти наименьшее значение функции $y = -x^2 + 98x + 200$ на отрезке $[20; 90]$.

Используя необходимый признак существования экстремума, получаем, что $x = 49$ является стационарной (критической) точкой функции. Сравним значения функции в концах данного отрезка и в критической точке.

$$f(20) = 1760 \quad f(49) = 2601 \quad f(90) = 320.$$

Исходя из произведенных расчетов, выпуская 90 тонн древесины в день, предприятие минимизирует издержки, а это значит, что при выпуске комбинату

необходимо задействовать все ресурсы и усовершенствовать технологию производства, т. к. в дальнейшем свое влияние будет оказывать закон убывающей доходности.

Максимальная прибыль предприятия достигается в случае сочетания минимальных издержек при выпуске определенного объема продукции и оптимальной цены ее реализации. Неограниченное повышение цены не выгодно для потребителя, поэтому производителю следует определить максимальную цену, при которой можно реализовать максимально большой объем выпуска продукции.

Пусть выручка торговой фирмы вычисляется по формуле: $U(p) = p \cdot d(p) = pe^{-2p^2}$, где p — цена, тогда $d(p) = pe^{-2p^2}$ ($p \geq 0$). Проведем исследования функции $U(p)$ с помощью производной.

Имеем $U'(p) = e^{-2p^2}(1 - 4p^2)$. Производная функции $U(p)$ положительна при $p < 0,5$ и отрицательна при $p > 0,5$, функция возрастает при $p < 0,5$ и убывает при $p > 0,5$, то есть с ростом цены доход фирмы вначале увеличивается, при $p = 0,5$ достигает наибольшего значения $U_{\max} = U\left(\frac{1}{2}\right) = \frac{1}{2}e^{-\frac{1}{2}} \approx 0,3$, но дальнейшее увеличение цены приводит к сокращению дохода. Темп изменения выручки определим с помощью второй производной.

$$U''(p) = 4pe^{-2p^2}(4p^2 - 3)$$

При $p > \frac{\sqrt{3}}{2}$ $U''(p) > 0$, при $p < \frac{\sqrt{3}}{2}$ $U''(p) < 0$, т. е. темп изменения выручки положительный и отрицательный соответственно.

На интервале $(0; 0,5)$ функция возрастает всё медленнее, то есть дальнейшее повышение цены становится не выгодным. Сначала выручка убывает с отрицательным темпом для $p < \frac{\sqrt{3}}{2} \approx 0,9$, а затем, темп убывания становится положительным и для $p > 0,9$ выручка убывает все быстрее и в итоге стремится к нулю при бесконечном увеличении цены.

Итак, составим таблицу и построим график данной функции.

Таблица 1.

Значение производных первого и второго порядка функции выручки фирмы и характеристика функции

p	$(0, 0,5)$	$0,5$	$\left(\frac{1}{2}; \frac{\sqrt{3}}{2}\right)$	$\frac{\sqrt{3}}{2}$	$\left(\frac{\sqrt{3}}{2}; +\infty\right)$
$U'(p)$	+	0	-	-0,47	-
$U''(p)$	-		-	0	+
$U(p)$	возрастающая выпуклая	0,3 max	убывающая выпуклая	0,2 точка перегиба	убывающая вогнутая

Таким образом, можно сделать вывод:

На промежутке $(0;0,5)$ функция возрастает все медленнее.

Соответствующая часть графика выпукла. Выше уже отмечалось, что дальнейшее повышение цены не выгодно. Сначала выручка убывает с отрицательным темпом (при $p < \frac{\sqrt{3}}{2} \approx 0,9$), а затем темп убывания $U(p)$ становится положительным. Для $p > 0,9$ доход убывает все быстрее и стремится к нулю при бесконечном увеличении цены. На промежутке $\left(\frac{\sqrt{3}}{2}; +\infty\right)$ функция

$U(p)$ вогнута. В точке $\left(\frac{\sqrt{3}}{2}, 0,2\right)$ график перегибается (рис. 1):

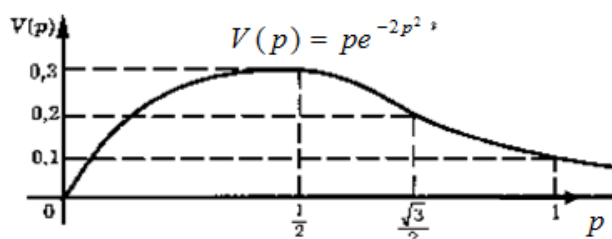


Рисунок 1. График зависимости выручки торговой фирмы от цены

Таким образом, в данной работе был проанализирован экономический смысл производной, а также найдено ее практическое применение к определенному типу экономических ситуаций. Теоремы о производной используются

в экономике непосредственно и являются важнейшим элементом при определении объема выпускаемой продукции и максимизации прибыли фирмы.

Список литературы:

1. А.М. Иванов, А.В. Аникин, А.В. Бухвалов. Суммарные, средние и предельные величины // Экономическая школа. СПб, 1991. Т. 1, вып. 1 — С. 174—179.
2. Сборник задач по математике: учебное пособие / под редакцией С.И. Макарова, М.В. Мищенко. — Самара: Издательство Самарский государственный экономический университет, 2007 г. — 356 с.

НАХОЖДЕНИЕ ИЗМЕНЕНИЯ ИЗЛИШКА ПОТРЕБИТЕЛЯ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОВЕДЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ С ПОМОЩЬЮ ИНТЕГРАЛЬНОГО ИСЧИСЛЕНИЯ

Габбасова Юлия Ришатовна

*студент Самарского государственного экономического университета,
РФ, г. Самара*

Уфимцева Людмила Ивановна

*научный руководитель, канд. физ.-мат. наук, проф.
Самарского государственного экономического университета,
РФ, г. Самара*

Математика и Экономика, на первый взгляд, абсолютно не совместимые науки, предметом изучения одной, из которых являются числа и связанные с ними измерения и подсчёты, а другой — производственные и хозяйственные отношения. То есть, по сути, абсолютно никак не соизмеримые и несвязанные вещи. Но на самом деле, на практике, эти две величайшие науки находятся в прочной взаимосвязи.

Начиная с 1738 года, после публикации Франсуаном Кенэ первых экономических таблиц, ученые пришли к выводу о том, что эти две науки, находясь во взаимодействии, способны с легкостью решать задачи, стоящие перед человеком.

Даже такой великий экономист, как Карл Маркс, при построении моделей простого и расширенного воспроизводства и денежного обращения использовал математический аппарат. А такие известные экономисты, как Вильфредо Парето, Леон Вальрас и Альфред Маршалл применяли математические методы в исследовании механизма функционирования рынка. И на сегодняшний день взаимодействие математики и экономики — абсолютно обычное явление.

В своей научной работе я бы хотела продемонстрировать, как с помощью такого математического метода, как интегральное исчисление, возможно исследовать процессы, происходящие в экономике.

Интегральное исчисление — крупнейший раздел математики, изучающий свойства и способы вычисления интегралов. Центральными понятиями интегрального исчисления являются понятия определённого и неопределённого интеграла.

При последующем рассмотрении экономических задач мною будет использоваться понятие определённого интеграла. Обозначают его так:

$$\int_a^b f(x)dx$$

где:

\int — знак интеграла;

a и b — соответственно нижний и верхний пределы интегрирования;

x — переменная интегрирования;

$f(x)dx$ — подынтегральное выражение;

$f(x)$ — подынтегральная функция.

Стоит вспомнить, что геометрический смысл определённого интеграла состоит в том, что определённый интеграл численно равен площади криволинейной трапеции.

Теперь мы можем приступить к практическим примерам использования интегрального исчисления в экономике. Начнем с такого понятия как потребительский излишек. Но прежде стоит ознакомиться с несколькими экономическими понятиями и обозначениями:

Спрос (D) — это обратная зависимость, устанавливаемая между ценой товара и объемом его покупки, сложившаяся на определенный момент времени. Графически спрос на товар изображают в виде кривой с отрицательным наклоном (Рис. 1), которая отражает взаимосвязь между ценой единицы товара — P и количеством товара — Q , которое потребители готовы приобрести при заданной цене:



Рисунок 1. Кривая спроса

Противоположностью спроса на товар является *предложение* (S) — прямая зависимость между ценой товара и его количеством, предлагаемым к продаже. Предложение товара изображают графически в виде кривой с положительным наклоном (рис. 2):



Рисунок 2. Кривая предложения

Также мы введем ещё одно понятие важное при моделировании экономических процессов, такое как *рыночное равновесие* (E). Это состояние возникает при такой цене и количестве товара, при которых объем спроса равен величине предложения. Графически рыночное равновесие изображают точкой пересечения кривой спроса и кривой предложения (рис. 3):

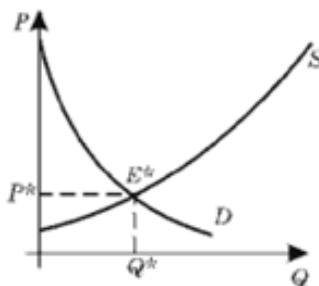


Рисунок 3. Рыночное равновесие

Теперь мы можем перейти к рассмотрению способа применения интегрального исчисления для определения **потребительского излишка** (CS) — разницы между ценой, которую потребитель готов заплатить за данный товар, и той, которую он реально платит. Для этого изобразим на графике обратную функцию спроса $P = f(Q)$, в таком случае графически аргумент и значение функции будут изображаться более понятным для нас образом.

Допустим, покупатель приобретает товар в количестве Q^* по равновесной цене P^* . Общие расходы на его покупку составят P^*Q^* , а это равно площади фигуры A (рис.4):

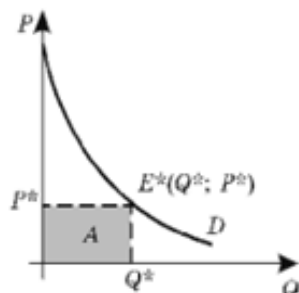


Рисунок 4. Расходы покупателя

Но предположим, что товар в количестве Q^* реализуется продавцом не сразу, а поставляется на рынок постепенно, партиями — такое допущение является ключевым при вычислении потребительского излишка.

Площадь криволинейной трапеции B (рис. 5) равна сумме, которую потребитель готов отдать при покупке Q^* единиц данного товара:

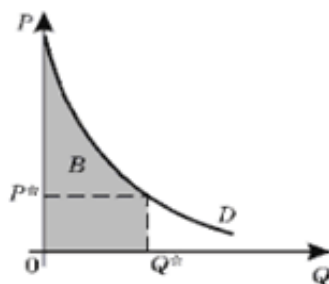


Рисунок 5. Сумма, которую потребитель готов отдать при покупке

Площадь фигуры B по данным рисунка 5 равна:

$$S_B = \int_0^{Q^*} f(Q) dQ$$

А разность между S_B и S_A и есть потребительский излишек (CS) (Рис. 6):

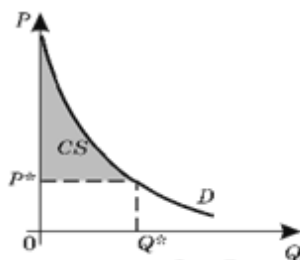


Рисунок 6. Потребительский излишек

Из этого следует, что его можно посчитать так:

$$CS = \int_0^{Q^*} f(Q) dQ - P^* Q^* \quad (1)$$

Теперь рассмотрим применение формулы на конкретном примере:

Задача 1. Спрос на некоторый товар задается функцией $p = 6 - q^2$, где за q принимается количество товара (в шт.), а за p — цена единицы товара (в руб.). Равновесие на рынке этого товара достигается при $p^* = q^* = 2$. Чему будет равна величина потребительского излишка?

Решение.

$$CS = \int_0^{q^*} f(q) dq - p^* q^* = \int_0^2 (6 - q^2) dq - 2 \cdot 2 = \left(6q - \frac{q^3}{3}\right) \Big|_0^2 - 4 = 12 - 2\frac{2}{3} - 4 = 5\frac{1}{3}$$

Ответ. Величина потребительского излишка $5\frac{1}{3}$ рублей.

Теперь перейдем к рассмотрению приложений интегрального анализа для определения **излишка производителя** (PS). Излишек производителя — разница между денежной суммой, за которую он был бы готов продать определенное количество товара, и той суммой, которую он действительно получит при его продаже. Графически он представляется площадью фигуры,

ограниченной осью цен, прямой, параллельной оси абсцисс, проходящей через точку рыночного равновесия, и кривой предложения (рис. 7):

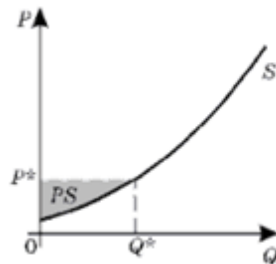


Рисунок 7. Излишек производителя

Очевидно, что:

$$PS = P^*Q^* - \int_0^{Q^*} f(Q)dQ \quad (2)$$

Рассмотрим, как полученная формула применяется при решении экономических задач:

Задача 2. Дана кривая предложения $s = 5q^3 + 1$. Равновесие на рынке данного товара достигается при объеме продаж $Q^* = 4$. Необходимо определить добавочную выгоду производителя при продаже такого количества продукции.

Решение. Для начала из функции предложения определим равновесное значение цены $P^* = f(q^*) = f(4) = 5 \cdot 4^3 + 1 = 321$

Теперь подставим полученное значение в формулу (2):

$$PS = 321 \cdot 4 - \int_0^4 (5q^3 + 1)dq = 1284 - \left(\frac{5q^4}{4} + q \right) \Big|_0^4 = 1284 - (320 + 4) = 960$$

Ответ. Выгода производителя в данном случае 960 рублей.

Однако, в реальной жизни значения излишка потребителя и производителя представляют небольшой интерес для экономических деятелей. Для них более важно насколько изменится **излишек потребителя в результате проведения**

государственной политики: при установлении налогов, введении субсидий и других меры, оказывающих влияние на равновесие на рынке.

Предположим, что единица товара облагается налогом в размере t (такой налог в среде экономистов называют «потоварным» налогом), тогда его цена увеличится с P_1 до P_2 , где $P_2 = P_1 + t$ (Рис. 8):

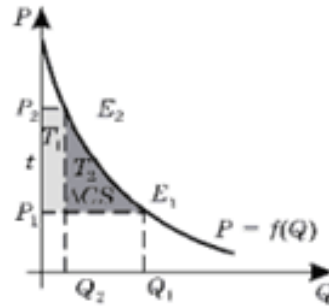


Рисунок 8. Изменение излишка потребителя

Итак, мы получаем, что ΔCS (уменьшение благосостояния потребителя) — есть разница площадей двух фигур и по форме напоминает криволинейную трапецию, площадь которой равна сумме площадей фигур T_1 и T_2 , то есть $\Delta CS = S_{T_1} + S_{T_2}$, где $S_{T_1} = tQ_2$ (потери благосостояния потребителя, вследствие увеличения цены товара), а S_{T_2} (потери излишка потребителя, в связи с уменьшением количества потребляемого товара) равна:

$$\int_{Q_2}^{Q_1} f(Q)dQ - \Delta Q \cdot P_1$$

Таким образом, изменение излишка потребителя в случае введения «потоварного» налога в размере t равно:

$$\Delta CS = tQ_2 + \int_{Q_2}^{Q_1} f(Q)dQ - \Delta Q \cdot P_1$$

Так же результат ΔCS в общем виде может быть найден так:

$$\Delta CS = \int_{Q_2}^{Q_1} f(Q)dQ + Q_2P_2 - Q_1P_1 \quad (3)$$

Теперь, воспользовавшись полученными формулами, мы можем оценить последствия введения «потоварного» налога на предложенном примере:

Задача 3. Известно, что спрос на некоторый товар имеет вид $p = 15 - 2q$. Каков проигрыш потребителя при введении на некоторый товар налога с единицы продаж в размере 2 рублей, если известно, что изначально рыночное равновесие на данном рынке наблюдалось при цене $P^* = 3$ рубля?

Решение. Чтобы определить потребительские потери при увеличении равновесной цены с 3 рублей до 5 рублей, понаблюдаем, как при этом изменяется объем продаж. Если $P_1 = 3$, то $Q_1 = 6$, при $P_2 = 5$, то $Q_2 = 5$. Теперь, используя формулу (3), вычислим ΔCS :

$$\begin{aligned}\Delta CS &= \int_5^6 (15 - 2q) dq + 25 - 18 = (15q - q^2) \Big|_5^6 + 7 = \\ &= (90 - 36) - (75 - 25) + 7 = 11\end{aligned}$$

Ответ. Если «потоварный» налог будет введен, потребитель переплатит, приобретая данный товар, 11 рублей.

Список литературы:

1. Вечканова Г.Р., Вечканов Г.С. Микроэкономика, 8-е издание. Учеб. пособие. Изд.: «Питер», 2010. — 208 с.
2. Горбунова Р.И., Курганова М.В., Макаров С.И., Мищенко М.В., Нуйкина Е.Ю., Севастьянова С.А., Семенова М.М., Сергеева Л.В., Уфимцева Л.И., Фомин В.И., Черкасова Т.Н., Чупрынов Б.П. Математика для экономистов Задачник. Учеб.-практ. пособие / Под ред. Макарова С.И., Мищенко М.В. — М.: КНОРУС, 2008. — 360 с.
3. Макаров С.И. Математика для экономистов. Учеб. пособие / Под ред. С.И. Макарова. — М.: КНОРУС, 2008. — 264 с.
4. Паничева Л.В. Определенный интеграл при расчете экономической прибыли. / Современные наукоемкие технологии № 7, 2014.
5. Потоварный налог — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.ngpedia.ru/id174431p2.html> (дата обращения 10.11.2014).

«ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ САХА (ЯКУТИЯ)»

Семенов Нюргун Николаевич

*студент 3 курса Северо-Восточного федерального университета,
РФ, Республика Саха (Якутия), г. Якутск*

Горохова Ксения Семеновна

*студент 3 курса Северо-Восточного федерального университета,
РФ, Республика Саха (Якутия), г. Якутск*

Герасимов Богдан Иннокентьевич

*студент 3 курса Северо-Восточного федерального университета,
РФ, Республика Саха (Якутия), г. Якутск*

Сибилева Елена Валерьевна

*научный руководитель, доц. Северо-Восточного федерального университета,
РФ, Республика Саха (Якутия), г. Якутск*

Республика Саха (Якутия) является одним из крупнейших субъектов Российской Федерации, занимая почти всю северо-восточную часть Азиатского материка, протянувшись с севера на юг на 2000 км и с запада на восток на 2500 км. Земельный массив Якутии — 3103,2 тыс. кв. км, что составляет 1/5 часть всей России или почти 2/3 площади Западной Европы.

В состав республики входит ряд островов Северного Ледовитого океана, в том числе Новосибирские острова. Свыше 40 % территории Якутии находится за Полярным кругом. В ее пределах расположены три часовых пояса: местное время внутри республики на 6, 7, и 8 часов опережает московское. Столица республики — г. Якутск — удалена от Москвы на 6875 км, от Владивостока — на 1814 км.

Якутия полна природных контрастов: благодаря резко-континентальному климату амплитуда колебаний температуры воздуха превышает 100С°. Зима в Якутии продолжительная, холодная и малоснежная, а лето короткое, на большей части засушливое с относительно высокими температурами.

Якутию по праву называют сокровищницей недровых богатств. Широко известны месторождения алмазов в Западной Якутии и золота в бассейнах рек Алдан, Индигирка, Яна.

На территории республики, в Оймяконе, находится Полюс холода Северного полушария планеты, где зафиксирована температура — 71,2С. Здесь, на Полюсе Холода, в марте ежегодно проходит традиционный Фестиваль туризма, который объединяет путешественников с большой буквы, которых без преувеличения можно назвать истинными покорителями Земли. Даже посланники Доброй Воли — Санта Клаус и Российский Дед Мороз не преминули побывать здесь и заложить свои резиденции.

Особое место в путешествии по Якутии занимает рыбалка. Любители рыбалки будут поражены богатством рыбных ресурсов, которое проявляется не только в количестве, но и в разнообразии видов рыбы, в том числе ценных и нетипичных для других регионов. В горных озерах ловится красная рыба, мальма, налим, хариус, в реках — нельма, омуль, чир, таймень, щука и сиг. Якутская рыба отличается высокими вкусовыми качествами.

Для гостей республики неизменный интерес представляет фольклор, народное творчество, национальные промыслы, символы религиозно-мировоззренческих установок якутов. Чтобы прикоснуться к древней и самобытной культуре якутов, понять смысл бытия на столь суровой земле, необходимо посетить традиционный праздник Ысыах — якутский Новый год, справляемый в день летнего солнцестояния с 21 на 22 июня. Обычай отмечать этот праздник был принесен предками якутов из степей Центральной Азии. Изначально он был связан с культом солнечного божества и традиционной хозяйственной деятельностью.

В настоящее время туризм является одной из самых высокодоходных отраслей мировой экономики, деятельность которой направлена на удовлетворение специфических потребностей населения. Многообразие этих потребностей удовлетворяется не только туристскими предприятиями, но и предприятиями других отраслей, что обуславливает значение туризма

как одного из факторов мультипликативного воздействия на развитие экономики. Республика Саха — одно из тех редких мест на планете, где сохранилась первозданная чистота природы и удивительное разнообразие флоры и фауны. Обладая уникальными природными ресурсами и самобытной культурой, Якутия имеет огромный нереализованный потенциал для развития туризма на международном и региональном рынках.

Также не менее актуальными остаются вопросы содействия развитию транспортной инфраструктуры, обустройству дорог и дорожной инфраструктуры, решение вопросов организации движения туристических автобусов в условиях высокой загрузки автодорог, обустройства стоянок в зонах повышенного туристского интереса. Также наибольший потенциал роста на внутреннем рынке сегодня имеет самостоятельный автотуризм, чему немало способствует повышение количества автомобилей на душу населения, обустройство авто туристических кластеров на ключевых трассах федерального значения, развитие сети придорожных гостиниц. Однако остаются нерешенными вопросы обеспечения безопасности туристов на маршруте, недостаточная информированность населения о существующих туристских маршрутах и местах туристского показа, возможностях организации питания и ночлега по пути.

Что касается имиджа Якутии. Многие люди и даже граждане России не знают местоположение Якутии на карте мира. Казалось бы, почему? На этот вопрос может ответить нам то, что люди не слышали про Якутию в целом, зная только обычные стереотипные образы, которые сформировались благодаря тому, как представляют Якутию СМИ, интернет и телевидение. Поэтому изображение республики в СМИ и интернете — важнейший фактор становления ее имиджа. Примеров этого в российском медиа пространстве было достаточно: нападения медведей на якутов, затерявшиеся в тайге люди, из года в год повторяющиеся сводки о лесных пожарах. Понятно, что такие новости рисуют облик дикой и опасной, непригодной для современной жизни республики с преобладающим традиционным типом хозяйствования.

С развитием интернета и информационного поля, можно улучшить знания потенциальных туристов о Якутии для повышения интереса к поездке. Самый верный ход для продвижения имиджа Якутии — подчеркнуть суровость жизненных условий: лютые морозы, вечная мерзлота, крайне низкая заселенность некоторых районов. В наше время, когда путешествия стали особенно актуальными во всем мире и более доступными, когда среднестатистический человек все более искушен и ищет новых впечатлений, набирает обороты дикий туризм и Якутия — идеальное место для этого.

Туристические услуги Республики Саха (Якутия).

Экотуризм. Эко-туризм объединяет в себе и черты экстремального туризма, и спокойную прогулку. Во время такого путешествия туристы получают возможность не только любоваться окружающими красотами, но и узнают много нового.

Сплав по рекам. Сплав по рекам — одно из наиболее популярных видов туризма. Огромное количество разнообразных рек обуславливает богатый выбор маршрутов: от предельно простых (не требующих специальной подготовки) до маршрутов VI категории сложности. Лучшее время для сплава с июля по август.

Река Лена — маршрут на байдарках и катамаранах по огромным просторам реки мимо красивейших Ленских скал, песчаных дюн и самой древней в Якутии стоянки первобытного человека.

Река Буотама протекает по территории парка «Ленские столбы».

Река Мома — правый приток Индигирки, берет начало на северо-восточном склоне Улахан-Чистай.

Река Амга — одна из живописнейших рек Якутии. Река очень чистая и рыбная.

Река Большой Нимныр — река относится к VI категории сложности. Путешествие пролегает по чистой реке Южной Якутии Большой Нимныр, несущей свои воды в золотоносную реку Алдан.

Река Индигирка — это река для спортсменов, для людей решивших испытать себя.

Река Синей — добраться до Синей довольно непросто, сначала автотранспортом, а затем на вездеходе. Сплав на рафтах и байдарках начинается у парка «Ленские столбы».

Охота в Якутии. Охота в Якутии является интересным видом туризма для туристов. Девственность леса и огромная территория охотничьих угодий — это то, что привлекает охотников с других регионов, а также иностранцев.

Булуус. Слово «булуус» переводится с якутского языка как «ледник». Место признано ландшафтно-гидрологическим природным заказником республиканского значения. Общая площадь территории заказника составляет 1105 га. В некоторых местах толщина наледи достигает 3 метров. Находится источник Булуус в трех с половиной километрах к юго-востоку от села Красный ручей (Кысыл-Юрюйе) Хангаласского улуса Якутии. В летнее время ледник начинает таять и образует полости, напоминающие тоннели. Когда в летнее время температура воздуха над ледником поднимается до плюс тридцати градусов и выше, в самом леднике она вдвое ниже.

Полюс холода «Оймякон». Территория Якутии — самый холодный обитаемый регион в Северном полушарии Земли. Здесь фактически два полюса холода — Верхоянск и Оймякон (село Томтор). В 1926 году геолог Сергей Обручев вычислил, что в Оймяконе в верховьях Индигирки температуры могут опускаться до отметки минус 71,2 градуса, и этому предположению даже установили памятный знак. В 1933 году в Томторе, где находится метеорологическая станция Оймякона, температура опустилась до — 67,7 градусов.

Ленские столбы. Ленские столбы, известные также как Каменный лес на реке Лене, находится в Хангаласском улусе в 104 километрах от г. Покровск, в 200 км от Якутска. Это скалы, сложенные кембрийскими известняками. Удивительные каменные башни высотой более 150 метров простираются вдоль реки приблизительно на расстояние в 80 км. Якутское название столбов — Туруук Хайалара. Столбы были открыты в XVII веке, но очень труднодоступное

место нахождения скал не позволяло начать их масштабное изучение. В 1966 году к Ленским столбам открылся первый всесоюзный туристический маршрут. Сегодня Ленские столбы входят в территорию национального парка «Ленские столбы», это первая особо охраняемая территория такого ранга в Республике. Кроме Ленских столбов, на территории парка обнаружена стоянка древнего человека «Диринг-Юрях», возраст которой около двух с половиной по три целых две десятых миллионов лет, и дюны тукуланы — островки настоящей пустыни в море тайги. По берегам рек Синей, Буотамы и Лены сохранились следы пребывания древних людей в виде наскальных рисунков.

Горы Кисилях. В переводе с якутского «Кисилях» означает «каменные люди», и действительно скалы издали напоминают огромные человеческие фигуры. Горы расположены на водоразделе северных рек Якутии — Яны и Адычи. Площадь гор здесь составляет 120 кв. км, они образованы магматическими скалами высотой 30—35 метров, самых причудливых форм. Этому месту приписывают особую энергетику. По местной легенде, на горах Кисилях испокон веков живут верхние божества — Айыы. Люди, верующие в великие силы природы и желающие излечиться от разных недугов, поднимаются на священные горы в обязательном сопровождении гидов-шаманов. По утверждениям якутских шаманов, горы Кисилях являются кратчайшим связующим звеном между «верхним миром» — Вселенной и «срединным миром» — планетой Земля.

Ледяная подземная галерея «Царство вечной мерзлоты». Туристический центр в Якутии, расположенный около горы Чочур-Муран в штольне одной из них сопкок, которая в советское время использовалась как огромный погреб для хранения продуктов. На входе в «Царство» посетителям выдают теплые плащи и валенки. Это необходимо — летом температура в пещере не поднимается выше — 4 градусов. Но зимой не опускается ниже — 10, так что после пятидесятиградусного якутского мороза здесь можно даже погреться. Внутри штольня поделена на несколько залов. В первом гостей встречает повелитель холода Чысхаан — здесь

его резиденция. Есть ритуальный зал для традиционных якутских обрядов. В другом помещении можно прокатиться с ледяной горки и поглазеть на ледяные скульптуры. В отдельном гроте находится небольшой палеонтологический музей. В экспозиции — находки представителей мамонтовой фауны, сохранившиеся в местной мерзлоте. Есть еще «ледяной офис» и «ледяной бар» с традиционными якутскими угощениями — строганиной из ценных пород рыб и другими экзотическими блюдами. В залах установлена искусно устроенная подсветка. Разноцветные лучи преломляются в прозрачных ледяных скульптурах, отражаются от стен и пола.

Школа Каюра. Туристы могут прокатиться по сияющему снегу на собаках знаменитой породы хаски и ее прародительницы, якутской лайке.

В путешествии можно проникнуться жизнью народов севера, их бытом, обычаями и традициями. Познать азы искусства управления собачьей упряжкой в школе каюра. При этом профессиональные каюры сопровождают во время всего путешествия.

Туры на собаках — это способ приобщиться к природе: если вы найдете контакт с этими удивительными животными, у вас появится шанс проникнуть в тайны самой природы севера.

Минеральные источники «Нахот». Малый (Аччыгый) и Большой (Улахан) Нахот — правые притоки реки Горбыллах, Нерюнгринский район, Южная Якутия. Маланохотское месторождение минеральных вод славится скважиной по розливу минеральных вод «Нахот», а также геотермальным источником скважины 7-ГН. В сер. 1990-х рядом с геотермальным источником была построена база отдыха «Нахот». Главной изюминкой отдыха на базе является два бассейна с геотермальной водой из артезианской скважины ГН-7 Мало-Нахотского месторождения. Массу положительных эмоций доставляет пребывание в бассейне под открытым небом, особенно в сорокаградусный мороз.

Туристическая база отдыха «Дом рыбака». Туристическая база отдыха «Дом Рыбака» это прекрасный уголок якутской природы для любителей отдыха

недалеко от Якутска. Расположена на левом берегу реки Лена на Кангаласском мысу. Туристическая база располагает несколькими услугами по предоставлению гостевых домов и таежных дач.

Спортивно-развлекательный комплекс «ТЕХТЮР». *Техтюр — это курорт с развитой инфраструктурой, находится на сорок шестом километре по Покровскому тракту вблизи села Техтюр.*

Благоприятная обстановка, красивый ландшафт, небольшая удаленность от города — способствует созданию условий для активного досуга горожан.

Предоставляемые услуги: прокат горных и беговых лыж, сноубордов, сноутюбинг, сноупарк, бугельные подъемники, лыжня, беседки, кафе, детская площадка.

Орто Дойду. *Туристический комплекс «Орто Дойду» находится на 49 километре Покровского тракта в Хангаласском улусе.*

Туристический комплекс «Орто Дойду» состоит из нескольких комплексов:

- Обрядовый комплекс национального праздника «Ысыах Эркээни»
- Ресторан «Орто Дойду», выполненный в стиле национальных традиций народа Саха с современными изысками, с великолепной кухней в сочетании с европейскими блюдами;
- Стрелково-охотничий клуб «Орто Дойду», где можно поупражняться в стендовой стрельбе, стрельбе из лука.

Результаты социального опроса.

По результатам социального опроса выявлен анализ текущего состояния туристических услуг региона, ее оценка качества, профессионализма и доступности.

Всего было опрошено 100 человек в возрасте от 14 до 74 лет с жителей и гостей РС(Я) и с разных населенных пунктов России (Москва, Казань, Владивосток, Ростов-на-Дону), где:

- 60 — являются студентами;
- 27 — работниками;
- 10 — школьниками;

- 2 — безработными;
- 1 — пенсионером.

Больше ответов поступили от женщин (53 человека).

Были выведены следующие результаты:

Таблица 1.

Пользование услугами

Какими услугами, предоставляемыми туристам, вы пользовались в Якутии?	Ответы	Доля
Ледяная подземная галерея «Царство вечной мерзлоты»	38	12.34%
Выезд в минеральные источники «Нахот»	9	2.92%
База отдыха «Дом рыбака»	3	0.98%
Выезд в спортивно-развлекательный комплекс Техтюр	24	7.79%
Выезд в зоопарк «Орто Дойду»	65	21.1%
Охотничьи угодья	9	2.92%
Выезд на Ленские столбы	35	11.36%
Экспедиция в горы Кисилях	6	1.96%
«Полюс холода» Оймякон	3	0.98%
Сплавы по рекам Якутии	11	3.57%
Езда на собачьих упряжках	16	5.19%
Выезд в музей-заповедник "Дружба" в Соттинцах	40	12.98%
Выезд в ледник Булуус	37	12.01%
Не пользовался никакими услугами	9	2.92%
Другое (Музей мамонта, Курулуур)	3	0.98%

Общее количество посещений всех достопримечательностей — 308. Больше всего посетили зоопарк «Орто дойду» — количество посещений составило 21.1 % от общего числа посещений всех достопримечательностей. Зоопарк является популярным местом посещения для людей потому что, он является единственным крупным в Якутии, находится недалеко от города Якутска и работает с давних времен, когда туризм в Якутии еще не был развит. А меньше всего посетили базу отдыха «Дом рыбака»(0,98 %) из-за того, что она не всем известна, и «Полюс холода» в Оймяконе (0,98 %), который находится в 963 км от столицы республики и до которого очень трудно добраться. Респонденты также добавили свои ответы по туристическим услугам, которые они посетили — это музей мамонта и водопад Курулуур.

Таблица 2.**Причины отказа от услуг**

Выделите причины того, что не пользовались данными услугами	Ответы	Доля
Высокая цена	37	52.86 %
Слишком далеко находятся	35	50.00 %
Не интересует	13	18.57 %
Другое (нет времени, не хватает информации, не с кем пойти, у родителей нет времени)	4	5.71 %

Из людей, которые не пользовались услугами в Якутии: почти 53 % из-за высоких цен и 50 % из-за далекого расстояния, т. к. транспортная инфраструктура не сильно развита и некоторые жители республики не готовы ехать в дальние места без необходимости. 5,71 % опрошенных либо не осведомлены о турах, либо не находят попутчиков.

Таблица 3.**Оценка уровня профессионализма**

Оцените уровень профессионализма туристических услуг	Ответы	Доля
5/5	5	5 %
4/5	21	21 %
3/5	35	35 %
2/5	24	24 %
1/5	15	15 %

Большинство респондентов оценили уровень профессионализма на «удовлетворительно» (35 %), и меньшинство (5 %) — на «отлично». Также 15 % думают, что туризм в Якутии вообще не развит из-за неосведомленности о турах.

Таблица 4.**Уровень удовлетворенности**

Считаете ли вы, что все ваши потребности были удовлетворены?	Ответы	Доля
Да	24	24
Нет	23	23
Частично	53	53

53 % частично были удовлетворены туристическими услугами в Якутии, почти 23 % ответили «не удовлетворены» и около 24 % — удовлетворены. Данные показатели характеризуют о том, что туры не так сильно отвечают всем потребностям туриста, которые они ожидают.

Таблица 5.

Оценка познавательности

Оцените познавательность данных услуг о Якутии	Ответы	Доля
5/5	17	17 %
4/5	22	22 %
3/5	36	36 %
2/5	12	12 %
1/5	13	13 %

Также, познавательность была оценена 36-ми опрошенных в три балла, около 13 % считают, что в данных турах нельзя узнать ничего нового и 17 % считают, что якутские туры отлично передают всю нужную информацию.

Заключение.

Современный уровень туризма в Якутии, состояние материальной базы сопутствующих и инфраструктурных отраслей, сферы услуг, призванных обеспечить поступательное развитие туристской деятельности, не соответствуют мировому уровню и требованиям индустрии туризма.

Таким образом, туристическая отрасль в Республике Саха (Якутия) находится на начальной стадии развития.

Однако следует отметить, что на территории Якутии огромное количество особо охраняемых природных территорий, заповедников, которые в будущем могут стать основой для разработки новых туристических маршрутов.

Реализация в Якутии проектов и программ по развитию промышленности предполагает развитие инфраструктуры внутри республики, что будет способствовать созданию условий для развития внутреннего и въездного туризма, расширению географии и созданию новых туристических баз и комплексов.

Список литературы:

1. Закон Республики Саха (Якутия) о туристской деятельности в Республике Саха (Якутия) 780-З № 443-IV от 15.12.2009.
2. Министерство по делам предпринимательства, развития туризма и занятости Республики Саха (Якутия): официальный сайт — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.minpred.ru>.
3. Схема комплексного развития производительных сил, транспорта и энергетики Республики Саха (Якутия) до 2020 года от 06.09.2006 № 411.
4. Стратегия развития туристской индустрии в Республике Саха (Якутия) до 2025 года от 27 мая 2009 года № 236.
5. Федеральная служба государственной статистики: официальный сайт — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://cbsd.gks.ru/#>.
6. World Tourism Organization UNWTO: официальный сайт — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.unwto.org>.

ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ ДКП И ПЕРСПЕКТИВЫ ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

Дунаева Анастасия Игоревна

*студент факультета «Государственное и муниципальное управление», ФГБОУ
ВПО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»,
РФ, г. Москва*

Удачин Никита Олегович

*студент факультета «Государственное и муниципальное управление», ФГБОУ
ВПО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»,
РФ, г. Москва*

Дубова Светлана Евгеньевна

*научный руководитель, д-р экон. наук, проф. ФГБОУ ВПО «Финансовый
университет при Правительстве Российской Федерации»,
РФ, г. Москва*

В статье исследуется изменение и текущее состояние ставки рефинансирования и ключевой ставки. Авторами был проведен анализ состояния российской и мировой экономики, и определены перспективы использования ставки рефинансирования в современных экономических условиях.

31 октября 2014 года Советом директоров Банка России было принято решение о повышении ключевой ставки до 9,5 % годовых. За период с сентября по октябрь были существенно изменены внешние условия: значительно снизились цены на нефть, одновременно произошло ужесточение санкций, которые были введены отдельными странами, в отношении ряда крупных российских компаний.

Данные условия спровоцировали ослабление рубля, что в свою очередь, вместе с введенными ограничениями на импорт отдельных продовольственных товаров привело к дальнейшему ускорению роста потребительских цен. В этой связи, основными причинами повышению ключевой ставки до уровня 9,5 % стали: продолжающаяся свой рост инфляция на фоне замедления темпов роста ВВП и усиления оттока капитала.

Согласно оценке Банка России, до конца I квартала 2015 года инфляция останется на уровне выше 8 %. Повышение инфляционных ожиданий, путем

сохранения высоких темпов роста потребительских цен продолжительное время, создает дополнительные инфляционные риски. Банк России продолжает принимать меры, направленные на замедление роста потребительских цен до целевого уровня 4 % в среднесрочной перспективе. При улучшении внешних условий, формировании устойчивой тенденции к снижению инфляции и инфляционных ожиданий Банк России перейдет к смягчению денежно-кредитной политики.

При произошедшем ужесточении денежно-кредитных условий планировалось влияние факторов, который были указаны выше, на инфляционные ожидания, чего на данный момент не осуществилось. Однако замечена позитивная динамика денежно-кредитных агрегатов, которая способствует созданию предпосылок к снижению инфляции в среднесрочной перспективе. По оценке на 1 октября 2014 года, годовой темп прироста денежной массы (M2) составил 7,4 % по сравнению с 16,1 % по состоянию на аналогичную дату предыдущего года.

Рост ставок по депозитам населения продолжился, что будет способствовать поддержке склонности населения к сбережению и формированию условий для перетока наличных средств на банковские вклады. На фоне повышения процентных ставок по кредитам и требований банков к качеству заемщиков и обеспечения мы наблюдаем определенное замедление темпов роста кредитования экономики (с поправкой на валютную переоценку).

Очередное заседание Совета директоров Банка России, на котором будут обсуждаться вопросы денежно-кредитной политики, ключевая ставка и размер ставки рефинансирования, предполагается провести 11 декабря 2014 года.

Первый заместитель председателя Банка России Ксения Юдаева сообщила, что центральной реформой Банка России является переход к инфляционному таргетированию как к конституциональному механизму проведения денежно-кредитной политики, а также постепенное снижение инфляции, что необходимо для повышения инвестиций.

Повышение ставки рефинансирования говорит о том, что ЦБ проводит политику дестимулирования экономики страны: займы становятся дороже, как для банков и корпораций, так и, в конечном счете, для населения, что приведет к снижению потребления товаров и услуг в стране. Также повышение ставки рефинансирования скажется на валютном рынке: ее повышение приведет к укреплению валюты страны, так как краткосрочные инвестиции в валюту страны становятся более выгодными, автоматически повышается текущий курс валюты страны.

Ставка рефинансирования на данный момент используется лишь справочно, поскольку к ней привязаны законодательные акты в России. Фактически, деньги по ставке рефинансирования уже не выдаются.

Согласно Информации Банка России, ЦБ РФ была введена ключевая ставка и установлена в размере 5,5 % годовых, с 1 марта 2014 года повышена до 7,0 % годовых, с 25 апреля 2014 года повышена до 7,5 % годовых, с 25 июля 2014 года повышена до 8,0 % годовых, с 31 октября 2014 г. повышена до 9,5 %.

Повышение ключевой ставки сможет оказать положительное влияние на инфляцию, но не сможет прекратить падение рубля. При этом повышение ставки может серьезно ударить по инвестиционной активности, потребительскому спросу и всем заемщикам.

С начала сентября курс национальной валюты значительно ослабил свои позиции на фоне геополитических и макроэкономических процессов, а также падения цен на нефть, особенно после принятия решения ОПЕК не снижать объемы добычи нефти. Формирование курса рубля будет происходить под влиянием рыночных факторов, это в свою очередь должно способствовать усилению действенности денежно-кредитной политики и обеспечению ценовой стабильности.

Плавающий курс рубля будет также способствовать более быстрой адаптации отечественной экономики к изменениям внешних условий и увеличит ее устойчивость к негативным шокам мировой экономики. Также следует отметить, что переход к свободному курсу рубля предполагает

управление денежно-кредитной политикой через ключевую ставку и таргетирование инфляции (установление целевого показателя), а не через фиксированный валютный курс.

Одновременно ЦБ оставил за собой право на проведение валютных интервенций в любой момент в случае угрозы финансовой стабильности (так, 1 декабря ЦБ провел валютные интервенции на сумму 700 млн. долларов; это объясняется существенным отклонением курса рубля от фундаментально обоснованных значений, то есть тех уровней, которые определяются действием макроэкономических факторов (цены на экспортируемые товары, экономическая активность и другие параметры). Более того, решение Банка России перейти на плавающий курс рубля ограничивает валютные спекуляции на бирже (повышает риски для валютных спекулянтов).

Список литературы:

1. Указанием Банка России от 13 сентября 2012 г. № 2873-У «О размере ставки рефинансирования Банка России».
2. Пресс служба банка России: «О ключевой ставке Банка России».
3. Екатерина Метелица, Сирануш Шароян // Экономисты спрогнозировали повышение ключевой ставки ЦБ // РБК — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://top.rbc.ru/finances/08/12/2014/54857607cbb20f666fa076b0>.

ОСОБЕННОСТИ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ИННОВАЦИОННОГО ЦЕНТРА «СКОЛКОВО»

Ермоленко Наталья Александровна
студент 5 курса по направлению (специальности)
«Налоги и налогообложение»,
РФ, г. Москва

Грызунова Наталья Владимировна
научный руководитель, проф., канд. экон. наук,
кафедры «Финансов и налогообложения»,
РФ, г. Москва

В настоящее время российский некоммерческий сектор играет существенную роль в становлении социально-экономической системы государства. Построение различного рода перспективных стратегий, концепций и идей, в частности, направленных на развитие научной деятельности являются призмой всего некоммерческого сектора, одной из ключевых целей которой выступает роль источника различных инновационных проектов.

Дефицит в коммерческой сфере привел к резкому снижению поступлений финансовых средств, выражающихся в виде как пожертвований, так и непосредственно личного участия в становлении и развитии некоммерческого блока.

Актуальные вопросы современной экономической системы, прежде всего, ориентированы на развитие инновационных технологий, отсутствие которых приведет к неизбежной потере возможностей на создание эффективной платформы интеллектуальной собственности. Необходимо отметить, что инновации представляют собой не только действенный инструмент конкуренции, но и сильнейший рычаг в механизме международной борьбы за лидирующие позиции.

В 2011 году было подписано Соглашение, согласно которому Фонд «Сколково», деятельность которого регулируется специальными Федеральными законами, и Российская академия наук будут работать вместе в сфере инноваций. В сущности, РАН с 2012 года находится в достаточно

уязвимом состоянии и выступает в роли желаемого объекта для всевозможных коммерческих структур.

Исходя из смысла статьи 2 Федерального закона «О некоммерческих организациях» № 7-ФЗ от 12 января 1996 года можно сделать вывод о том, что некоммерческой организацией признается организация, которая не имеет извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности и не распределяет полученную прибыль между участниками. Некоммерческие организации могут создаваться для достижения социальных, благотворительных, культурных, образовательных, научных и управленческих целей, в целях охраны здоровья граждан, развития физической культуры и спорта, удовлетворения духовных и иных нематериальных потребностей граждан, защиты прав, законных интересов граждан и организаций, разрешения споров и конфликтов, оказания юридической помощи, а также в иных целях, направленных на достижение общественных благ [1].

В сущности, количественные масштабы некоммерческих организаций в России за последние пять лет возросло более чем на 40 %. Данный факт обуславливается тем, что подобный подъем вызван достаточно крупными расширениями соответствующих областей деятельности, нарастающим усовершенствованием функций, а также появлением абсолютно новых организационно-правовых форм.

В большинстве своем ключевой целью создания подавляющей части некоммерческих организаций является достижение социальных, благотворительных, культурных, образовательных и, несомненно, научных целей. Таким образом, преследуя указанные цели, некоммерческие организации, в сущности, представляются в роли государства в целом в рамках воплощения в жизнь и реализации функций, возложенных, главным образом, на само государство.

Участником проекта «Сколково» на основании п. 8 ст. 2 Закона № 244-ФЗ может стать любая российская организация, отвечающая следующим условиям:

1. организация создана исключительно в целях осуществления исследовательской деятельности в области (п. 8 ст. 10 Закона № 244-ФЗ):

- энергоэффективности и энергосбережения, в том числе разработки инновационных энергетических технологий;
- ядерных технологий;
- космических технологий, прежде всего в области телекоммуникаций и навигационных систем (в том числе создание соответствующей наземной инфраструктуры);
- медицинских технологий в области разработки оборудования, лекарственных средств;
- стратегических компьютерных технологий и программного обеспечения;
- постоянно действующий исполнительный орган организации, а также иные органы или лица, имеющие право действовать от имени фирмы без доверенности, постоянно находятся на территории Центра.

Налоговое бремя для участников инновационного проекта «Сколково» структурировано таким образом, что уплата налогов, в сущности, является не самой сильнейшей нагрузкой. Однако не стоит игнорировать тот факт, что неуплата налога законодательным образом закреплена в основном законе налоговой системы Российской Федерации — Налоговом Кодексе и предусматривает наказание в виде штрафных санкций.

Так, согласно п. 1 ст. 246.1 НК РФ организации, получившие статус участников проекта «Сколково», в течение десяти лет со дня получения ими статуса участников проекта имеют право на освобождение от исполнения обязанностей плательщиков налога на прибыль организаций. Кроме того, предусмотрены льготы по уплате государственной пошлины, земельному налогу при определенном порядке условий. Помимо налога на прибыль, налога на добавленную стоимость, участники проекта «Сколково» освобождены от уплаты налога на имущество (п. 20 ст. 381 НК РФ). Такой специальный налоговый режим, как упрощенная система налогообложения является одним из самых продуктивных методов уплаты налогов в случае непревышения

годового объема их выручки от реализации товаров (работ, услуг) в размере одного миллиарда рублей участников инновационного центра.

В сущности, резюмируя указанное выше, можно сделать вывод о том, что являться участником проекта «Сколково» достаточно выгодно и эффективно. Государство, в свою очередь, создавая данный центр, предприняло одну из мер инновационной политики, который представляет собой особую форму партнерства государства, бизнес-индустрии и науки.

Не исключено, что Россия, избрав инновационный курс развития, ещё в 2010 году предусмотрев многочисленные преференции, в частности налоговые, рассчитывала на получение стремительно эффективных плодов работы проекта.

Однако необходимо понимать, что, прежде всего, фундаментальными целями научных исследований, а также опытно-конструкторских разработок непосредственно сквозь их определённые результаты являются кардинальное и современное технологическое обновление и борьба с устаревшими ресурсами, как с моральной точки зрения, так и с функциональной стороны.

На сегодняшний день, по мнению многих экспертов, общественных деятелей, дальнейшее процветание инновационного центра «Сколково» находится далеко не в самом стабильном состоянии. Причинами данного вывода являются не только резкое сокращение желающих внести свой вклад инвесторов, но и спад государственного финансирования. Ввод добровольных пожертвований со стороны государственных компаний стал одним из самых ключевых и переломных моментов в истории развития центра.

Присутствие достаточно высокой конкуренции в международном масштабе, в положительном смысле безграничный потенциал России, а также людей, стоящих у истоков его развития позволят усилить меры для предотвращения спада результативности от деятельности участников центра.

В сущности, создание проекта изначально являлось рискованным шагом со стороны государства, прежде всего включая налоговые льготы, которые приводят к сокращению поступления денежных единиц в казну государства.

Пересмотр порядка ведения налоговой политики позволит структурировать новую политику развития инновационного центра «Сколково» и задаст эффективный вектор дальнейшего его становления. Требуется существенная адаптация российского налогового законодательства к особенностям регулирования некоммерческих организаций с целью стимулирования их развития и устранения спорных ситуаций.

Список литературы:

1. Федеральный закон от 12 января 1996 года «О некоммерческих организациях» № 7-ФЗ.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ФИНАНСОВОГО ЛИЗИНГА ПРИ СОПОСТАВИТЕЛЬНОМ АНАЛИЗЕ С КРЕДИТОМ

Гончаренко Дарья Васильевна

*студент, факультет экономики и управления, Самарский государственный
аэрокосмический университет имени академика С.П. Королева,
РФ, г. Самара*

Картамышева Кристина Викторовна

*студент, факультет экономики и управления, Самарский государственный
аэрокосмический университет имени академика С.П. Королева,
РФ, г. Самара*

Морозова Светлана Анатольевна

*научный руководитель, канд. экон. наук, кафедра экономики, Самарский
государственный аэрокосмический университет имени академика
С.П. Королева,
РФ, г. Самара*

Чаще всего на практике эффективность финансового лизинга определяется путем его сравнения с использованием схемы банковского кредитования. Для приобретения основных фондов (например, оборудования) покупатель самостоятельно за счет полученных от банка средств оплачивает стоимость приобретаемых фондов. Актуальность сравнения кредита и лизинга обусловлена некоторой схожестью этих финансовых инструментов, т. к. лизинг основывается на тех же принципах, что и кредит: платность, срочность, возвратность.

Кредит или кредитные отношения — общественные отношения, возникающие между субъектами экономических отношений по поводу движения стоимости [6, с. 110]. Между кредитором и заемщиком заключается договор, согласно которому заемщику предоставляются денежные средства на заранее оговоренных условиях (срок кредита, объем кредита, вознаграждение кредитора).

Лизинг — финансовый инструмент и вид финансовых услуг, который является формой кредитования при приобретении основных фондов предприятиями или очень дорогих товаров физическими лицами [2, с. 214].

Сущность лизинга заключается в том, что лизингодатель (ею может быть любая организация) обязуется приобрести в собственность определённое лизингополучателем (юридическое или физическое лицо) имущество у указанного им продавца и предоставить лизингополучателю это имущество за плату во временное владение и пользование.

Преимущество лизинга перед кредитом гарантируется множеством банков. Так, например, «Газпромбанк» предоставляет целый перечень существенных выгод в использовании лизинга [3, с. 47], который можно представить в форме таблицы 1.

Таблица 1.

Сравнение кредита и лизинга в рамках программы «Газпромбанк Лизинг»

Фактор	Собственные средства	Кредит	Лизинг
Отсутствие необходимости первоначального накопления средств в значительных объемах	Нет	Да	Да
На себестоимость продукции относятся затраты, связанные с приобретением оборудования	Нет	Нет	Да
Возможность применения ускоренной амортизации	Нет	Нет	Да
Дополнительные гарантии для кредитора не требуются	-	Нет	Да
Появляется возможность привлечения долгосрочных финансовых ресурсов	-	Нет	Да

В соответствии с действующими российским законодательными и нормативно-правовыми актами лизинг выгоднее кредита, т. к. кредит облагается НДС, процентами по кредиту, налогами на прибыль и на имущество, в то время как лизинг — расходами на прибыль лизинговой компании и НДС на лизинговые платежи [1, с. 11].

В большинстве случаев лизинг даёт финансовую экономию 10—15 %, что является существенной суммой, к примеру, для мелких предпринимателей и молодых компаний [4, с. 19]. Лизинг позволяет во многом финансово

обезопасить себя, и, кроме того, сохранить часть финансовых средств, которую можно пустить в оборот или вложить в развитие бизнеса.

К остальным преимуществам лизинга над кредитом можно отнести:

1. Предмет лизинга (по взаимному соглашению сторон, участвующих в процессе заключения договора на передачу имущества в лизинг) может учитываться или на балансе лизингодателя, или на балансе лизингополучателя, в зависимости от конкретной ситуации и того, какой из этих вариантов будет более выгодным.

2. Существенная экономия на отчислениях при уплате имущественного налога.

3. Перечисленные лизинговые платежи можно отнести к себестоимости продукции лизингополучателя, что позволяет снизить налогоплательщику отчисления на уплату налога на прибыль.

4. Лизингодатель так же имеет возможность получать льготы по налогообложению на основании решений органов управления субъектами Федерации в пределах, установленных федеральным и региональным законодательством.

В ходе проведения сопоставительного анализа следует учитывать, что лизингополучатель, пользуясь имуществом, по сути, применяет рассрочку платежа. Так же, по сравнению с обычной организацией, лизингодателю может быть легче решить комплекс вопросов по кредитованию с банком и вопросы страхования различных рисков со страховой компанией по сделке на приемлемых и полезных для лизингодателя условиях. Процедура решения вопросов поставки, монтажа, обслуживания, а также коммерческого кредитования лизинговой сделки, с поставщиками происходит намного проще. Имеется возможность удешевить приведенные выше услуги.

Решение вопросов растаможивания предметов лизинга [5, с. 1] с помощью надежных таможенных брокеров позволяет снизить издержки по сделке, а так же сократить сроки поставки предмета лизинга пользователю.

Т. к. при необходимости регистрации имущества переговоры и оформление договоров купли-продажи проводит лизингодатель, это позволяет минимизировать временные и материальные затраты лизингополучателя.

По сравнению с лизингом, получение кредита под закупку техники может быть сопряжено с повышенными требованиями по заключению сделки. При лизинге же в качестве обеспечения выступают права собственности лизингодателя на имущество.

Стоит отметить, что уже в начале сделки лизингополучатель имеет большее финансирование, чем при кредите.

Преимущество лизинга перед кредитом существенно, но не стоит забывать, что выбор финансового инструмента осуществляется исходя из множества объективных и субъективных факторов.

Список литературы:

1. Александров С.А., Пугачев. Ф.И. «Кредитные средства обращения и платежа». — М. «Факт». 2013. — 48 с.
2. Газман В.Д. Лизинг и факторинг // Учебное пособие / В.Д. Газман. — М.: ГУ ВШЭ, 2010. — 469 с.
3. Зубова Я.В. Основы внешнеэкономической деятельностью: Учебное пособие / Я.В. Зубова. — Ухта: УГТУ, 2012. — 80 с.
4. Митяков А.В. Лизинг как форма инвестиций / А.В. Митяков // Юрист. — 2013. — № 4. — 35 с.
5. Растамаживание лизингового оборудования — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.uzbekleasing.com/> (дата обращения 09.12.2014).
6. Трошин А.Н. Финансы и кредит // Учебное пособие, 2012. — 408 с.

ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНОСТЬ КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИЙ

Власова Екатерина Андреевна

студент

*Воронежского государственного архитектурно-строительного университета,
РФ, г. Воронеж*

Куцыгина Ольга Александровна

научный руководитель, проф.

*Воронежского государственного архитектурно-строительного университета,
РФ, г. Воронеж*

Российская Федерация (РФ) обладает значительным количеством природных ресурсов, включая топливно-энергетические и водные. Однако, тенденция последних лет, направленная на обеспечение устойчивого развития регионов, обуславливает актуальность задач по охране и рациональному использованию природных ресурсов «в интересах настоящего и будущего поколений» [1, п. 1, ст. 1].

Оценить энергоэффективность национальной экономики как фактор устойчивого развития предлагается в работе [2] в результате формирования интегрального индекса или системы локальных индикаторов, каждый из которых позволит оценить состояние экономики страны по различным аспектам, характеризующим устойчивость развития. Энергоэффективность как фактор устойчивого развития отражается во многих индикаторах и учитывается при сведении разрозненных данных статистической отчетности в единый показатель [5].

Уровень среднедушевого потребления энергии характеризует качество жизни и в соответствии с данными рисунка 1 в РФ в 1,6 раза превышает аналогичный показатель стран Восточной Европы и Центральной Азии (ВЕиЦА), но составляет 0,83 от показателя стран с высоким доходом (СВД). А потребление электрической энергии также как предыдущий показатель в 1,6 раза превышает аналогичный показатель стран ВЕиЦА, но от показателя СВД составляет лишь 0,59. При этом валовый внутренний продукт (ВВП),

приходящийся на единицу потребляемой энергии, в РФ самый низкий и составляет 2,6 долларов США (по паритету покупательской способности, или ППС), приходящихся на один кг нефтяного эквивалента, или 0,79 от уровня стран ВЕиЦА и 0,43 от уровня СВД (рисунок 2).

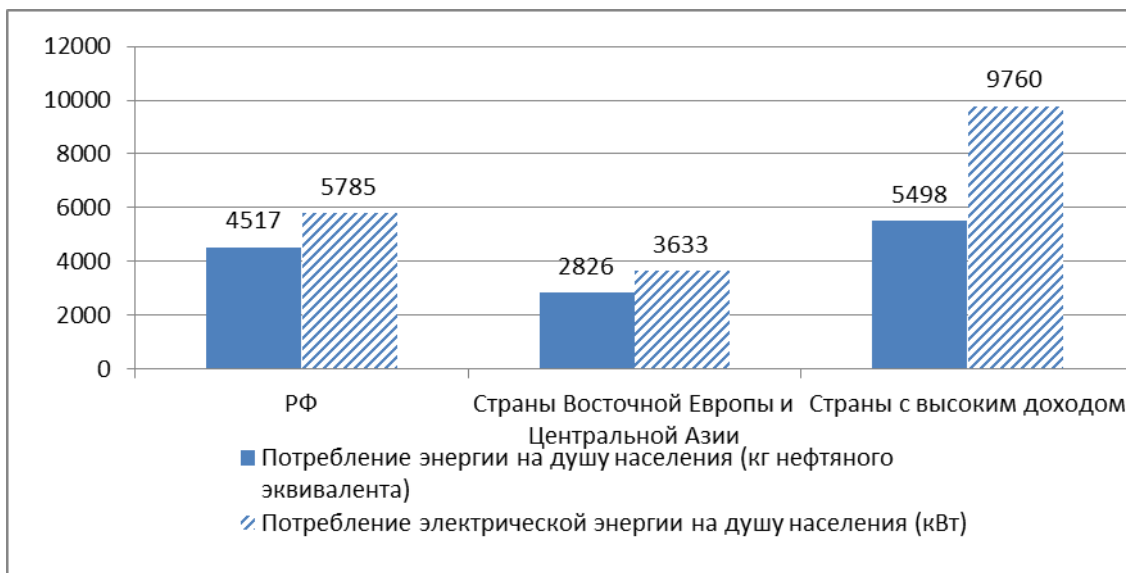


Рисунок 1. Диаграмма среднедушевого потребления энергии



Рисунок 2. Диаграмма ВВП на единицу потребляемой энергии (дол. США / кг нефтяного эквивалента)

Количество электроэнергии, вырабатываемое из ископаемого топлива, приблизительно одинаково во всех регионах. В РФ следует отметить более масштабное использование гидроэнергетики, но в значительно меньшем объеме используется биотопливо как экологически безопасный источник выработки энергии (рисунок 3).

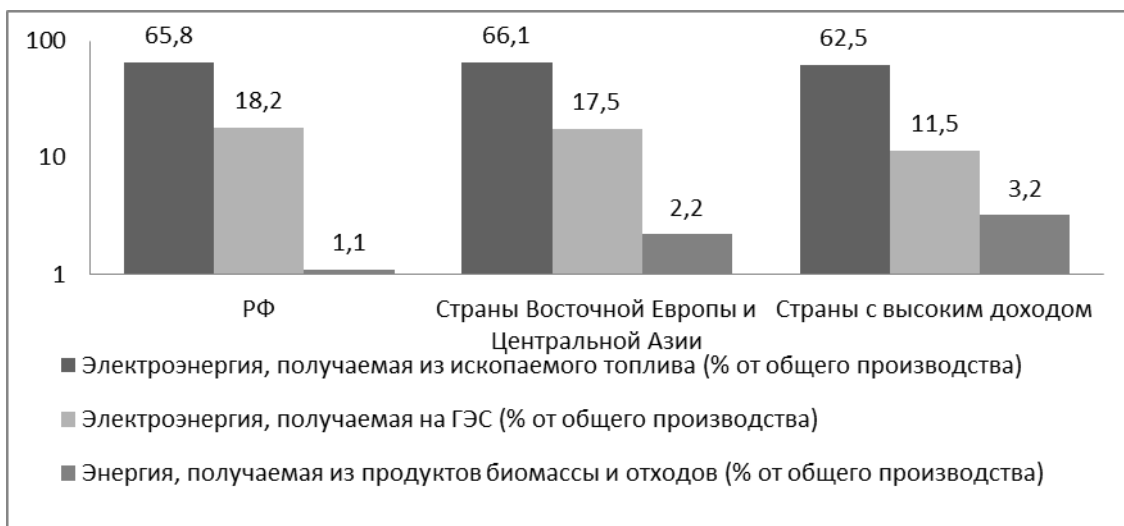


Рисунок 3. Диаграмма объемов электроэнергии, получаемой из различных источников

Таким образом, задача повышения эффективности использования энергетических ресурсов в РФ остается актуальной. Снижение энергоемкости ВВП в результате повышение энергоэффективности национальной экономики напрямую связано с реализацией принципов устойчивого развития и зависит от интенсивности перехода к инновационной экономике.

Наиболее полным оценочным показателем для учета энергетического фактора устойчивого развития представляется предложенный Всемирным банком индекс скорректированных чистых накоплений [4]. В адаптированном для условий РФ виде — это показатель чистых сбережений, определяемый по формуле

$$ЧС = ВВС - Э - М - Л - CO_2 + O > 0,$$

где: **ЧС** — чистые сбережения; **ВВС** — валовые внутренние сбережения; **Э** — истощение источников энергии; **М** — истощение минеральных запасов; **Л** — истощение лесных ресурсов; **CO₂** — урон, наносимый окружающей среде выбросами диоксида углерода; **O** — затраты на образование .

Степень устойчивости развития тем значительнее, чем больше положительное значение этого показателя. Если его значение отрицательно,

то следует вывод об антиустойчивом развитии экономики. Если значение данного индекса отрицательно, можно сделать вывод об антиустойчивом развитии. Соответственно и об ухудшении состояния экономики страны или региона в целом.

Предложенный подход к оценке устойчивости развития основан на том, что истощение не возобновляемой части природных ресурсов и слишком расточительное использование возобновляемых ресурсов способствуют уменьшению национального богатства. Вложения в образование рассматриваются как прирост интеллектуального капитала. Текущие затраты на образование приравниваются к инвестициям, обеспечивающим в дальнейшем прирост национального богатства. Исходя из такой позиции, реинвестирование доходов от направления в добычу природных ресурсов в развитие интеллектуального капитала способствует повышению уровня образованности населения, тем самым обеспечивая повышение устойчивости развития экономики территорий. Несмотря на недостатки оценочных индексов, включая скорректированный индекс чистых накоплений, несколько отличающийся от показателя чистых сбережений, их значимость определяется возможностью агрегированной оценки устойчивого развития с учетом степени истощенности запасов ресурсов [3]. Значения оценочного показателя скорректированных чистых накоплений для некоторых стран, приведенные на рисунке 4, показывают его отрицательную величину для РФ. Такая ситуация сложилась в результате сформировавшейся модели развития страны, основанной на валовом увеличении добычи энергетических ресурсов как основного источника доходов государственного бюджета. Однако по показателю экспорта углеводородов на душу населения РФ тоже уступает таким странам, как ОАЭ, Норвегия, где этот показатель выше в 15—20 раз.

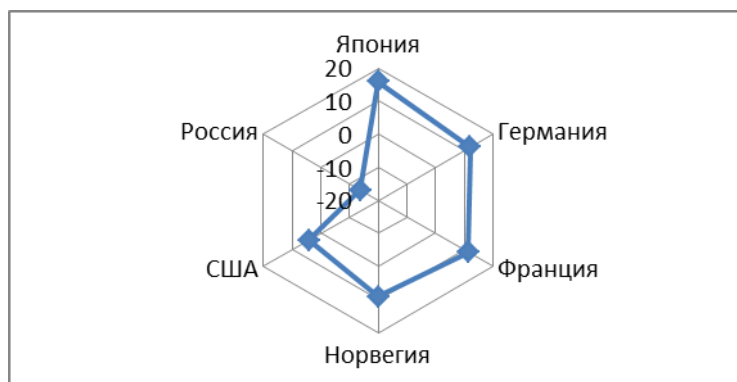


Рисунок 4. Скорректированные чистые накопления в некоторых странах

Таким образом, анализ энергоэффективности национальной экономики как фактора устойчивого развития позволил сделать следующие выводы, определяющие предпосылки для коренного изменения экономической модели развития:

1. Для топливно-сырьевого сектора экономики характерна угасающая эффективность инвестиций вследствие объективного ухудшения условий добычи.

2. Зависимость бюджета страны от экспорта топливно-сырьевых ресурсов и влияния мировых цен в условиях неопределенности делают непредсказуемыми их последствия для национальной экономики.

3. Доминирование топливно-сырьевого сектора может привести к негативным последствиям для него самого из-за отсутствия конкуренции.

4. Внедрение научно-технических инноваций не привело к прорыву в экономическом развитии не сырьевых отраслей экономики.

5. Для сырьевого комплекса является характерной высокая концентрация финансовых ресурсов. Доминирование данного сектора в экономике порождает неэффективные направления их использования и не способствует результативному социально-экономическому развитию.

Стремительное падение цен на нефть в последние месяцы и ряд событий экономико-политического характера привели к значительному снижению курса рубля. Экономическая модель, построенная на гипертрофированном использовании топливно-энергетического комплекса, требует перехода

к несырьевой модели развития, в которой энергоэффективность и принципы устойчивого будут играть важнейшую роль.

Список литературы:

1. Градостроительный кодекс Российской Федерации: Федеральный закон от 29 декабря 2004 г. № 190-ФЗ — [Электронный ресурс] — Режим доступа.- URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=1224-33> (дата обращения 5.12.2014).
2. Комолов Д.А. Энергоэффективность // Экономика и ТЭК сегодня. — 2011. — № 11. — С. 35—36.
3. Макаров А.А., Митрова Т.А., Кулагин В.А. Долгосрочный прогноз развития энергетики мира и России // Экономический журнал ВШЭ. — № 2. — С. 172—203.
4. Бекиш Е.Л. Чистые сбережения как индикатор оценки устойчивого развития регионов различных типов в России — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.sworld.com.ua/index.php/en/economy-311/environmental-economics-and-the-environment-311/7496-net-savings-as-an-indicator-of-sustainable-development-evaluation-of-different-types-of-regions-in-russia> (дата обращения 3.12.2014).
5. Тарасова Н.П., Кручинина Е.Б. Индексы и индикаторы устойчивого развития — [Электронный ресурс] — Режим доступа: http://www.mnr.gov.ru/files/part/8048_indikator.doc (дата обращения 3.12.2014).

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КРИЗИС: КАТАСТРОФА ИЛИ НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ?

Шалабаева Дания Кадырбековна

*студент Магнитогорского государственного университета им. Г.И. Носова,
РФ, г. Магнитогорск*

Кузнецова Маргарита Владимировна

*научный руководитель, доц. Магнитогорского государственного университета
им. Г.И. Носова,
РФ, г. Магнитогорск*

Кризис оказывает на человека неоднозначное влияние. В первую очередь, нестабильная экономическая ситуация для большинства населения приносит значительные финансовые потери. Последние в той или иной степени, влияют как на поведение человека, так и на мировоззрение личности. Привычный образ жизни, который включает в себя, в том числе, постоянную работу и определённый уровень достатка, может резко измениться в худшую сторону настолько, что у человека, который находится под грузом внезапно возникших проблем, наступает кризис личности в целом.

Изменение доходов людей, их возможностей и потребностей в период кризиса можно назвать основополагающим фактором благосостояния населения. «Современные экономические кризисы по большей части обусловлены глобальным гиперконсьюмеризмом — неконтролируемой тягой людей к потреблению» [3]. Главная проблема экономики состоит в том, что человек, как правило, не соизмеряет свои желания и потребности с собственными возможностями. У большинства людей желания безграничны, потребности изменяются как количественно, так и качественно: одно желание осуществилось, а на пороге ждет своей очереди следующее. Однако, в отличие от потребностей, возможности ограничены. Противоречие между потребностями и ограниченными возможностями в обществе будет существовать всегда, но в условиях экономического кризиса данное противоречие усиливается и еще усиливает свое негативное влияние на человека.

Экономический кризис несет за собой не только материальные потери: экономические кризисы опасны не только для кошелька, но и для здоровья. Финансовые потери или просто прекращение индексации доходов, тревога за своё будущее и будущее своих близких и семьи сокращают продолжительность жизни. Резкое снижение покупательной способности семьи, необходимость отказываться от тех товаров и услуг, которые были доступны ранее, негативно сказываются на эмоциональном фоне человека, что потенциально может привести к стрессу и депрессии [3]. Как правило, краткосрочные и редкие стрессовые ситуации несут небольшой риск. Однако в случае глобального экономического кризиса, человек может находиться в стрессовом состоянии очень продолжительное время. Немаловажное значение имеет тот факт, как к самому стрессу относится человек. Вера в себя и в свои силы позволяет адекватно реагировать на все эти проблемы, находить новые решения, которые будут помогать преодолевать трудности.

Характер и степень влияние кризиса на человека определяется его характером и личными особенностями и может иметь разные исходы. Некоторые люди от безысходности и навалившихся проблем опускают руки, другие — находят в себе силы изменяться, приспосабливаться, развиваться дальше и быть опорой близким. Именно в такие моменты незаменимой может оказаться помощь родных и близких, то есть такого социального института как семья. Первостепенное значение в вопросе преодоления кризиса отведено семье, однако, ситуация может сложиться так, что кризис повлияет на семью диаметрально противоположно. Одни семьи еще более сплачиваются, поддерживая жертву кризиса, тогда как другие распадаются, в силу невозможности справиться с накопившимися противоречиями, которые были усилены кризисом. Даже будучи в крепкой и стабильной семье, где поощряется поддержка ее членов, жертва кризиса не всегда может получить достойную помощь. Происходит это потому, что система семьи не может перестроиться быстро, а значит, ее поддержка не адекватна происходящим переменам в экономике или просто недостаточна. Семья в условиях кризиса становится

полем позитивных изменений, направленных на ее интеграцию, крайне необходимых для каждого из ее членов [2].

Немаловажную роль в формировании позитивного мировоззрения в условиях экономического кризиса играет такой социальный институт как образование. Роль образования с течением времени только возрастает. Образование является мощнейшей движущей силой экономического роста экономики страны, повышения эффективности и международной конкурентоспособности народного хозяйства. Образование является одним из важнейших факторов национальной безопасности и благосостояния страны. Высокий уровень образования способствует более легкой адаптации человека к меняющимся экономическим условиям, которые зачастую сопряжены с ростом требований к квалификации персонала.

Некоторая часть населения в условиях экономического кризиса, находит поддержку в таком социальном институте как религия. Религия выполняет функцию объединения, сплочения или интеграции членов общества. Делает это она путем выработки общечеловеческих норм и ценностей. Если человек не нашел поддержки в институте семьи, может с помощью религии прийти к переосмыслению себя и своего положения в обществе, мире.

Помимо семьи, религии, на мировоззрение человека оказывает влияние такой социальный институт как средства массовой информации (СМИ) и общественное мнение. Именно СМИ должны формировать позитивное мировоззрение в условиях кризиса. Средства массовой информации в настоящее время являются основным источником информации для большинства граждан. От СМИ, журналистов зависит, узнают ли люди о существующей проблеме, как они к ней отнесутся, вызовет ли эта проблема интерес в обществе и какое решение для преодоления возникшей проблемы можно найти и применить.

С одной стороны, кризис рассматривается как негативное явление в экономике, но если взглянуть с другой стороны, то экономический кризис можно определить как толчок к новому витку развития. В современных

условиях, возможно, такое толкование кризиса как шанса изменить жизнь к лучшему, ведь в кризис иногда человек вынужден кардинально менять сферу своей деятельности. Помимо этого во время экономического кризиса появляются специфические возможности получения дохода.

Экономические кризисы в первую очередь влияют на товарный, валютный и фондовый рынки, что способствует нестабильности в мировой экономике. Что же касается золота, то это один из немногих стабильных и безопасных объектов для инвестирования, т. к. цена на него всегда имеет тенденцию к росту, что используют надежные инвестиционные компании. Золото не только защищает от таких негативных последствий, как финансовый кризис, но и позволяет заработать на этом приличные деньги. Главное не забывать, что инвестиции в драгоценные металлы это долгосрочные инвестиции.

Сохранить и приумножить сбережения можно, вкладывая денежные средства в драгоценные металлы опосредованно, приобретая драгоценные монеты. Монеты делят на 2 класса: инвестиционные и коллекционные. Большая часть монет, которые выпускает Банк России, являются коллекционными. Приумножить свой капитал, инвестирую в данный тип денежных средств достаточно проблематично, если только человек не является профессионалом в этой области. Чтобы сохранить сбережения, необходимо вложить средства в монеты инвестиционные. Такие денежные средства Банк России выпускает достаточно большими тиражами, качество чеканки у них обычное. Их изготавливают по упрощенной технологии. Рисунок на их поверхности простой по своему дизайну и с течением времени не меняется. Для коллекционеров, нумизматов данные монеты ценности не представляют, но они являются средством платежа. При их приобретении НДС в стоимость не вкладывается. Помимо вышеперечисленных способов вложения денежных средств можно назвать еще один — это вложение денег в юбилейные монеты.

Смысл заработка в период экономического кризиса состоит в том, чтобы сфокусироваться не на получении максимальной прибыли, а в том, чтобы использовать свои время, знания, энергию для создания и предоставления чего-

то по-настоящему ценного, востребованного, полезного. Найти способы давать людям то, чего они хотят, что им действительно нужно [1].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что экономический кризис способен оказывать не только отрицательное воздействие на человека, но и положительное. Экономический кризис — это время переосмыслить свою жизнь, переоценить свои возможности и использовать их во благо не только себе, но и в обществе в целом.

Список литературы:

1. Павлин С. Как много зарабатывать во время кризиса / С. Павлин. — URL: <http://dengipro.dowlatow.ru/secreti-deneg/kak-mnogo-zarabatyivat-vo-vremya-krizisa> (дата обращения 19.11.2014).
2. Пономарев П.Л. Психология человека в условиях экономического кризиса / П.Л. Пономарев. — URL: <http://www.pavelp.ru/index.php/2011-08-12-09-07-46/2011-08-12-09-09-46/206-2012-12-24-10-21-33> (дата обращения 11.11.2014).
3. Соколов А.А. Экономические кризисы: виды, причины, влияние на семью / А.А. Соколов. — URL: <http://fb.ru/article/106941/ekonomicheskie-krizisyi-vidyi-prichinyi-vliyanie-na-semyu> (дата обращения 10.11.2014).

ВЫХОД ИНОСТРАННОГО БИЗНЕСА НА РОССИЙСКИЙ РЫНОК

Левицкая Амэлья

*студент Московского государственного машиностроительного университета,
РФ, г. Москва*

Гурнина Дарья Александровна

*научный руководитель, канд. социол. наук, доц.
Московского государственного машиностроительного университета,
РФ, г. Москва*

Россия является крупнейшим рынком к Востоку от Европы. В настоящее время многие иностранные компании стремятся войти на Российский рынок.

По инвестиционной привлекательности в 2013 Россия впервые заняла 3 место. Но в конце третьего квартала 2014 года прямые иностранные инвестиции в небанковский сектор составили один миллиард долларов, что в десять раз меньше чем в первом квартале. По итогам уходящего года спад инвестиций составит 3 %.

Когда экономике Российской Федерации требуются инвестиции, а доступ к внешним рынкам практически закрыт, в Международном Валютном Фонде предлагают властям вернуться к реформам — борьбе с коррупцией, защите инвесторов, снижению торговых барьеров и возродить интеграцию в мировую экономику.

В иностранных инвестициях нуждаются российские отрасли науки и промышленности, отсюда следует отметить положительный момент для нашей страны, что в 2013 году инвестиции в промышленность выросли в два раза.

Актуальность данной темы определена тем, что в данный момент Россия нуждается в новых источниках экономического роста. Для решения задач модернизации российской экономики необходимы иностранные инвестиции. Привлечение иностранных фирм — это не только приток финансов, но и новых технологий, которыми они обладают. Важно то, что количество прямых иностранных инвестиций, приходящих в Российскую Федерацию отражает насколько комфортно вести бизнес в нашей стране.

Что же привлекает иностранные компании в России? Прежде всего, это большой рынок сбыта, огромные природные ресурсы, уникальное географическое положение и значительная государственная поддержка. Другим важным аспектом является, что Российский рынок по-прежнему не насыщен. Есть много ниш, которые только и ждут, чтобы их заполнили, в отличие от Европейского перенасыщенного рынка. Экономика России постоянно растет быстрыми темпами, именно поэтому иностранные компании стремятся войти на Российский рынок. Основой Российского рынка являются услуги, их объём составляют примерно 60 % и, промышленность, которая составляет 35 %. Сельское хозяйство составляет около 5 %, что определяет чрезвычайно высокий уровень импорта продовольствия и сельскохозяйственных товаров в Россию.

Также растут возможности для инвестиций в инфраструктуру и транспорт в России, из-за коммерческой выгоды от вступления в ВТО ожидается развитие транспортного сектора. Предстоящие спортивные события, такие как чемпионата мира по футболу в 2018 году, создают инженерным и строительным фирмам инвестиционные возможности, связанные со строительством или модернизацией стадионов, отелей и транспортной инфраструктуры.

Российская индустрия программного обеспечения, является очень успешной: ежегодный рост экспорта превышает 20 %. Данная отрасль пользуется всё лучшей защитой прав интеллектуальной собственности, высокими техническими навыками и хорошей интеграцией в мировую экономику. Это один из высокотехнологических секторов, который предлагает реальные возможности для иностранных инвесторов.

Таким образом, Российский рынок является не только рынком настоящего, но и активно развивающегося будущего для иностранных производителей и экспортеров. Все вышесказанное говорит об актуальности представленной темы.

В данной статье мы можем лишь затронуть некоторые аспекты по данному вопросу, так как данная тема является очень глубокой и обширной для изучения и раскрытия.

В настоящее время для иностранных компаний существует два варианта выхода на рынок Российской Федерации:

1) Прямые инвестиции.

Иностранная компания должна быть достаточно развитой, чтобы выдержать все вытекающие затраты при организации и ведении бизнеса, быть известной хотя бы в своей стране, для успешного начала инвестирования. Без всего этого шансы на развитие во всех сферах бизнеса очень малы.

Конечно, инвестиции в России всегда считались рискованными, и в настоящее время подтверждением является напряженность в отношениях между Россией и Западом. Несмотря на всё вышесказанное, есть и положительные моменты, чтобы инвестировать в Россию. Текущий уровень цен на российском фондовом рынке является низким по отношению к балансовой стоимости, что означает, что стоит заново взглянуть на акции российских компаний. В последние годы, в дополнение к более низким индексам цен на балансовой стоимости, акции российских компаний также предлагают высокий доход дивиденда, что является дополнительным аргументом для заинтересованности в российском рынке.

2) Франчайзинг.

Вид рыночных отношений между двумя субъектами, при которых одна сторона (франчайзер) передает право на ведение определенного рода бизнеса на фоне взимания платы и предоставления разработанной бизнес-модели другой стороне (франчайзи), называется франчайзингом. Другими словами, франчайзинг — это когда фирма работает под маркой известного бренда.

Важным в настоящее время является то, как иностранные компании относятся к созданию франчайзинга в России. До настоящего времени иностранные компании разворачивали свою основную деятельность в основном

в крупных центрах, таких как, например, Москва, Санкт-Петербург, но всё больше и больше иностранный бизнес нацелен именно на регионы России.

Хотелось бы обратить внимание на основные проблемы входа на Российский рынок: несовершенное и довольно противоречивое законодательство, экономическая нестабильность. Следует также отметить, что Россия является одной из стран, с наиболее сложной налоговой системой. Тесная связь между бизнесом и политикой оказывает негативное влияние на прозрачность ведения бизнеса, особенно на местном уровне. Но это не все проблемы, которые встречаются фирмам, желающие работать в России.

Еще одна проблема заключается в нехватке специалистов, которые могут производить продукцию хорошего качества, для реализации по франшизе иностранной компании.

Прямые инвестиции в российский энергетический сектор доступны только для крупных инвесторов — даже такие корпорации как Shell и BP столкнулись с серьезными трудностями, так как этот сектор считается стратегическим. В нем преобладают государственные компании.

С российским сектором передовых технологий связаны и другие риски для инвесторов — низкий доход от инвестиций. Россия унаследовала от Советского Союза престижную научную систему и дипломы российских вузов уважают, но доминирование государства мешает развитию этого сектора [1].

Конечно, рассмотрение и перечисление проблем входа на Российский рынок иностранного бизнеса является важной задачей, но, на мой взгляд, важнее обратить внимание и сконцентрироваться на том, как решить данные проблемы, найти пути их преодоления.

Главным для привлечения инвестиций в Россию является не улучшение условий инвестирования капитала в Россию, а создание комфортных условий ведения бизнеса в нашей стране. Что предпринимает Россия для комфортного

ведения бизнеса? Что же уже сделано и что еще предстоит сделать по этому направлению?

На мой взгляд, одним важнейших из решений является упрощение миграционного режима. На много проще стало получить документы на въезд и разрешение на работу. Данные изменения привлекли около пяти тысяч высококвалифицированных работников.

Также произошли ограничения, связанные с осуществлением строительных проектов. Сократилось время и количество действий необходимых для строительства типового объекта, которое тратит инвестор, общая стоимость также понизилась.

Но всех этих изменений оказалось недостаточно. В Госдуме велась дискуссия о том, стоит ли вообще сохранять негосударственную экспертизу. Решили ее оставить, для того чтобы обеспечить безопасность строящегося объекта.

Третьим, одним из самых важных решений, которые я затрону, это преобразование таможенного законодательства. После принятия таможенного кодекса и Таможенного союза время процедуры таможенного оформления грузов значительно уменьшилось, также сокращено количество требуемых документов, для некоторых товаров, увеличен срок уплаты таможенных платежей, понижена сумма денежных гарантий для таможенного представителя. Далее после изменений в этой сфере главным является также вопрос процесса пересмотра таможенной стоимости. Следующим по важности стало осуществление принципа электронного декларирования, чтобы отменить требования предоставления документов в бумажном виде.

В том числе произошли изменения в налоговом законодательстве, касающиеся условий налогообложения. С 2015 года по 2018 год не изменятся условия страховых взносов и налогообложения, что поможет не допустить ухудшения положения налогоплательщиков.

Упростился способ регистрации бизнеса на территории России. Постепенно увеличивается электронный документооборот.

Работа с жалобами инвесторов. В Минэкономразвития начали вести работу по рассмотрению обращений и жалоб инвесторов. Минэкономразвития — это своего рода, «единое окно», не замещающее при этом своих коллег из других органов, включая и правоохранительные. Режим «одного окна» удобнее для инвестора тем, что он знает, к кому можно обратиться и далее находится «под государственной защитой». Минэкономразвития при необходимости оказывает необходимое давление на коллег из других организаций, а, с другой стороны, включает свой административный ресурс при обращении коллег из других организаций. Это некая попытка «ручного управления» и решения проблем фирм в ручном режиме. Но вряд ли это будет влиять на улучшение бизнес-климата в стране. Однако, количество проблем, с которыми приходится сталкиваться инвесторам, не совпадает с размерами поступивших обращений. Сегодня же проясняется, что большее количество проблем связано с участием региональных властей. Отношение местных властей к представителям бизнеса, действующим на территории их региона меняется под влиянием минэкономразвития. Региональные власти перенастраивают свою работу с инвестициями, так как контроль Минэкономразвития планируется продолжаться и далее. Но большое количество проблем и обращений инвесторов, говорят о том, что нужно пересматривать общее отношение власти к бизнесу в различных регионах [2].

Реалии настоящей ситуации в мировой политике и работы в условиях санкций, конечно же, вносят свои коррективы... Но даже при такой сложной нынешней ситуации, Россия продолжает делать всё возможное и необходимое, чтобы вернуть и далее укреплять доверие, понимание и прозрачность для ведения бизнеса и притока иностранных инвестиций в Российскую Федерацию.

В заключении не могу не затронуть и такое событие, как ежегодное Послание Президента РФ Владимира Путина Федеральному Собранию, которое состоялось 4 декабря 2014 года.

Послание Президента России Владимира Путина — это не просто оценка ситуации и постановка задач, слова Главы Государства задают курс развития страны, каким будет стратегический курс, указаны все приоритеты развития страны в текущем году и в перспективе: какие важные шаги необходимо сделать в экономической области, в наведении порядка в финансовой сфере, в решении социальных проблем..., содержит чёткие ориентиры для развития благоприятного экономического климата в России.

Президент России Владимир Путин в Послании Федеральному Собранию РФ еще раз подтвердил, что наша страна открыта к диалогу и нацелена на долгосрочное партнерство со всеми субъектами международного права.

В послании подчеркнуто, что перед Россией сегодня открыты новые возможности, что Россия уже значительно продвинулась в улучшении делового климата, было отмечено, что на федеральном уровне в основном сформирована новая законодательная база, а сейчас «важно перенести акцент на качество правоприменения и в партнёрстве с бизнесом содействовать распространению, так называемых, лучших практик в регионах». Для развития бизнеса, для размещения новых производств нужны подготовленные площадки и транспортная инфраструктура. Что касается импорта, то за рубежом должно приобретаться действительно уникальное оборудование и технологии.

В. Путин: «Россия будет открыта для мира, для сотрудничества, для привлечения зарубежных инвестиций, для реализации совместных проектов» [3].

Список литературы:

1. Inwestycje w Rosji: ryzyko i możliwości — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: https://www.pism.pl/files/?id_plik=13531 (дата обращения 03.12.2014).
2. Министерство экономического развития Российской Федерации, Инвестиционная политика — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://economy.gov.ru/minec/activity/sections/investmentPolicy/> (дата обращения 30.11.2014).
3. Послание Президента Федеральному Собранию — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.kremlin.ru/news/47173> (дата обращения 05.12.2014).

РОЛЬ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Литвинова Анна Игоревна

*магистрант Российского государственного профессионально-педагогического
университета,
РФ, г. Екатеринбург*

Чупина Ирина Павловна

*научный руководитель, доц. Российского государственного
профессионально-педагогического университета,
РФ, г. Екатеринбург*

Предпринимательство в современном мире играет важную роль в реализации экономического потенциала всех уровней субъектов экономической деятельности. Предпринимательство способствует возникновению социальных связей и функционированию экономических структур, что ведёт к повышению производительности труда. Термин «предпринимательство» часто сопряжён с такими явлениями как решение производственно-технических, социальных и экономических проблем.

Предпринимательство, направленное на решение проблем социальной сферы в научной среде и бизнесе закрепилось как «социальное предпринимательство». Несмотря на относительно большую скорость распространения данного феномена по всему миру его сущностные и концептуальные границы имеют некоторую неопределённость и многозначность, что требует дополнительное изучение данного вопроса. Изучение сущности явления «социальное предпринимательство» логично начать с рассмотрения природы предпринимательской деятельности.

Отметим, что исторические предпосылки предпринимательской деятельности относятся к XIV—XV вв. и связаны с формированием зачатков автономности хозяйственной жизни некоторых социальных групп. С повышением социальной ответственности государства стали проявляться условия, необходимые для возникновения попыток преодоления сопротивления экономическим инновациям.

В современном мире существуют две позиции касательно содержания и структуры социальной функции в предпринимательстве. Одна группа исследователей считает, что предпринимательская деятельность должна быть направлена на получение прибыли, при этом деятельность должна производиться по установленным правилам конкурентной борьбы. Другая группа исследователей считает, что этого не достаточно — необходимо уравнивать социальную и экономическую функцию, т. к. предпринимательство функционирует в условиях сложного социального окружения.

Кадол Н.Ф. выделяет следующие результаты развития предпринимательства, в частности среднего и малого:

1. развитие малого предпринимательства способствует увеличению количества собственников, следовательно, способствует формированию среднего класса — главного гаранта политической стабильности в демократическом обществе;

2. рост предпринимательства означает рост доли экономически активного населения, что увеличивает доходы граждан и сглаживает диспропорции в благосостоянии различных социальных групп;

3. развитие предпринимательства ведёт к селекции наиболее энергичных, дееспособных людей, для которых малый бизнес становится школой самореализации;

4. развитие малого предпринимательства ведёт к созданию новых рабочих мест;

5. развивая собственный бизнес, предприниматель, даже с ограниченным формальным образованием, формирует необходимые для работы на рынке навыки, повышает или изменяет свою квалификацию;

6. стремясь выжить в конкурентной борьбе, руководители малых фирм чаще склонны идти на риск и осуществлять новые проекты, инвестируя собственные деньги в разработку и внедрение технологических, технических и организационных новшеств;

7. развитие малого и среднего предпринимательства означает мобилизацию материальных, финансовых и природных ресурсов (которые иначе остались бы невостребованными), а также более эффективное их использование;

8. развитый малый и средний бизнес улучшает взаимосвязи между различными секторами экономики, тем самым повышая её мобильность и эффективность.

Корпоративная социальная ответственность — ответственность организации за воздействие её решений и деятельности на общество и окружающую среду через прозрачное и этическое поведение, которое:

1. содействует устойчивому развитию, включая здоровье и благосостояние общества;
2. учитывает ожидания заинтересованных сторон;
3. соответствует применяемому законодательству и согласуется с международными нормами поведения;
4. введено во всей организации [2, с. 7].

Можно выделить следующие аргументы в пользу социальной ответственности:

1. Благоприятные для бизнеса долгосрочные перспективы. Социальная деятельность улучшает жизнь местных сообществ, может снижать государственный контроль и даёт право на некоторые льготы. Даже если краткосрочные издержки на реализацию социальных мер высоки, в рамках долгосрочного периода они могут стабилизировать прибыль за счёт привлекательного имиджа организации.

2. Социальное воздействие способно формировать и изменять потребности и ожидания общества. Высокая лояльность организации может достигаться путём социального воздействия, которое может вносить коррективы в желания и представления потребителей.

3. Коммерческие предприятия, как правило, располагают большим человеческим и ресурсным капиталом, что делает его логичным инструментом для решения социально-значимых проблем локальных сообществ.

4. Моральное обязательство вести себя социально ответственно. Предприятие является членом сообщества, поэтому нормы морали должны управлять его поведением. Предприятие, подобно любому члену общества, должно действовать социально ответственным образом и способствовать укреплению моральных основ [4, с. 20].

Корпоративная социальная ответственность в рамках долгосрочной реализации получила название социальной политики организации, которая представляет собой деятельность, направленную на управление социальным развитием общества, совершенствование его социальной сферы, удовлетворение и гармонизацию социальных потребностей личности и социальных групп населения [3, с. 11].

Социальная деятельность организации выражается в следующих формах:

1. благотворительность — финансовая или иная поддержка общественных объединений, культурно-массовых и оздоровительных мероприятий на безвозмездной основе;

2. меценатство — безвозмездное покровительство проектов в определённых направлениях в области наук и искусства;

3. патронаж — долгосрочное финансирование и организационное покровительство общественного объединения социальной или культурной сферы;

4. спонсорство — в основном финансовый вклад в проекты, в которых организация напрямую не участвует, спонсорская поддержка допускает договор между спонсором и спонсируемым общественным объединением (спонсорский договор) об обязательстве последнего создавать публикации для спонсора;

5. венчурная филантропия — вид поддержки, при которой донор вкладывает финансовые, временные, интеллектуальные и прочие ресурсы

в долгосрочные партнёрские отношения для достижения конкретных измеримых результатов.

Социальная деятельность обычно направлена на такие группы объектов, как:

1. собственные сотрудники (справедливая и прозрачная система оценки и вознаграждения персонала, формирование корпоративной культуры, обеспечение конкурентного уровня заработной платы, наличие постоянной части заработной платы, оказание сотрудникам социальных услуг добровольного характера и предоставление социальных льгот и пр.);

2. местное сообщество в целом (защита окружающей среды, благоустройство общественных мест, помощь в строительстве общественно-значимых учреждений (детские сады, школы, больницы и пр.));

3. социально не защищённые группы населения (медицинская помощь, предоставление рабочих мест инвалидам, обеспечение досуга и пр.).

Реальный или потенциальный предприниматель в своей деятельности должен руководствоваться не только личной выгодой, но и государственными и общественными интересами. У него должны возникать представления о пользе его дела для общества и государства.

Предпринимательство необходимо оценивать через призму социальной пользы, т. к. социальная значимость предпринимательства состоит в том, что оно ориентирует производство на потребности клиента, создание рабочих мест, способствует увеличению мобильности членов общества. На протяжении десятилетий коммерческий сектор был силой, способной дать населению те товары и услуги, которые не может дать государство. Коммерческий сектор считался более гибким и адаптивным относительно некоммерческого. Считается, что предпринимательская сфера накопила достаточный потенциал для реализации эффективной социальной политики, соответствующей современным экономическим условиям.

Малый бизнес в современной системе становится одним из экономически активных институций, поэтому он должен разделять социальную

ответственность с государством. Предпринимателям становится выгодно участвовать в проектах по улучшению качества жизни общества.

В качестве наиболее многочисленного слоя частных собственников можно указать независимых предпринимателей, которые играют большую роль, как в экономической, так и в политической сфере. Предпринимательство и бизнес обеспечивают укрепление рыночных отношений на всех уровнях, основанные на демократии и частной собственности. Частные предприниматели являются выходцами из «общества», а это служит некоторым гарантом социальной и политической стабильности. В малом предпринимательстве экономическая дифференциация достаточно низкая, что значительно повышает открытость для социального партнёрства. Кроме того, в числе малых предпринимателей большую долю занимают молодые люди, которые наиболее адаптивны к меняющимся условиям.

Многие люди под воздействием моральных мотивов уходят из растущего предприятия, т. к. деятельность организации направлена только на экономическую составляющую. Европейские исследователи отмечают, что выбор соотношения экономического и социального аспектов предпринимательской деятельности является проверкой личностных качеств человека.

Малое и среднее предпринимательство обеспечивает большой объём занятости и самозанятости населения. Но уровень проявления социального аспекта зависит больше от уровня профессиональной грамотности, квалификации и состояния здоровья. Малое предпринимательство способствует формированию новой структуры в период изменения отраслевой структуры, адекватной изменяющимся условиям экономической системы. В настоящее время малое предпринимательство сохраняет уровень занятости и повышает уровень своей эффективности за счёт привлечения предприимчивых людей с лидерскими качествами.

Кроме того, социальная значимость малого и среднего предпринимательства выражается в учёте потребностей местных сообществ, работе на локальных рынках с учётом устоявшихся традиций страны. За счёт своего

масштаба малое и среднее предпринимательство оказывается более адаптивным к изменяющимся экономическим условиям, оно более способно реагировать на изменение состава и структуры потребительского спроса.

В XXI веке предприниматели малого бизнеса осознанно осуществляют деятельность, направленную на повышение социального уровня человека в повседневной жизни. Пришло осознание важности не только производственные характеристики, но и репутация компании, которая выстраивается благодаря активному участию в выполнении различных социальных программ.

Рассматривая феномен предпринимательства в России, следует учитывать достаточно недавний переход к рыночной системе, что подразумевает наличие остаточных компонентов экономики, свойственной директивно-плановой системе. Также можно отметить, что в период становления рыночной экономики в России сформировался слой социальных предпринимателей, занятых инициативной экономической деятельностью на базе частной или акционерной собственности. При функционировании данного слоя преодолеваются определённые трудности, неизбежные в переходный период экономики. Предприниматель теперь выступает организатором общественного производства, отлаживая гибкую систему его функционирования, способную работать на удовлетворение реальных потребностей общества, его отдельных структур и конкретных граждан. Все эти действия передают малому предпринимательству большую социальную направленность, что делает его одним из важных факторов социального развития современного общества.

Системный анализ социального аспекта предпринимательской деятельности начал производиться относительно недавно. Поэтому вопрос степени и структуры влияния социального предпринимательства является актуальным для научного и экономического обществ. В дальнейшем необходимо систематическое изучение как социальных аспектов предпринимательской деятельности, так и предпринимательских составляющих социальных проектов.

Список литературы:

1. Кадол Н.Ф. Социальное предпринимательство в рыночной и переходной экономике. Диссертационная работа на степень к. э. н. — Москва, 2009. — 183 с.
2. Корпоративная социальная ответственность. Новая философия бизнеса. — Москва: Внешэкономбанк, 2011. — 56 с.
3. Маргулян Я.А. Социальная политика: учебник. — Санкт-Петербург: Издательство Санкт-Петербургского университета управления и экономики, 2011. — 236 с.
4. Остапенко Г.Ф. Корпоративная социальная ответственность. — Пермь: Издательство Пермского национального исследовательского политехнического университета, 2012. — 112 с.

ПРОБЛЕМЫ ОБНОВЛЕНИЯ ОСНОВНЫХ ФОНДОВ ОАО «РЖД»

Локтева Алёна Олеговна

*студент Омского государственного университета путей сообщения,
РФ, г. Омск*

Миклашова Екатерина Викторовна

*студент Омского государственного университета путей сообщения,
РФ, г. Омск*

Севостьянова Елена Владимировна

*научный руководитель, доц.
Омского государственного университета путей сообщения,
РФ, г. Омск*

Целью данной работы является изучение российской государственной вертикально интегрированной компании ОАО «Российские железные дороги» и выявление основных проблем железнодорожной отрасли в России. Данное направление на наш взгляд является весьма актуальным, так как будущее России непосредственно зависит от состояния и развития железнодорожной системы. В тоже время, это также самый доступный транспорт для миллионов российских граждан.

Стоит отметить, что отрасль имеет ряд актуальных проблем: необходимость ускоренного обновления основных фондов железнодорожного транспорта; преодоление технического и технологического отставания России от передовых стран мира по уровню железнодорожной техники; необходимость снятия ограничений для роста объемов транзитных грузовых перевозок; необходимость повышения безопасности функционирования железнодорожного транспорта; недостаточность инвестиционных ресурсов; низкий уровень роста экономической эффективности; высокая себестоимость перевозок в основных сегментах транспортного рынка; высокие затраты энергии в перевозке грузов; низкий уровень полезного действия тягового и мотор-вагонного состава; низкий уровень полезного действия электровозов; низкая производительность РЖД; слабая пропускная способность ЖД путей; недостаточная скорость грузовых поездов; низкий уровень развития

скоростных грузоперевозок; низкая скорость грузовых вагонов; низкая скорость грузовых локомотивов; недостаточные массы грузовых составов; недостаточный уровень сервиса [5].

Основной из них на наш взгляд является проблема устаревания основных фондов. Данную проблему стоит рассматривать более подробно. Одной из задач является обновление технических средств производства, создание и ввод в эксплуатацию более совершенных орудий труда, обеспечивающих устойчивую безопасность движения поездов, улучшение качественных показателей использования подвижного состава, снижение уровня затрат на перевозку грузов и пассажиров, повышение сервиса пользователей транспортных услуг.

По данным агентства «Infoline-аналитика», на 1 января 2014 г. 285 000 вагонов — с истекшим сроком службы, из которых 40 000 — с непродленным сроком службы. Это 25 % от общего числа вагонов на сети РЖД. На 1 января средний возраст парка подвижного состава в стране составил 15,2 года. Самые старые вагоны — платформы (их средний возраст — 30 лет) и зерновозы (средний возраст — 21,4 года. Средний возраст полувагонов (самого массового типа подвижного состава) — 11,7 года [1].

Таблица 1.

Общие показатели исполнения инвестиционного бюджета ОАО «РЖД» за 2013 г., млрд. руб.

	План года	Факт года	Удельный вес от общего объема затрат	Исполнение, %
Всего:	467,5	467,2	100	99,9
Проекты, связанные с выполнением поручений Правительства РФ	45,8	46	9,9	100,4
Обеспечение безопасности	55	56,1	12	102
Снятие инфраструктурных ограничений	166,8	169	36,2	101,3
Повышение транспортной доступности для населения страны	61	59,5	12,7	97,5
Обновление подвижного состава	119	118,7	25,4	99,7
Прочие проекты	19,9	17,9	3,8	89,9

Как видно из таблицы 1, инвестиции на обновление подвижного состава выделяются, но не в достаточном объеме. Такое состояние основных фондов требуют значительных капитальных вложений, а собственный инвестиционный потенциал компании достаточно сильно ограничен. Можно сказать, что капитальные вложения производятся, хотя велика доля вложений в проекты, не связанные с реальным производством, также активные вложения идут в ж. д. направления, занятые экспортными перевозками сырья, что негативно сказывается на инфраструктурной обеспеченности промышленности. Так, несмотря на увеличение инвестиций, не удалось преодолеть износ основных фондов, часть инвестиций ушла на олимпийские объекты.

Объем инвестиционного бюджета ОАО «РЖД» на 2014 год составляет 393,1 млрд. рублей. В 2014 году ОАО «РЖД» продолжает масштабное развитие инфраструктуры. Прежде всего, планы компании направлены на реализацию капиталоемких проектов, значительно влияющих на развитие экономики всей страны. В первую очередь, это реализация проектов, связанных с выполнением поручений Президента Российской Федерации и Правительства Российской Федерации. Всего на реализацию проектов, связанных с выполнением поручений Правительства Российской Федерации, в 2014 году планируется направить 100,2 млрд. рублей, что составляет четверть от всего инвестиционного бюджета компании [2].

Инвестиционная программа ОАО «РЖД», таким образом, характеризуется направленностью на решение задач развития экономики страны и подготовкой Всемирной летней Универсиады 2013 и олимпийских игр 2014 г. в Сочи, приоритетность проектов определялась с этих позиций, а не с позиций прибыльности, рентабельности и высокой капиталоемкости проектов.

Объем же привлеченных инвестиций не велик, так как недостаточная привлекательность и рискованность вложений отпугивает инвесторов, поэтому в соответствии со стратегией развития ОАО «РЖД» в перспективе компания должна достичь ряда стратегических целей, одной из которых является обеспечение рентабельности на инвестированный капитал на уровне не ниже

3,5 % в 2015 году. Также в этот период компания планирует полный выход из бизнесов банковской деятельности, общепита, розничной торговли и проектирования объектов железнодорожной инфраструктуры. Участие частных инвесторов предполагается в рамках инвестирования проектов для линий следующих типов: грузообразующие, технологические и высокоскоростные. При этом ориентация идет, прежде всего, на конечных пользователей указанных линий [4, с. 110].

Таким образом, объекты социального и стратегического значения инвестируются за счет внешних средств, полученных от бюджетов различных уровней. Средства крупнейших компаний используются на осуществление проектов, ориентированных на расширение сети железных дорог и их эффективности по направлениям, которые они могут использовать в своей деятельности (например, для развития станций примыкания для повышения грузооборота и присоединением путей промышленных предприятий к общей сети используются средства таких компаний как ООО «ЛУКОЙЛ-Пермнефтеоргсинтез», ООО «Петро-Гранит», ОАО «Михайловский ГОК», ЗАО «Калужский научно-производственный электрометаллургический завод» и других) [3].

Отметим, что политика компании, ориентирующаяся на совершенствование инвестиционной деятельности, должна быть направлена в основном на устранение проблем отрасли, привлечение инвестиций частных инвесторов, а уже потом на осуществление всех социальных проектов. Запас прочности РЖД будет снижаться, если ей не уделять должного внимания, не решать отраслевые проблемы. Поэтому будет логично, если все заинтересованные лица будут постоянно отслеживать ситуацию в отрасли и оперативно принимать необходимые меры.

Список литературы:

1. Информационное агентство Infoline-аналитика — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.vedomosti.ru/digest/Infoline> -аналитика.
2. Инвестиционная деятельность РЖД — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://ir.rzd.ru/static/public/ru?STRUCTURE_ID=35.
3. Инвестиционные проекты РЖД — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://ir.rzd.ru/static/public/ru?STRUCTURE_ID=35.
4. Кнуттон Р. Инвестиции и развитие железнодорожного транспорта // Железные дороги мира. 2011. № 12 С. 108—123.
5. Соколова О.В. Проблемы реструктуризации РЖД / О.В. Соколова // Российский внешнеэкономический вестник. 2013.Т. 2013. № 11. С. 54—61.

РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ И БОЛИВАРИАНСКАЯ РЕСПУБЛИКА ВЕНЕСУЭЛА: ПЕРСПЕКТИВЫ СОТРУДНИЧЕСТВА

Мазенина Юлия Олеговна

*студент,
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
РФ, г. Москва*

Третьякова Галина Викторовна

*научный руководитель, канд. пед. наук, доц.,
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
РФ, г. Москва*

Последние изменения в мировой политике привели к необходимости переосмыслить отношения с существующими партнерами, а также возобновить активный поиск новых возможностей для сотрудничества. Россия — не единственная страна, которая пострадала от новых геополитических условий, но ее экономике был нанесен значительный вред. Учитывая сложившуюся ситуацию, укрепление связей с дружественными государствами исключительно важно. Боливарианская Республика Венесуэла — давний стратегический партнер Российской Федерации. Официально отношения между СССР и Венесуэлой начались 14 марта 1945 года. После распада СССР в 1991 году Правительство Венесуэлы признало Россию преемницей Советского Союза. Новый виток развития отношений наступил в 1991 году, когда Уго Чавес выиграл выборы и стал Президентом Боливарианской Республики. С тех пор укрепление политических и экономических связей достигло беспрецедентного уровня.

Для того, чтобы оценить потенциал взаимовыгодного сотрудничества между странами, необходимо проанализировать их особенности. Следуя этой логике, необходимо оценить экономическое развитие России и Венесуэлы. Последняя принадлежит к числу стран, которые не оставили намерения построить социалистическое государство, что делает изучение этой страны еще более интересным. В прошлом, СССР стал первым государством, вставшим на путь коммунизма, но руководство союза не справилось с задачами

экономического роста и развития. Тем не менее, этот провал теории всеобщего равенства не отпугнул другие страны. Возвращаясь к Венесуэле, в 2013 году номинальный ВВП составил 438,3 млрд. долларов [11], таким образом, это третья по величине экономика Южной и Центральной Америки / Карибского региона после Бразилии и Аргентины. Несмотря на снижающиеся темпы роста экономики в последнее время, аналитики Всемирного Банка ожидают улучшения.

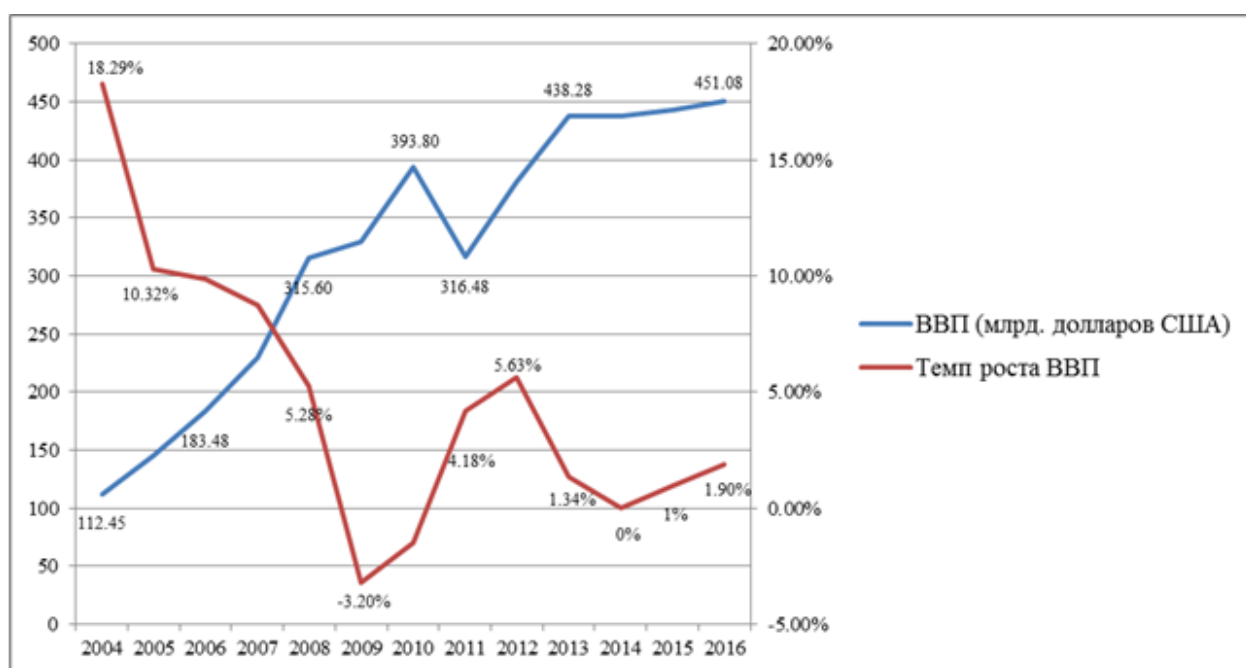


Рисунок 1. Экономические перспективы Венесуэлы [9]

Статьи экспорта Венесуэлы следующие: минералы, алюминий, бокситы, нефть и нефтепродукты, сельскохозяйственная продукция. По итогам 2013 года общая стоимость экспорта составила 91,78 млрд. долларов.

Нефтяная промышленность является доминирующим сектором экономики, доля нефти и нефтепродуктов в экспорте доходит до 90 %. Страна богата природными ресурсами, что подтверждается запасом нефти в 297,6 млрд. баррелей. В 2013 году ежедневный объем добычи составлял порядка 1,645 млн. баррелей [8]. Соответственно, не вызывает сомнений, что руководство Венесуэлы внимательно следит за обстановкой на мировом рынке нефти. Кроме зависимости от мировых цен на энергоресурсы, страна

характеризуется рядом других проблем. Согласно индексу экономической свободы, Боливарианская Республика значительно отстает от среднемировых показателей, занимая 175 позицию общемирового рейтинга стран. Более того, даже по сравнению со странами Южной и Центральной Америки/Карибского региона ее позиция довольно слабая — 28 из 29. Еще один тревожный знак — снижающаяся тенденция последних лет:

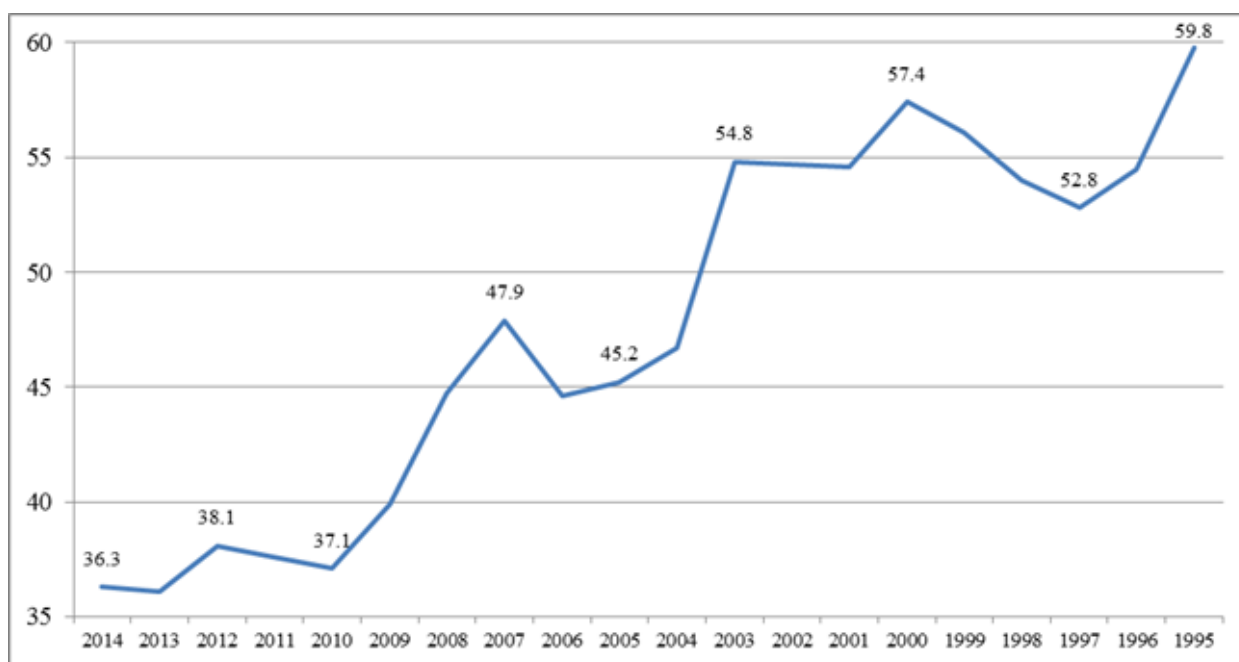


Рисунок 2. Индекс экономической свободы [5]

Разбор компонентов индекса поможет понять слабые стороны экономической и политической систем. Вопреки строгому детализированному регулированию большинства видов деятельности, претворение нормативно-правовых актов в жизнь не оперативно. Примером этому служат слабая защита прав на интеллектуальную собственность и масштабная коррупция. Развитие и создание стоимости тормозится из-за обилия бюрократических процедур, а политика национализации отпугивает инвесторов. Говоря о монетарной политике, нельзя не отметить ряд противоречий. Эта сфера находится под пристальным контролем, цены и курс национальной валюты устанавливаются государством, наряду с этим в стране двухзначный показатель инфляции, который достиг отметки 56,2 % в 2013 году [8], и широкая

спекуляция на валютном курсе, причиной которой служит завышенный официальный курс. Следующий атрибут, без которого невозможно представить современную международную торговлю — развитая инфраструктура. Венесуэла занимает 83 место общемирового рейтинга по итогам среднего значения индекса развития логистики, при этом в 2014 году индекс составит 2,81 [6], что означает 76 место рейтинга.

Оценивая достижения Российской Федерации, следует подчеркнуть, что этой стране только 20 лет. В течение XX века управление экономической, политической и социальной сферой было основано на совершенно других принципах, было бы несправедливо отрицать всякое влияние этого фактора на последующее развитие. В настоящее время Российская Федерация классифицируется как страна с переходной экономикой. Энергетический сектор экономики превалирует над остальными. Согласно исследованию Международного Энергетического Агентства, Россия сможет сохранить свою долю мирового рынка энергоресурсов и останется вторым по величине производителем сырой нефти в мире [7]. Роль добывающей отрасли сложно переоценить, ведь экспорт минерального сырья и нефтепродуктов 84 % всего экспорта.



Рисунок 3. Структура российского экспорта, Январь-Август 2014 [4]

В 2013 году номинальный ВВП составил 2,097 триллиона долларов [10], несмотря на текущие негативные тенденции, прогноз Всемирного Банка относительно роста российской экономики оптимистичный:

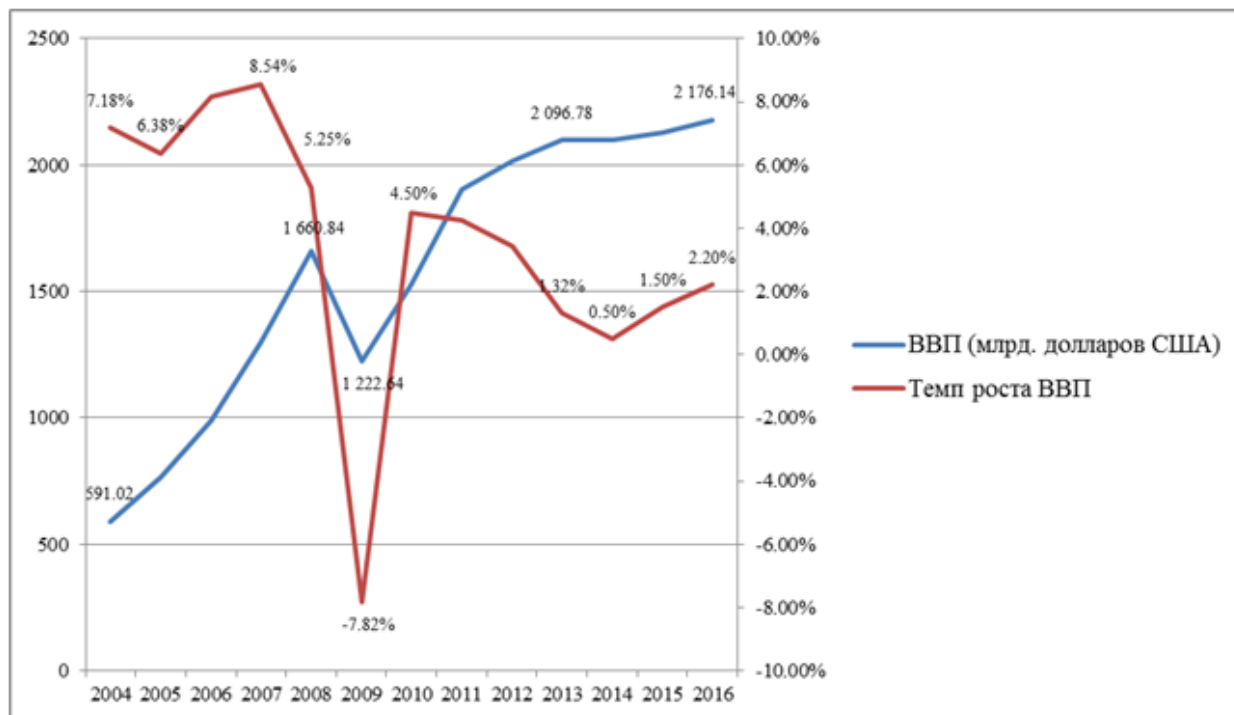


Рисунок 4. Экономические перспективы Российской Федерации [9]

Сопоставив ведущую роль энергетического сектора в экономике России со снижающимися темпами роста, можно сделать вывод о том, что наряду с внутренними факторами, внешние оказывают значительное влияние на процессы, протекающие в стране. Однако, принимая во внимание большой объем внутреннего рынка, разнообразие природных ресурсов и значительный человеческий капитал, диверсификация экономики приведет к разрешению проблемы. Тем не менее, это осуществимо при условии, что бизнес среда привлекательна для предпринимателей, т. е. стабильна и благоприятна, на сегодняшний день это не совсем так, о чем свидетельствует показатель индекса экономической свободы. Сравнительно низкое значение индекса — 51,9 означает 140 место в общемировом рейтинге. Основные проблемы — финансовая свобода, коррупция и защита прав интеллектуальной собственности [5].

Структура экономик России и Венесуэлы подразумевает сырьевую зависимость. Хотя это обеспечивает временное благосостояние, но цена ему — подавление других секторов экономики. Совместное решение этой проблемы будет выгодно для обеих сторон. Развитие, основанное на добывающей промышленности, может иметь разное качество — экспорт сырой нефти несправедливо приравнивать к экспорту продуктов ее переработки. Последнее означает более высокий уровень прибыли, новые рабочие места и технологическое совершенствование. На первый взгляд может показаться, что согласно положениям экономической теории страны являются конкурентами и им свойственно желание расширить свое присутствие за счет друг друга. Однако сам объект торговли настолько специфичный, что привычные правила не действуют. Наиболее показательным в этом отношении стал кризис 70-х гг., когда страны ОПЕК успешно манипулировали ценой на энергоресурсы, таким образом, оказывая влияние на экономику всего мира. Кроме того, сферы интересов Венесуэлы и России включают разные географические регионы, так, основным торговым партнером Российской Федерации является Европа, а Боливарианская Республика экспортирует нефть, в основном, в США. Главы государств уже осознали потенциальный эффект от сотрудничества, поэтому на сегодняшний момент уже подписан ряд соглашений.

Еще одно свидетельство важности совместных проектов — это объединение крупнейших российских нефтяных компаний и создание Национального Нефтяного Консорциума (ННК). Первоначально доли всех участников были распределены равномерно, но после серии сделок поглощения баланс сместился в пользу Роснефти [1]. Тем не менее, консорциум успешно функционирует и принимает участие в разработке месторождений нефти в странах Южной Америки, в частности, в рамках проекта Хунин-6, расположенном в Венесуэле [3]. В 2010 году *Petróleos de Venezuela S.A.* и ННК организовали совместное предприятие *Petromiranda*, 40 % акций которого принадлежит российской стороне, а оставшиеся 60 % — *PDVSA*. проект включает геологоразведочные мероприятия, добычу и сбыт продукции.

Ежедневный объем добычи прогнозируется на уровне 450 тысяч баррелей. Заслуживает внимание тот факт, что Хунин-6 — месторождение тяжелой нефти. Его разработка подразумевает использование более совершенных технологий, а именно, строительство апгрейдера. В свете истощения российских месторождений легкой нефти, опыт в Венесуэле очень важен, ведь нет иного пути, кроме как пересмотреть отношения к нефтедобывающей отрасли. Стоимость добычи на российских месторождениях обходится все дороже, для разработки месторождений нужны новые технологии, в этом смысле осуществление подобных работ на территории Венесуэлы, возможно, придаст импульс развития и на территории своей страны. При рассмотрении ситуации с позиции Венесуэлы, сложно не оценить возможность реализовать масштабный проект с надежным партнером.

Сотрудничество Роснефти и PDVSA не ограничивается единственным совместным предприятием, помимо Petromiranda были созданы еще 4 компании:

Petrovictoria, PetroMonagas, Voqueron и Petroperija. Доля венесуэльской компании не превышает 60 % во всех проектах, за исключением PetroMonagas, где участие российской стороны ограничивается 16,7 %. Совокупный объем запасов в рамках этих соглашений прогнозируется на уровне 20,5 млрд. тонн. Сотрудничество в рамках нефтегазовой отрасли распространяется и на другие сектора, в частности, финансовый. В качестве примера выступает соглашение ГазпромБанка профинансировать совместное предприятие Petrozamora S.A., созданное Corporación VenezolanadelPetróleo S.A. и ГазпромБанком Latin America Ventures B.V. Объем финансирования составил 1 млрд. долларов США [2]. Предоставляемые Правительством Венесуэлы налоговые каникулы еще один стимул для продолжения деятельности в этой стране.

Наконец, нельзя недооценивать политические последствия партнерства. Россия, в отличие от Венесуэлы, не является членом ОПЕК. Несмотря на сложившееся мнение о том, что у организации нет былого влияния, тем не менее, это скорее проистекает из раздора между членами. В случае, если

они смогут договориться, стратегическое партнерство с одним из членов сыграет свою роль. Это приводит к выводу, что партнерство между Венесуэлой и Россией выгодно обеим сторонам, причем потенциал сотрудничества не исчерпывается нефтедобывающей отраслью, а его реализация будет иметь не только экономические, но и политические последствия.

Список литературы:

1. Агамалова А., Стравинская Г. Роснефть намерена купить долю Лукойла в проекте Хунин-6, Ведомости, 2013 — [Электронный ресурс] — URL: <http://www.vedomosti.ru/companies/news/18504371/rosneft-namerena> (дата обращения 5.12.2014).
2. ГазпромБанк — [Электронный ресурс] — URL: <http://www.gazprombank.ru/press/news/304938/> (дата обращения 6.12.2014).
3. Национальный Нефтяной Консорциум — [Электронный ресурс] — URL: <http://consorcio.ru/> (дата обращения 5.12.2014).
4. Таможенная служба РФ — [Электронный ресурс] — URL: <http://eng.customs.ru/> (дата обращения 2.12.2014).
5. 2014 Index of Economic Freedom — [Электронный ресурс] — URL: <http://www.heritage.org/index/download> (дата обращения 28.11.2014).
6. Connecting to Compete 2014 — [Электронный ресурс] — URL: <http://www.worldbank.org/content/dam/Worldbank/document/Trade/LPI2014.pdf> (дата обращения 28.11.2014).
7. IEA, Market Analysis and Forecast to 2019 — [Электронный ресурс] — URL: <http://www.iea.org/> (дата обращения 2.12.2014).
8. The CIA World Factbook — [Электронный ресурс] — URL: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ve.html> (дата обращения 26.11.2014).
9. The World Bank Database — [Электронный ресурс] — URL: <http://databank.worldbank.org/data/home.aspx> (дата обращения 26.11.2014).
10. The World Bank Data: The Russian Federation — [Электронный ресурс] .— URL: <http://data.worldbank.org/country/russian-federation> (дата обращения 2.12.2014).
11. The World Bank: Venezuela — [Электронный ресурс] — URL: <http://data.worldbank.org/country/venezuela-rb> (дата обращения 26.11.2014).

РАСЧЕТ ВЛОЖЕНИЙ В АКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Манилизу Дамас Алекс

*студент гр. 740791/20и Тульского государственного университета (ТУлГУ),
РФ, г. Тула*

Романова Людмила Ефимовна

*научный руководитель, д-р экон. наук, проф., кафедра Финансов
и менеджмента Тульского государственного университета (ТУлГУ),
РФ, г. Тула*

Необходимо сформировать портфель из акций «Газпром», «Сургут-нефтегаз», «Сбербанк привилегированные». Портфель ценных бумаг должен быть агрессивный 1. Доля ГКО в портфеле должна составлять 20—40 %.

Расчетный период 01.01.2014—30.06.2014

ГАЗПРОМ.

$$1) \text{ Доходность} = (148,96 - 139,17) / 139,17 = 7,03 \%$$

$$\text{Курс акций на 01.01.2014} = 139,17 \text{ руб.}$$

$$\text{Курс акций на 30.06.2014} = 148,96 \text{ руб.}$$

$$\text{Объем выпуска акций} = 23673512900 \text{ шт.}$$

$$2) \text{ Коэффициент покрытия} = 3241713023 / 1375015185 = 2,36$$

$$3) \text{ Обеспеченность собственными средствами} \\ = (8354370652 - 7721942828) / 3241713023 = 0,2$$

$$4) \text{ Относительная ликвидность} \\ = (3241713023 - 397428131) / 1375015185 = 2,07$$

$$5) Z \text{ — счет Альтмана} = 1,2 * x_1 + 1,4 * x_2 + 3,3 * x_3 + 0,6 * x_4 + 1,0 * x_5$$

$$x_1 = 3241713023 / 10963655851 = 0,3$$

$$x_2 = 154989017 / 10963655851 = 0,01$$

$$x_3 = 282524582 / 10963655851 = 0,03$$

$$x_4 = 23673512900 * 0,14896 / 1890107536 = 1,87$$

$$x_5 = 2111605635 / 10963655851 = 0,19$$

$$Z = 1,2 * 0,64 + 1,4 * 0,1 + 3,3 * 0,15 + 0,6 * 5,98 + 1,0 * 1,89 = 1,79$$

Следовательно, вероятность банкротства ОАО «Газпром» высокая.

СУРГУТНЕФТЕГАЗ.

1) Доходность = $(26,39-28,3)/28,3 = -6,75 \%$

Курс акций на 01.01.2014 = 28,3 руб.

Курс акций на 30.06.2014 = 26,39 руб.

Объем выпуска акций = 35725994705 шт.

2) Коэффициент покрытия = $743718700/126216044 = 5,89$

3) Обеспеченность собственными средствами

= $(2057014871-1496764012)/743718700 = 0,75$

4) Относительная ликвидность

= $(743718700-67059180)/126216044 = 5,36$

5) Z — счет Альтмана = $1,2 * x_1 + 1,4 * x_2 + 3,3 * x_3 + 0,6 * x_4 + 1,0 * x_5$

$x_1 = 743718700/2240482712 = 0,33$

$x_2 = 134561374/2240482712 = 0,06$

$x_3 = 158025915/2240482712 = 0,07$

$x_4 = 35725994705 * 0,02639/57391447 = 16,43$

$x_5 = 454890098/2240482712 = 0,2$

$Z = 1,2*0,25 + 1,4*0,16 + 3,3*0,17 + 0,6*5,89 + 1,0*0,2 = 10,77$

Следовательно, вероятность банкротства ОАО «Сургутнефтегаз» низкая.

СБЕРБАНК ПРИВИЛЕГИРОВАННЫЕ.

1) Доходность = $(69,18-79,7)/79,7 = -14,45 \%$

Курс акций на 01.01.2014 = 79,7 руб.

Курс акций на 30.06.2014 = 69,18 руб.

Объем выпуска акций = 10000000 шт.

2) Коэффициент покрытия = $16834806189/13112805146 = 1,28$

3) Обеспеченность собственными средствами

= $(2021232467-466808677)/13112805146 = 0,09$

4) Относительная ликвидность

= $(16834806189-466808677)/74912062 = 1,28$

5) Z — счет Альтмана = $1,2 * x_1 + 1,4 * x_2 + 3,3 * x_3 + 0,6 * x_4 + 1,0 * x_5$

$x_1 = 16834806189/17301614866 = 0,97$

$$x_2 = 186415816/17301614866 = 0,01$$

$$x_3 = 239886086/17301614866 = 0,01$$

$$x_4 = 10000000 * 0,06818 / 2167577253 = 0,0003$$

$$x_5 = 778168669/17301614866 = 0,14$$

$$Z = 1,2*0,19 + 1,4*0,02 + 3,3*0,023 + 0,6*1,63 + 1,0*0,53 = 1,35$$

Следовательно, вероятность банкротства ОАО «Сбербанк» высокая.

Таблица 1.

Данные для формирования портфеля ценных бумаг с помощью методов линейного программирования

Эмитент/вид ценных бумаг	Доходность, % годовых (C _j)	Коэффициент покрытия (A _{1j})	Обеспеченность собственными оборотными средствами (A _{2j})	Относительная ликвидность (A _{3j})	Z-счет Альтмана (A _{4j})
1. Газпром	7,03	2,36	0,2	2,07	1,79
2. СургутНГ	-6,75	5,89	0,75	5,36	10,77
3. Сбербанк прив.	-14,45	1,28	0,09	1,28	1,35
4. ГКО	9,31	1,8	0,1	0,35	1,8

$$F(x) = 7,03x_1 - 6,75x_2 - 14,45x_3 + 9,31x_4 \rightarrow \max$$

$$\left\{ \begin{array}{l} 2,36x_1 + 5,89x_2 + 1,28x_3 > 1,8 \\ 0,2x_1 - 0,75x_2 + 0,09x_3 > 0,1 \\ 2,07x_1 + 5,36x_2 + 1,28x_3 > 0,35 \\ 1,79x_1 + 10,77x_2 + 1,35x_3 > 1,8 \\ x_1 \neq 0 \\ x_2 \neq 0 \\ x_3 \neq 0 \\ x_4 > 0,2 \\ x_4 < 0,4 \\ x_1 + x_2 + x_3 + x_4 = 1 \end{array} \right.$$

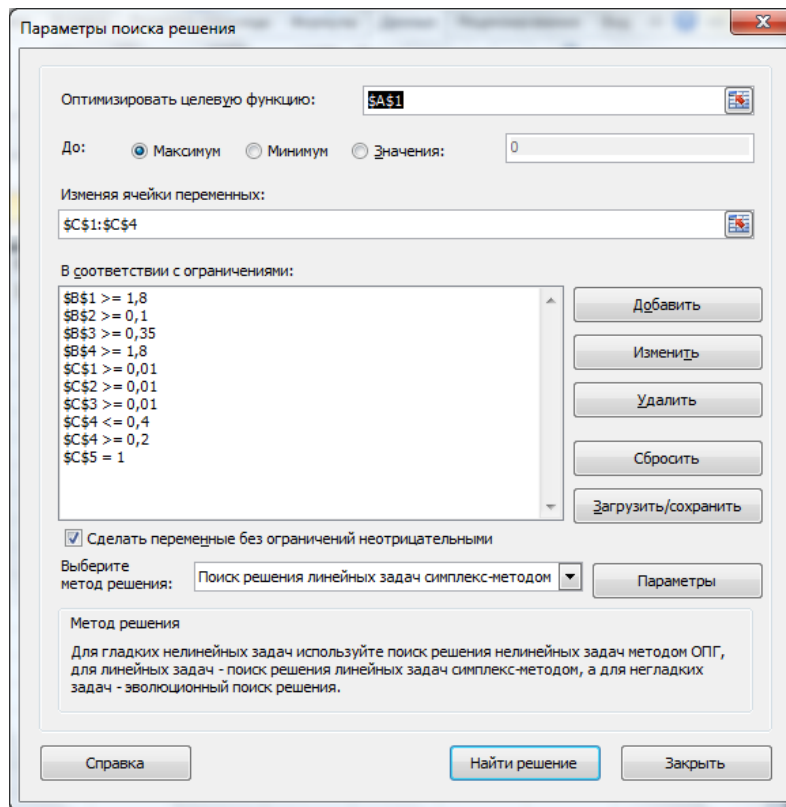


Рисунок 1. Оптимизировать целевую функцию

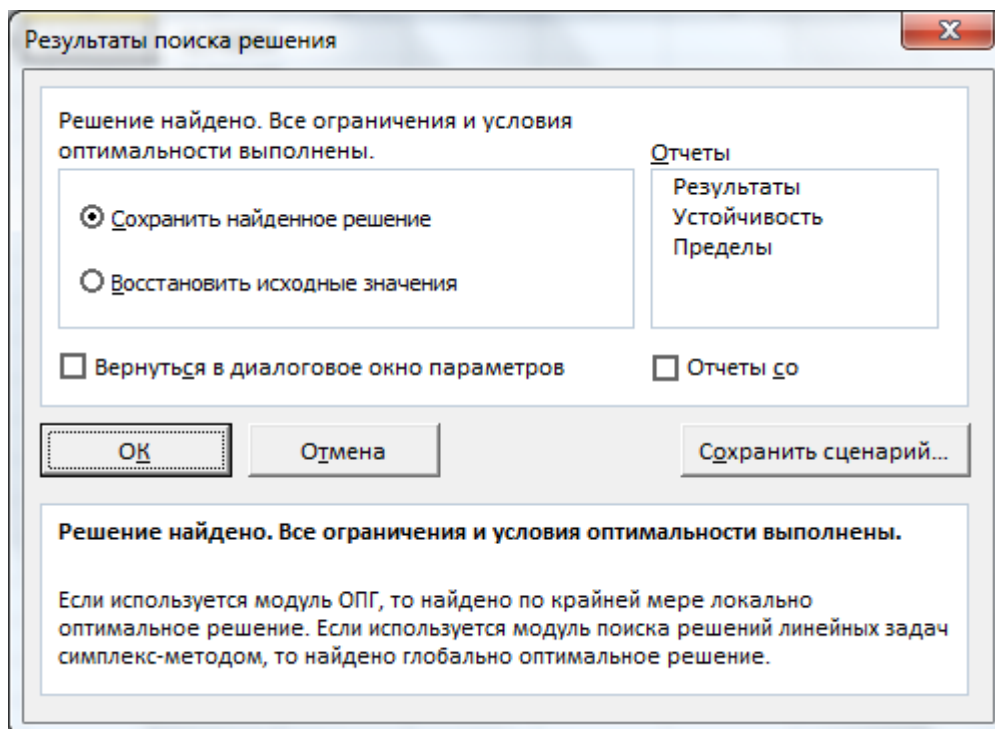


Рисунок 2. Сохранить найденное решение

Используя методы линейного программирования для решения поставленной задачи мы получим, что при существующих ограничениях задача имеет решение.

A1		fx = 7,03*C1-6,75*C2-14,45*C3+9,31*C4					
	A	B	C	D	E	F	G
1	6,699744	2,023589	0,74853				
2		0,119504	0,04147				
3		1,784536	0,01				
4		1,8	0,2				
5			1				
6							

Рисунок 3. Результаты поиска решения

Таблица 2.

Структура портфеля ценных бумаг

Эмитент/ вид ценных бумаг	Газпром	СургутНГ	Сбербанк прив.	ГКО	Требования к итоговым показателям	Итоговая величина
Доходность, % годовых (Cj)	7,03	-6,75	-14,45	9,31	MAX	6,7
Коэффициент покрытия (A1j)	12,36	5,89	1,28	1,8	>1,8	2,02
Обеспеченность собственными оборотными средствами (A2j)	0,2	0,75	0,09	0,1	>0,1	0,12
Относительная ликвидность (A3j)	2,07	5,36	1,28	0,35	>0,35	1,78
Эмитент/ вид ценных бумаг	Газпром	СургутНГ	Сбербанк прив.	ГКО	Требования к итоговым показателям	Итоговая величина
Z-счет Альтмана (A4j)	1,79	10,77	1,35	1,8	>1,8	1,8
Доля бумаг в портфеле	75 %	4 %	1 %	20 %	= 100 %	
В стоимостном выражении	750 000 р.	40 000 р.	10 000 р.	200 000 р.	=1 000 000 р.	

Таблица 3.**Структура портфеля ценных бумаг**

Эмитент/ вид ценных бумаг	Газпром	СургутНГ	Сбербанк прив.	ГКО
Доля бумаг в портфеле	75 %	4 %	1 %	20 %
В стоимостном выражении	750 000 р.	40 000 р.	10 000 р.	200 000 р.

Таким образом, наиболее оптимально сформированный портфель ценных бумаг, при котором достигается максимальная доходность, будет иметь следующую структуру: 75 % портфеля следует направить на покупку акций Газпрома, 20 % портфеля на покупку государственных краткосрочных облигаций, 4 % портфеля на покупку акций Сургутнефтегаза и 1 % портфеля на покупку привилегированных акций Сбербанка.

Для формирования оптимального портфеля использовался метод линейного программирования, в котором в качестве целевой функции рассматривался такой показатель, как доходность.

Данный портфель можно назвать надежным, т. к. при его формировании учитывались такие показатели, как коэффициент покрытия, обеспеченность собственными средствами, относительная ликвидность и Z-счет Альтмана.

Список литературы:

1. Коваленко Е.И. Конспект лекций по курсу «Деньги и кредит». ФГОУ ВПО Красноярский государственный аграрный университет, 2008. http://www.kgau.ru/distance/ec_06/money-credit-bank/16.html.
2. Мрочковский М.С. Как сохдать и приумножить свой капитал, инвестируя в акции и ПИФы // М.: Анкил, ИНФРА — М, 2008. — 112 с.
3. Ованесов А. Проблемы портфельного инвестирования. — Российская Экономика: Тенденции и Перспективы, Март 2008.
4. Солабуто Н.В. Секреты инвестирования в ПИФ — СПб.: Питер, 2008 — 144 с.: ил. — (Серия «Управляй своими деньгами»).
5. Эрдман Г.В. Инвестируй и богатей / Эрдман Г.В. — М.: НТ Пресс, 2007. — 224 с.

АНАЛИЗ РЫНКА КОМПЬЮТЕРНОЙ ТЕХНИКИ В РФ

Первалова Виктория Ивановна

*студент Владивостокского государственного университета экономики и
сервиса,
РФ, г. Артём*

Лебединская Юлия Сергеевна

*научный руководитель, старший преподаватель
Владивостокского государственного университета экономики и сервиса,
РФ, г. Владивосток*

Компьютеры являются фактически неотъемлемым элементом нынешней жизни. Рынок компьютерной техники в РФ настоящее время считается более сформированным розничным направлением и конкурентоспособным. В последние годы, высокоинтенсивный рост сегмента домашней электроники обусловлен потребительской активностью населения, связанной с улучшением общего благосостояния. С другой — непрерывное возникновение на рынке принципиально новых образцов техники, в следствии, бурного формирования инновационного, научно-технического прогресса способствует понижению жизненного цикла потребительских товаров, повышая частоту их обновления.

Сорок процентов объема розничных продаж товаров в настоящее время приходится на информационно-коммуникационные технологии. В Российской Федерации количество компьютерной техники, покупаемой в индивидуальное использование, на 100 человек приходится порядка 30 компьютеров, это значительно меньше, нежели в иных цивилизованных государствах. Таким образом, на Западе у 80 % семей есть один и более компьютеров, в то время, как только 20 % российских семей имеют тот или иной вид компьютерной техники.

Данное положение возможно разъяснить, прежде всего, соответствующими условиями. Во-первых, российский рынок сейчас в особенности никак не изменяет схему расходов на компьютерную технику в отличие от цивилизованных государств, где происходит ее увеличение за счет вложение в виртуализацию. Во-вторых, если 5 лет назад ограничивающим условием

увеличения для отечественного рынка была административная реформа, теперь экономическая и политическая устойчивость в государстве приносит свои результаты. В-третьих, отечественное производство и управленческие структуры пока далеки от аппаратного насыщения электроникой.

Общепринятыми фаворитами в изготовлении комплектующих для персональных компьютеров считаются государства азиатского региона, а кроме того Соединенные Штаты Америки, где высокотехнологичным отраслям экономики уделяется особый интерес. В Российской Федерации данное направление плохо сформировано, и фактически отсутствуют изготовители комплектующих для персональных компьютеров.

Основными поставщиками на российский рынок компьютерной техники являются: Acer; ASUS; HP; Samsung; Lenovo.

В Российскую Федерацию компьютерную технику поставляют производители Китая, США, Чехии, Германии, Тайваня, Таиланда, Венгрии, Японии, Ирландии, Мексики и других стран. За последние 6 лет объем поставок китайской продукции постоянно увеличивался, и вырос в четыре раза в абсолютном выражении, а его доля в общем российском импорте выросла в полтора раза — примерно до 80 % от всего объема импорта.

Доля поставщиков компьютерной техники на российском рынке представлена на рисунке 1.

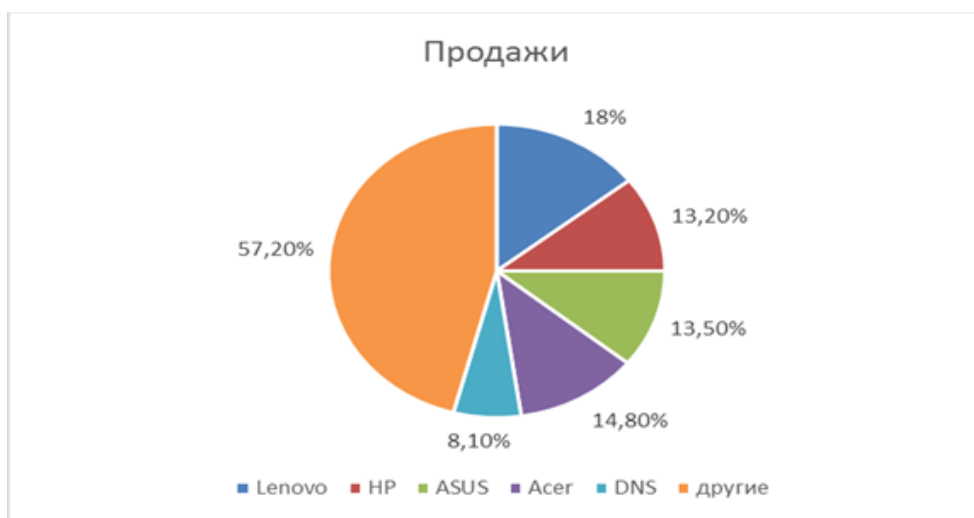


Рисунок 1. Доля поставщиков компьютерной техники на российском рынке

Первую строчку в списке лидеров российского рынка персональных компьютеров (ПК) по итогам 2013 г. занимает Lenovo (18 % от всех ПК, поставленных за год), за которой следуют Acer (14,8 %), Asus (13,5 %) и HP (13,2 %), DNS (8,10 %).

Главными тенденциями на фоне единого снижения объемов рынка персональных компьютеров называют прогрессирующую заинтересованность к мобильным устройствам, таким как планшетные ПК и ноутбуки-трансформеры, а также возникновение на российском рынке первых «облачных» ноутбуков.

В феврале 2014 г. IDC подвела итоги изучения российского рынка ПК за 4 квартал 2013 г. и за весь прошедший год. Согласно сведениям специалистов, за последний квартал в Российскую Федерацию было поставлено около 2,73 млн. настольных и портативных компьютеров. При этом рынок компьютерной техники в полном замедлил темпы падения и сократился на 8,7 % в штучном выражении. В денежном выражении он уменьшился на 21,2 % по сравнению с 4 кварталом 2012 г.

Рынок ПК в третьем квартале 2013 года, согласно периодическому исследованию IDC IDC Quarterly PC Tracker, сократился на 30,7 % в штучном выражении и на 23,9 % в денежном, по сравнению с аналогичным периодом 2012 года.

Объём поставок настольных и портативных компьютеров в течение третьего квартала составил около 2,71 млн. единиц.

Количество настольных ПК, поставленных на рынок России, составило 907 тыс. единиц, то что отвечает объёму сокращения практически на 14,8 % относительно прошлого года. Доля моноблоков — 15 % от объема десктопов. Лидируют в сегменте настольных ПК Hewlett-Packard, DNS и Lenovo. В завершении перечня фаворитов — DEPO Computers и Acer Group.

В сегменте ноутбуков произошло сокращение на 36,7 % по сравнению с показателями третьего квартала 2012 года, при объёме поставок 1,8 млн.

единиц. Lenovo возглавила список фаворитов, её преследуют ASUS, Hewlett-Packard и Acer Group.

В пятерке фаворитов согласно результатам квартала: Lenovo с 19,7 % от общего числа поставленных за квартал ПК, Hewlett-Packard — 15,5 %, ASUS — 14,3 %, Acer Group — 11,4 % и DNS с 6,5 %.

Общая численность компьютерной техники в эксплуатации в России с 2010 по 2013 гг. выросла на 15,6 %: с 294,7 млн. до 340,8 млн. штук. Рост количества эксплуатируемой компьютерной техники связан с формированием систем связи и коммуникации в России, а также ростом материального благосостояния населения. «Цитата» [2].

Предпочтение и доля пользователей компьютерной техникой в РФ по определенным видам за 2010—2013 гг. (млн. чел.) представлены в таблице 1.

Таблица 1.

Численность и доля пользователей компьютерной техникой в РФ по видам

Параметр	2010		2011		2012		2013	
	млн. штук	%	млн. штук	%	млн. штук	%	млн. штук	%
Ноутбуки	8,67	6,0	8,71	6,0	8,75	6,0	8,78	6,1
Нетбуки	1,82	3,4	1,84	3,4	1,86	3,4	1,88	3,4
Системные блоки	57,66	39,7	59,12	40,7	60,46	41,7	60,6	41,8
Периферия	58,26	40,1	59,12	41,3	61,71	42,5	62,04	42,8
МФУ	19,46	13,4	19,81	13,7	20,18	13,9	20,54	14,2
Принтеры	25,41	17,5	25,69	17,7	25,98	17,9	26,28	18,1
Сканеры	10,82	7,5	10,75	7,4	10,69	7,4	10,62	7,3
Мониторы	58,26	40,1	59,78	41,2	60,98	42,0	62,04	43,5
Прочая техника	51,72	35,6	51,81	35,7	51,88	35,8	51,95	36,4

Увеличение рынка был достигнут в основном за счет системных блоков около 41,8 % поставок техники пришлось на различные компоненты аппаратного обеспечения (материнская плата, видеокарта, звуковая карта, сетевая плата и т. д). В количественном выражении на 2013 г. это 60,6 млн. штук, что выше показателя 2012 г. на 0,14 млн. штук.

Что касается рынка мониторов, в таком случае нужно выделить то что, объем данного сегмента по выводам на 2013 год составил 62,04 млн. штук

или 43,5 %. По отношению к 2012 году рынок показал увеличение на 1,06 млн. штук.

Продажа сканеров в 2012 году составила 10,69 млн. штук или 7,4 %, а 2013 году уменьшилась и составила 10,62 млн. штук или 7,3 %. Снижение продаж специалисты объясняют это избытком товара на рынке.

Продолжает роста и объема продаж ноутбуков в 2013 г. их доля в всеобщем объеме российского рынка составила 8,78 млн. штук или 6,1 %.

Доля нетбуков в всеобщем объеме продаж за 2010—2013 годы не превышает 3,4 %, темпы роста их продаж замедляются. В совокупности, именно ноутбуки будут пользоваться в ближайшие годы наибольшим спросом.

Согласно долгосрочному прогнозу до 2016 года российский рынок компьютерной техники будет стабильно расти в среднем на 17 % в год. По мнению специалистов Мининформсвязи, к 2016 г. обеспеченность россиян компьютерами вырастет до 43 на 100 жителей. «Цитата» [1].

Подкомиссия правительства РФ по таможенно-тарифному и нетарифному регулированию под председательством первого вице-преьера 25 апреля 2012 года было введена 10-процентная импортная пошлина на настольные компьютеры, за исключением ноутбуков. На данный момент действует нулевая ставка ввозной пошлины на этот товар. Решение ввести пошлину принято «с учетом развития в России сборочного производства компьютеров».

Проведенный анализ рынка компьютерной техники в РФ свидетельствует о перспективном развитии в будущие периоды.

Список литературы:

1. Анализ рынка компьютерной техники в России в 2007—2011 гг., прогноз на 2012—2016 гг. Комплексный анализ маркетинговых данных — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://marketing.rbc.ru/download/research/demofile_562949982716283 (дата обращения 01.12.2014).
2. Компьютеры (рынок России) — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.tadviser.ru/index.php> (дата обращения 02.12.2014).

ТОРГОВЛЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ ОРГАНАМИ

Поддубная Ксения Андреевна

*студент национального исследовательского университета
Высшая школа экономики,
РФ, г. Пермь*

Шеина Марина Владимировна

*научный руководитель, доц. национального исследовательского университета
Высшая школа экономики,
РФ, г. Пермь*

За последние несколько веков человечество совершило огромный прорыв в мире науки и техники. Медицина не стала исключением. В 1954 году американский хирург, лауреат Нобелевской премии, Джозеф Мюррей стал первым врачом, которому удалось осуществить удачную операцию по пересадке человеческого органа, почки. Спустя тринадцать лет Томас Страэл совершает следующий шаг, ему удается пересадить донорскую печень, в то время как Кристиан Барнард успешно осуществляет трансплантацию сердца. «К середине 70-х годов уже проведено более двух сотен операций по пересадке печени. Появляются люди, желающие стать донорами органов. Трансплантология становится официально признанным ответвлением медицины» [2, с. 44].

Благодаря трансплантологии значительное количество людей, страдающих заболеваниями различных органов, получили шанс на новую, здоровую и полноценную жизнь. На сегодняшний день огромное количество больных нуждаются в трансплантации внутренних органов. «Но поскольку до сих пор не существует четко отработанного инструмента, позволяющего обеспечить нуждающихся пациентов донорскими органами, совершенно естественно, что спрос превышает предложение. Как следствие, на рынке возникает дефицит предложения, что приводит к тому, что очереди на трансплантацию затягиваются на несколько лет и, если верить прогнозам, будут только расти» [1, с. 15]. В конечном счете это отражается на показателях смертности среди больных, которым требуется пересадка. Например, в России

до трансплантации доживают лишь 30 процентов пациентов. В то время как в Иране, где торговля человеческими органами разрешена и система связи реципиентов с донорами хорошо налажена, можно наблюдать отсутствие каких-либо очередей на трансплантацию органов. Рассматривая приведенные примеры, невольно возникают следующие вопросы: Как можно сократить дефицит предложения на рынке органов? Почему некоторые государства категорически против данного рынка? И стоит ли легализовать торговлю человеческими органами?

В большинстве стран такой «бизнес» не ведется из-за неэтичности и незаконности. Это обосновывается и в международных конвенциях, в которых извлечение органов человека связано с понятиями «эксплуатация человека» и «торговля людьми». Но все же в некоторых уголках мира торговля почками вполне легальна. Это подтверждается доводами о том, что если покупатель и продавец могут договориться о цене почке, такая сделка дает выгоду обеим сторонам. Не составляет труда объяснить эту взаимную выгодность появления рынка органов: доноры смогут официально выставлять на продажу свои органы, не прибегая к услугам деятелей черного рынка. «Когда доноры, нуждающиеся в материальной помощи, продают, например, свою почку по очень низкой, не выгодной цене, в то время как реципиент вынужден платить огромную сумму денег за получение жизненно необходимого органа. Таким образом, цена продажи для доноров будет значительно выше по сравнению с нелегальным оборотом» [5, с. 97]. Можно будет предполагать появление единой системы оценки человеческих органов с учетом определенного количества факторов, таких как возраст, состояние здоровья донора, стиль жизни и т. д. Это позволит в еще большей степени сгладить неравенство в ценах покупки и продажи органов. В то же время, сроки ожидания реципиентами необходимых органов должны значительно сократиться, что в перспективе может снизить количество смертей по причине слишком длительного срока ожидания нужного органа. Таким образом,

создание рынка человеческих органов поможет в какой-то степени сократить разницу между спросом и предложением, которая существует в наши дни.

Кроме того, как уже было сказано, создание рынка органов позволит сгладить такую актуальную проблему, как черный рынок человеческих органов. Незаконная торговля органами получила свою популярность из-за возможности быстро, легко и много «заработать». Разница между ценой купленного у донора органа и ценой продажи реципиенту достаточно велика. «Например, покупка почки стоит около 3 тысяч евро, а продажа около 100 тысяч евро» [5, с. 13]. Эта огромная выгода является большим искушением нелегально заработать на трансплантологии. Примером криминальной трансплантологии служит похищение детей, с целью продажи их органов. Так как детские органы еще совсем молодые и прослужат дольше, каких либо других. «В одном из таких случаев участники преступной группы выслеживали детей из неблагополучных семей, затем ставили им ложные диагнозы и отправляли на операцию» [5, с. 16]. В данном случае люди, с целью получения максимальной выгоды, идут даже на продажу детей на органы.

Ввиду сложившейся нелегальной торговли органами, создание легального рынка не представляется чем-то неприемлемым, ведь торговля уже идет и будет продолжаться, несмотря на попытки борьбы с данным явлением. Цены на органы достаточно высоки — следовательно, прибыли компаний, которые возможно будут созданы для предоставления услуг по трансплантологии, являются весьма значительными. Если узаконить такие компании и обложить такие компании налогами, то это станет отличным источником доходов для государства. В этом есть свое преимущество. Возможная связь заключается в следующем. Государство, получая дополнительные налоги, сможет повлиять положительным образом на уровень жизни в стране. Это, в свою очередь, облегчит в какой-то мере жизнь гражданам, у которых могут пропасть стимулы нелегально продавать свои органы торговцам с черного рынка с целью получить хоть какие-то средства на выживание. Все это, конечно, сугубо теоретические суждения, однако доля практической логики здесь присутствует.

Поскольку большинство тех, кто готовы как можно скорее продать почку, — это выходцы из бедных слоев населения, для которых это единственный способ заработать деньги.

Некоторые трансплантологи считают, что если торговля все равно идет, то почему бы не сделать ее контролируемой. «Контролируемая трансплантология положительна также в том плане, что она снижает риски для доноров и пациентов: ведь подпольные операции не гарантируют полной безопасности, так как зачастую выполняются неквалифицированными специалистами в антисанитарных условиях, вследствие чего у донора имеет высокий риск ухудшения здоровья, а качество забираемых органов вряд ли подвергается тщательной проверке» [10, с. 1]. Особенным образом это должно сказаться на ситуации в России, поскольку в нашей стране нет централизованной системы регистрации доноров, в отличие, например, от Германии, в которой каждому донору выдается специальная пластиковая карточка удостоверение донора.

Также отметим, что внесение к рассмотрению морально-этических и религиозных соображений серьезно усложняет ситуацию легализации рынка человеческих органов. Несмотря на уже довольно долгое существование трансплантологии в качестве официально признанного направления медицины, во многих слоях общества наблюдается резко негативное отношение к пересадке органов, особенно когда речь идет о детях, у которых уже зафиксирован факт смерти мозга, а пересадка органов от живого человека и вовсе считается крайностью и даже не рассматривается.

«В современной практике известен и инцидент, когда на сайт E-Bay было помещено объявление о продаже почки, первоначальная цена которой в 25000 долларов возросла до 5 миллионов долларов. После этого руководство аукциона сняло лот, запретив торговлю человеческими органами. Вполне понятно, почему цена на почку так резко выросла» [8, с. 5]. Это объясняется тем, что спрос на почку очень высокий, в то время как предложение очень низкое, и люди готовы потратить все имеющиеся деньги, чтобы купить

ее и выжить. Но гораздо более интересный вопрос: стоило ли закрывать этот лот на E-Bay? С одной стороны, да, так как подобного рода аукцион мог бы привести к тому, что почку бы приобрел самый богатый человек (которому эта почка, может, даже и не нужна), а не тот, кто действительно болен и кому нужна срочная пересадка, то есть произошло бы неверное перераспределение ресурсов. Но с другой стороны, если бы почку действительно купил пациент, которому она необходима, то E-Bay бы косвенным образом спас жизнь человеку, и все стороны этой транзакции получили бы выгоду. И, действительно, реальные данные показывают, что за счет легализации торговли почками уже в 1999 году в Иране полностью исчезли очереди на донорские органы, в то время как в США в 2010 году эта очередь составляла 100000 человек. То есть можно сделать вывод о том, что в целом политика дала положительные результаты.

Тем не менее, почти повсеместно торговля органами считается неприемлемой, даже если сделка является добровольной. Это отчасти объясняется тем, что со стороны продавца соглашение может быть не столько добровольным, сколько вынужденным, в связи с необходимостью достать деньги любыми способами. Только на первый взгляд, кажется, что все доноры почек в том же Иране решаются на этот шаг добровольно. На практике, продавцы почек чаще являются крайне бедными людьми, и именно нужда побуждает их стать донорами. Они вынуждены это делать, чтобы прокормить семью или обучать своих детей. Получается, их выбор не является свободным, он вынужденный в условиях безысходности. Поэтому прежде чем сказать, является ли рыночный обмен желаемым, необходимо решить, чем определяется свободный, а не вынужденный выбор.

Яркий пример приводится в статье автора Saeed Kamali Dehghan, в которой описывается ситуация, поставившая жительницу Ирана перед вынужденным выбором: ей необходимо было найти деньги на свадьбу дочери. По иранскому обычаю, это обязанность родителей — предоставить приданое, и так как несчастная женщина является вдовой, она была вынуждена

самостоятельно решать эту проблему, единственным выходом из которой она видела продажу своей почки. Она должна будет справляться с одной почкой, но зато выполнит свои обязанности перед дочерью.

«Самой безболезненной для тела человека является пересадка почки, так как организм способен функционировать и с одной почкой. Здесь же напомним, что спрос на почки достаточно высок, потому что болезни вызывающие почечную недостаточность повсюду распространены. Все это, в совокупности, дает то, что торговля почками является самой популярной во всем мире» [5, с. 6].

Данные доводы служат не в пользу легализации торговли органами, что, в конечном счете, привело к сохранению в большинстве стран и до нынешнего дня запрета на торговлю человеческими органами. Однако мы увидели факты, что инструмент официальной торговли человеческими органами может быть действительно эффективен при условии его разумной разработки и применения.

Проанализировав данные, можно сделать вывод, что текущее состояние на рынке человеческих органов неоднозначно и противоречиво. С одной стороны, спрос на органы превышает предложение, тем самым формируя дефицит, который приводит к летальным исходам. В подобной ситуации легализация «бизнеса» привела бы к установлению фиксированных цен на «товар», которые будут значительно ниже, чем цены на чёрном рынке, а это в свою очередь привело бы к снижению его активности.

Однако, рассматривая эту ситуацию с другой стороны, нельзя не сказать, что продажа органов может привести к некоторому увеличению безработицы, люди, продав почку или кусок печени, перестанут работать, цена на черном рынке установится ниже, а это приведет к конкуренции. Тогда, люди с более низким уровнем достатка будут покупать менее качественный «товар».

Легальная продажа органов может существовать лишь при условии, что будет обеспечена отлаженная система, которая смогла бы регулировать рынок. Проблема лишь в том, как создать эту систему и как она будет оценена с морально-этической точки зрения.

В конце хочется отметить, что колебания в вопросе легализации торговли органами очень скоро могут прекратиться в связи с возможным скорым исчезновением необходимости в этом. Наука активно развивается, позволяя совершать ранее немыслимые поступки, и биотехнология не является исключением из правила. Уже сейчас имеются первые опытные образцы различных органов, выращенные искусственным путем. Например, 3D-биопринтинг является широко известным и используемым по всему миру.

К тому же, в последнее время, бурными темпами развивается ксенотрансплантация — пересадка органов и тканей от животных к человеку, что также позволяет надеяться на то, что незаконная торговля человеческими органами значительно снизится, но при этом миллионы людей, нуждающихся в них, не останутся обделенными и будут иметь шанс на продолжение жизни.

Список литературы:

1. Бремзен А. Как торговать человеческими почками. Сегодня. Сейчас / 28.03.2012.
2. В Краснодаре будут выращивать человеческие органы. http://radiovesti.ru/article/show/article_id/80680.
3. «Дело врачей-убийц»: печальные последствия, 25 мая 2004 года. <http://medportal.ru/mednovosti/main/2004/05/25/transplant/>.
4. Лекция по микроэкономике Массачусетского университета. http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=0AvMlhMRRvQ
5. Мур Ф. История пересадок органов, 1973.
6. Розенталь Р.Л. Этические проблемы при трансплантации органов от живых доноров / Вестник трансплантологии и искусственных органов, 2001.
7. Duin J. Chinese accused of vast trade in organs. — The Washington Times, 27 апреля 2010 года.
8. Gruber J. Principles of Microeconomics /Massachusetts Institute of Technology, 2010.
9. Human Organs Trafficking Prospers Amid Crisis, 22.09.2009, http://english.pravda.ru/health/22-09-2009/109433-human_organs-0/.
10. Kidneys for sale: poor Iranians compete to sell their organs, Saeed Kamali Dehghan The Guardian, 27 May 2012. <http://www.theguardian.com/world/2012/may/27/iran-legal-trade-kidney>.
11. Sandel M. If I ruled the world /Prospect, 19.09.2012.

ЭКОЛОГО-ТУРИСТСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ОРЕНБУРГСКОЙ ОБЛАСТИ

Прытков Ринад Михайлович

*магистрант Оренбургского государственного университета,
РФ, г. Оренбург*

Холодилина Юлия Евгеньевна

*научный руководитель, канд. экон. наук, старший преподаватель
Оренбургского государственного университета,
РФ, г. Оренбург*

Оренбургская область представляет собой территорию с особым климатом, который благоприятно подходит для развития различных видов рекреации. Отличительной особенностью Оренбургской области как одного из регионов России является возможность сочетать различные виды туризма, поскольку она обладает исключительным многообразием ландшафтов, природных достопримечательностей, живописных горных и равнинных местностей. Большой популярностью пользуются грязелечебные и природно-климатические ресурсы Оренбургской области в целях оздоровления. Помимо этого у Оренбургской области достаточно богатая история заселения и освоения территорий, о чём свидетельствуют важные экскурсионные объекты археологии и архитектуры.

Несмотря на то, что туристская привлекательность Оренбургской области определяется редким сочетанием природных факторов, в плане туризма является еще вполне малодоступным для всестороннего его использования. Потенциал развития туризма в общей социально-экономической структуре Оренбургской области используется не более чем на 20 %. Районы соседних регионов схожие по территории, плотности населения и климатическим условиям принимают в несколько раз больше туристов, это в свою очередь говорит о потенциальных возможностях региона и задает ориентиры формирования и развития туризма и рекреации [4].

Туристская индустрия является одной из наиболее динамично развивающихся отраслей современного мирового хозяйства.

По оценкам экспертов всемирной туристской организации, экологический туризм в настоящее время составляет 10—20 % от всего рынка мирового туризма и является наиболее динамично развивающейся отраслью [1].

Экологический туризм выступает в качестве действенного способа сбалансированного эколого-экономического развития любого региона. Вследствие ориентации на возобновление и стабилизации экологического равновесия экотуризм снижает негативное воздействие населения и туристов на природную среду, тем самым формирует у них экологическое сознание, способствует пополнению доходной части бюджетов соответствующих территорий на местном уровне. Формирование и развитие экологически ориентированного туризма непосредственно связано с созданием системы особо охраняемых природных территорий (ООПТ) — национальных парков, природных резерватов, памятников природы.

В регионах усиленного хозяйственного освоения территорий остро стоит проблема развития сети ООПТ. В Оренбургской области имеется 533 особо охраняемые природные территории различных категорий с общей площадью 817,3 тыс. га, т. е. 6,6 % всей территории области. Все эти объекты в той или иной мере используются в рекреационных и познавательных целях.

Оренбургская область состоит из 35 административных районов (рисунок 1), каждый из которых в свою очередь имеет уникальные природно-историческое достопримечательности в плане развития экологического туризма, а в целом эколого-туристского потенциала Оренбургской области. Далее рассмотрим некоторые из них.

Природно-заповедный фонд Оренбургской области включает государственный природный заповедник «Оренбургский» общей площадью 21653 га; особо ценный лесной массив «Бузулукский бор» площадью 111,2 тыс. га, 20 охотничьих заказников областного значения общей площадью 677,1 тыс. га, 511 государственных памятников природы областного значения общей площадью 61,6 тыс. га. Особой охране подлежат 108 видов животных и 41 вид растений, занесенных в Красные книги РФ и Оренбургской области.



Рисунок 1. Районы Оренбургской области

Рекреационные ресурсы Оренбургской области очень разнообразны. Средняя продолжительность комфортного периода составляет более 50 дней; период, благоприятный для всех видов туризма, — более 120 дней; купальный сезон — не менее 70 дней. Многие оренбургские ландшафты обладают оздоровительными свойствами сосновых боров и распространением ресурсов бальнеологического значения: природными накоплениями лечебных грязей, минеральными источниками, солеными озерами.

В таблице 1 представлена рекреационная специализация территорий Восточного Оренбуржья.

Богатство рекреационных ресурсов Оренбургской области, в том числе и района Ириклинского водохранилища, позволяющее удовлетворить потребности населения в отдыхе, спорте, приобретении новых знаний, заключается в следующем:

Таблица 1.

Рекреационная специализация территорий Восточного Оренбуржья

Вид отдыха и туризма	Участки						
	Сакмар-ский	Губер-линский	Айтуар-ский	Кумак-ский	Ирик-лин-ский	Суун-дук-ский	Свет-лин-ский
Горнолыжный	+	+					
Пешеходный	+	+			+	+	
Скалолазание	+	+			+		
Водный туризм, в том числе:							
байдарочный, лодочный сплав	+	+			+		
прогулочный на катерах и катамаранах		+			+		
Дельтапланеризм	+	+			+		
Охота на водоплавающую дичь					+		+
Охота на копытных и другую дичь	+	+		+	+	+	+
Рыбная ловля	+	+		+	+	+	+
Кемпинговый, палаточный, пикниковый отдых	+	+		+	+	+	
Стационарный комфортабельный отдых	+	+			+	+	
Сбор грибов, ягод, лекарственных растений	+	+		+		+	
Научно-познавательный, экскурсионный туризм	+	+	+	+	+	+	
Коллекционирование объектов живой и неживой природы	+	+		+	+	+	
Фото- и видеосъемка	+	+	+	+	+	+	

- разнообразие живописных местностей и природных достопримечательностей, которые позволяют развивать различные виды туризма, их различие состоит от довольно однообразных степных ландшафтов постоянного места проживания и наличие территорий (участков) с естественной природой;

- богатая история освоения и заселения этого региона, а также наличие ценных экскурсионных объектов археологии;

- наличие лечебных (минеральных вод) и природно-климатических ресурсов для оздоровления населения, возможность развития специфического вида оздоровления — кумысолечения;

- достаточно развитая инфраструктура туризма (сеть путей сообщения, базы отдыха, гостиницы);
- благоприятные природно-климатические условия, возможность осуществлять потребности в рекреации практически во все сезоны года.

В Оренбургской области помимо района Ириклинского водохранилища можно выделить территории, перспективные для рекреационного освоения, в значительной степени отличающиеся своими природными характеристиками и, соответственно, возможностями в туристической специализации [2].

На территории государственного степного заповедника «Оренбургский» сохраняется биологическое и ландшафтное разнообразие региона. Заповедник включает четыре участка: «Айтуарская степь», «Ащисайская степь», «Буртинская степь», «Таловская степь», представляющие основные ландшафтные типы степей Оренбургской области. Если говорить о флоре заповедника, то в нем отмечено более 600 видов растений, а фауна млекопитающих данного заповедника насчитывает 45 видов, орнитофауна — 179 видов. В заповеднике «Оренбургский» из числа зверей, птиц и насекомых, которые там обитают, 44 вида занесено в Красные книги различных рангов. Тем не менее, в Красную книгу РФ и Оренбургской области занесено 23 вида растений.

Бузулукский бор является уникальным объектом экологического туризма Оренбургской области, который представляет собой лесной остров, посередине него протекает река Боровка, впадающая на юге бора в реку Самару. Бузулукский бор расположен в обширной приречной котловине, сложенной песками. Контрасты в условиях увлажнения создали в Бузулукском бору уникальные сочетания лесных, степных, луговых и болотных мест. Более 2/3 массива занято сосновыми лесами, сформированными около 3—4 тысяч лет назад. Таким образом, для охраны этих реликтовых сосновых и сосново-широколиственных лесных культур на границе Оренбургской и Самарской областей в декабре 2007 года был учрежден национальный парк «Бузулукский бор».

В биологический заказник «Светлинский» включены центральная и южная части озера Жетыколь, озер Давленколь, Обалаколь, Малый Обалаколь и Караколь, расположенных на крупных миграционных маршрутах, что определяет их важнейшее значение в сохранении орнитофауны. В осеннее и весеннее время на них концентрируется до 200 видов птиц общей численностью порядка 100 тыс. На водных угодьях скапливается до 200 тыс. гусеобразных. Многие виды занесены в Красные книги: международную — 12 видов, РФ — 17, Оренбургской области — 5, всего — 34 вида.

Соленое озеро Развал — уникальная жемчужина города Соль-Илецка. Оно образовалось на месте старой открытой разработки соли после разлива речушки Песчанки. Это озеро не замерзает в самые суровые морозы, но, в то же время, на глубине более четырех метров оно постоянно имеет отрицательную температуру. Озеро Развал обладает уникальными свойствами для лечения различных кожных заболеваний, болезней суставов, опорно-двигательного аппарата, грибковых заболеваний. Рядом с ним находятся не менее ценные озера Тузлучное, Дунино, Новое, Большое и Малое городское, в которых имеются запасы лечебной грязи.

Для воспроизводства и охраны промысловых видов фауны в регионе создано 17 охотничьих заказников. В охотхозяйствах Оренбургской области встречаются: сибирская косуля, кабан, волк, барсук, лось, куница, бобр, заяц-русак, лиса, водоплавающая дичь. Охотничья фауна области представлена более 40 видами животных. К самым известным охотничьим хозяйствам Оренбургской области относятся: «Филипповское» и «Татищенское».

Орловская степь — целинная степь, обладающая выдающейся экзотикой, в завершенном виде может стать одним из центров международного экотуризма. Эколого-экономическая ценность степи как природного объекта различна: для ученых степь — это природная лаборатория, предмет разносторонних исследований; для граждан — бескрайние просторы нетронутые цивилизацией.

В Оренбургской области планируется создание уникального заповедника «Оренбургская Тарпания» с целью восстановления лошади Пржевальского в регионе. На достаточно обширной территории Оренбургской области был признан участок «Орловская степь», который наиболее соответствует общим требованиям для реинтродукции лошади Пржевальского. Наличие залежных земель с вторичной степной растительностью, участков нетронутых степей, климатические и природные условия, а также малонаселённость и отсутствие каких-либо перспектив для развития домашнего коневодства — все эти факторы являются вполне благоприятными для создания вольной популяции [3]. Таким образом, заповедник «Оренбургская Тарпания» может стать одним из самых очаровательных мест для развития экологического, научного и познавательного туризма региона.

В области располагается более тысячи памятников природы. В их числе: скала Верблюд — кварцитовый останец в Светлинском районе, гранитный массив Шонкал и обрыв Семицветка в Адамовском районе, Айдырлинский мраморный утес в Кваркенском районе, гора Боевая с карстовыми озерами в Соль-Илецком районе, Берег Сокровищ на берегу Урала в Переволоцком районе, Красные Камни — выходы красноцветных песчаников в Сорочинском районе и многие другие. Среди гидрологических памятников природы выделяются карстовое озеро Копа в Адамовском, Гайнуллинское в Гайском, Косколь в Беляевском районах.

Низкогорные и мелкосопочные ландшафты Присакмарья, в том числе горно-лесостепной хребет Шайтантау, характеризуются живописными местностями, слабо освоенными хозяйственной деятельностью. Преобладает пересеченный рельеф с многочисленными лесными массивами. Многочисленны геолого-геоморфологические и ландшафтные объекты и достопримечательности. Значительная часть территории труднодоступна в межсезонье и в зимний период.

В настоящее время данная территория широко осваивается пешеходным, водным (весенний и летний периоды по реке Сакмара), лыжным

и горнолыжным (база отдыха «Долина») туризмом, дельтапланеризмом. Есть возможность для развития любительской рыбной ловли, скалолазания, экскурсионного и экологического туризма, фотовидеотуризма, стационарного комфортабельного (база отдыха «Горный Дуб», «Сакмара») пикникового и кемпингового (палаточного) отдыха (таблица 1).

Губерлинские горы, Хабарнинское ущелье — правобережье реки Урал, участок Саринского плато (долины рек Губерля, Киндерля и Елшанка). Территория отличается мелкосопочным рельефом, в большей степени безлесна, довольно труднодоступна, за исключением водного маршрута по реке Урал. Многочисленны геолого-геоморфологические и ландшафтные достопримечательности. Осваивается пешеходным и водным туризмом, на отрезке по реке Урал село Хабарное — Горюн, также широко развита сеть турбаз, домов отдыха. Возможно развитие горнолыжного туризма, экскурсионного и экологического туризма, фотовидеотуризма.

Бассейн реки Кумак (река Карабутак и лесной массив Шийлиагаш) является участком эталонных южных степей с оригинальными формами рельефа (гранитные бастионы) и лесным массивом на песках — Шийлиагаш. Живописные плесы на реках Карабутак и Большой Кумак.

В настоящее время данная территория осваивается в качестве объектов сбора вишни, грибов, любительского рыболовства, лекарственных растений. Имеются большие возможности для формирования и развития фототуризма, экологического, экскурсионного и научно-познавательного туризма. Посещение ландшафтно-ботанических объектов рекомендуется в первой половине лета, в периоды массовой вегетации растений (цветение степного разнотравья и кустарников, ковыля, созревание вишни).

Верхняя часть долины реки Суундук с сосновыми борами, геологическими объектами (гранитные бастионы, старые разработки золота) и уникальным археологическим объектом является Аландским городищем. В Болотовском бору функционирует турбаза. Аландское городище — ландшафтно-

археологический памятник федерального значения, прекрасное место для экскурсионного показа и комфортабельного отдыха.

В Светлинских озерах Светлинского района области присутствует серия многочисленных степных мелководных озер, которые являются традиционным местом охоты на водоплавающую дичь, так как является местом массового пролета птиц.

Наличие многочисленных объектов живой и неживой природы, объектов истории и культуры в Оренбургской области позволяет развить потенциал экологического и экскурсионного туризма. В рамках экскурсий интересующиеся лица также смогут осуществлять коллекционирование, фото- и видеосъемку.

Ириклинское водохранилище в системе перечисленных перспективных районов туризма занимает одну из основных позиций. В настоящее время на побережье Ириклинского водохранилища наблюдается в большей степени (по численности рекреантов) «неорганизованная» рекреация с целью любительского рыболовства, прогулочного, водного, пикникового отдыха. Но при этом любительское рыболовство развито как в летний сезон с наибольшим скоплением в наиболее доступных местах побережья (южная часть водохранилища, особенно побережье реки Джусы), так и в зимний сезон [2].

Организация и присвоение Ириклинскому водохранилищу природоохранного статуса и рекреационное обустройство его побережья позволит более тесно интегрироваться в систему охраняемых территорий и рекреационных ландшафтов Южного Урала и Зауралья [2]. Тем не менее, первоочередной и главной задачей для улучшения экологической обстановки побережья Ириклинского водохранилища является соблюдение норм природопользования, соответствующих охранному режиму природного парка и водоохранной зоны данного водохранилища.

Таким образом, Оренбургская область обладает богатым природно-ресурсным потенциалом для формирования и развития различных видов

туризма, в том числе экологического туризма на особо охраняемых природных территориях. Богатство рекреационных ресурсов Оренбургской области заключается в следующем: разнообразие природных достопримечательностей и живописных местностей; богатая история заселения и освоения данного региона, наличие в полной мере ценных экскурсионных объектов археологии, также лечебных и природно-климатических ресурсов для оздоровления населения; относительно развитая инфраструктура туризма; благоприятные природно-климатические условия. Все это говорит о достаточно развитом эколого-туристском потенциале Оренбургской области, но, тем не менее, данный потенциал необходимо развивать и совершенствовать.

Список литературы:

1. Ледовских Е.Ю. Экологический туризм на пути в Россию. Принципы, рекомендации, российский и зарубежный опыт. / Е.Ю. Ледовских, А.В. Дроздов, Н.В. Моралева. — Тула: Гриф и К, 2002. — 284 с.
2. Павлейчик В.М. К организации природного парка «Ириклинский» / В.М. Павлейчик, А.А. Чибилев // Степи Северной Евразии. Эталонные степные ландшафты: проблемы охраны, экологической реставрации и использования: Материалы III междунар. симпоз. Оренбург, 2003. — С. 390—391.
3. Чибилев А.А. Перспективы рекреационного освоения Южного Урала и Зауралья в пределах Оренбургской области / А.А. Чибилев, В.М. Павлейчик, С.В. Богданов // География и регион: Материалы междунар. научно-практ. Конф. (30 сент. — 4 окт. 2002). Пермь, 2002 Ч. VI: Туризм и туристский сервис: региональные аспекты. С. 121—124.
4. Чибилев А.А. Природное наследие Оренбургской области. — учеб. пособие. — Оренбург: Оренбургское книжное издательство, 1996. — 384 с.

ПРОБЛЕМЫ, ВОЗНИКАЮЩИЕ ПРИ ЧРЕЗМЕРНОМ РОСТЕ ФИРМЫ НА ПРИМЕРЕ КОРПОРАЦИИ MICROSOFT

Пупко Демид Александрович

*студент Самарского государственного экономического университета,
РФ, г. Самара*

Белова Людмила Владимировна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доц.
Самарского государственного экономического университета,
РФ, г. Самара*

С увеличением размера фирмы возрастает и количество осуществляемых ею транзакций. Рано или поздно их число превосходит физические возможности одного человека. Начиная с этого момента менеджер, осуществляющий координацию ресурсов, испытывает трудности в наилучшем размещении ресурсов. И он начинает делать следующие ошибки при управлении:

1) Потеря контроля.

Рональд Коуз следующим образом объясняет ситуацию: «...по мере увеличения количества осуществляемых транзакций, предприниматель оказывается неспособен использовать факторы производства с наивысшей выгодой, т. е. разместить их в таких точках производства, где они обладают наивысшей ценностью». Это явление в экономике получило название «феномен потери контроля». Выход из создавшейся ситуации состоит в создании управленческой пирамиды, распределяющей процесс принятия решений между многими людьми.

Именно такая ситуация сложилась с корпорацией Microsoft. После принятия решения о сворачивании проектов Windows Mobile в угоду изменяющемуся и очень быстро растущему рынку персональной мобильной электроники было создано подразделение Windows Phone. Из-за отсутствия опыта работы в новой области, новому подразделению были выделены как немалые технические мощности (те самые вышеупомянутые факторы производства), так и крайне щедрое финансирование.

Результат оказался плачевным. Пытаясь одновременно догнать ушедших далеко вперед развития конкурентов, и одновременно при этом же значительно расширить свою сферу влияния, руководство Microsoft утратило контроль над ситуацией, и, точно по Коузу, имея мощнейшие в мире факторы производства, компания производила более чем посредственные продукты.

2) Искажение информации.

Разрастающаяся фирма порождает «эффект искажения информации» при ее многократной передаче между людьми. Поскольку управляющий может работать напрямую лишь с небольшим количеством подчиненных ему работников, увеличение размеров фирмы сопровождается и ростом количества уровней иерархии. Передача информации по этим уровням задерживается и искажается. Происходит бюрократизация фирмы, то есть теряется гибкость принимаемых решений, и появляются ошибки.

Стив Балмер, преемник Билла Гейтса, очень яркий тому пример. Являясь достаточно талантливым руководителем, в каждое свое выступление он создавал впечатление человека, которого, мягко говоря, держат в информационном вакууме. В качестве примера можно привести его не раз высказанное мнение о том, что продукт конкурирующей Apple будет провальным. Уже не первый год на рынке провальны как раз творения Microsoft, созданные под руководством Балмера.

3) Ослабление мотивации.

Еще одна проблема, возникающая с увеличением размера фирмы, состоит в ослаблении мотивации. Если в малой организации, состоящей из нескольких десятков работников, сама работа стимулирует творческий подход и инициативу каждого работника, любой сотрудник видит значение своей работы и воспринимает ее как часть общего конечного результата предприятия как единого целого, то в крупной компании дело обстоит значительно сложнее.

В гигантской корпорации менеджеры разных уровней — всего лишь наемные служащие, агенты предпринимателя. Часто менеджеры выполняют свою работу без энтузиазма и инициативы. А порой идут и на откровенное

оппортунистическое поведение, преследуя на рабочем месте свои собственные интересы, а не интересы фирмы. В крупной компании производство осуществляется единой «командой», что затрудняет оценку вклада каждого работника в общий результат, порождая стимулы к «отлыниванию» сотрудников.

Пытаясь решить проблему падения мотивированности, связанную со значительным ростом MS, господином Балмером была предложена схема stack ranking (групповое ранжирование) — состязательная система ранжирования служащих и подразделений, которую Стив Балмер навязал Microsoft, вдохновившись, видимо, практикой Джека Уэлша, гендиректора General Electric. У Уэлша эта система называлась «rank and yank» (что-то вроде «Сортируй и ухни!») и предполагала регулярное ранжирование всех и вся в штате и структурной линейке корпорации с целью выявления «передовиков производства» и отстающих. Забавно, что, как только Уэлш уgomонился и удалился на покой (в 2001-м), быстро отменили и его rank and yank.

Именно благодаря stack ranking, почти любой сотрудник, кто отвечал хоть за какую-то часть работы, стремился открыто саботировать усилия остальных. Самый ценный совет, который ходил из уст в уста: «нужно внешне изображать доброжелательность и поддержку, а на самом деле стремиться утаивать любую информацию, которая позволила бы сотрудникам обойти меня в рейтинге». Поскольку «аттестации» случались каждые 6 месяцев, сотрудники и их руководители, чьи достижения также подвергались ранжированию, сосредотачивались исключительно на краткосрочных показателях, даже не задумываясь о долгосрочных усилиях, направленных на инновации.

4) Рост издержек учета.

Наконец, возрастание внутренних трансакционных издержек происходит также в связи с необходимостью вести дополнительный учет и составлять отчетность.

Ни для кого не секрет, что огромная, престижная и высокоприбыльная Microsoft уже из-за своих размеров вынуждена нести немалое количество

издержек. Но значительно меньшая по масштабу Apple при этом получает больше выгоды. Как пишет Vanity Fair, в первом квартале 2012 года продажи iPhone принесли калифорнийской компании около \$ 22,7 млрд. дохода. За тот же период совокупный доход Microsoft от продажи всей линейки ее продукции, начиная от операционной системы Windows и самого популярного в мире офис-пакета Microsoft Office и заканчивая игровыми консолями Xbox, составил \$ 17,4 млрд.

Быстрый рост фирмы и увеличение ее размеров в конечном итоге приводят к излишней иерархии и бюрократизации организационных структур, и детище Гейтса не явилось тому исключением. Наблюдается значительный рост издержек передачи информации, необходимой для принятия деловых решений; процесс их принятия затягивается. Фирма утрачивает былую гибкость, стремительно ухудшаются ее экономические показатели. Более мелкие конкуренты опережают ее и по уровню качества, и по уровню издержек и, следовательно, вытесняют с рынка. В этих случаях фирма переживает реорганизацию. Менеджмент вынужден сокращать ее размеры: упразднять лишние управленческие звенья и процедуры, сокращать наименее рентабельные направления деятельности (до конца этого года Microsoft уволит 18 000 сотрудников).

Список литературы:

1. Коуз Р. Фирма, рынок и право. — М.: Дело, 1993. С. 42.
2. Л.Д. Шапиро Учебное пособие по курсу «Экономика производства», 2014.
3. Сергей Голубицкий Вирус, который убил корпорацию Microsoft Компьютерра 30 августа 2013.
4. iPhone не станет популярным <http://appleinsider.ru/iphone/iphone-ne-stanet-populyarnym.html>.
5. <http://iapple.by/inovosti/microsoft-iphone-doroge2012.html>.

СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ЗАНЯТОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ

Пупко Демид Александрович

*студент Самарского государственного экономического университета,
РФ, г. Самара*

Чистик Ольга Филлиповна

*научный руководитель, д-р экон. наук, проф.
Самарского государственного экономического университета,
РФ, г. Самара*

Занятость населения является одной из важнейших характеристик состояния экономики любой страны. Особую роль занятости отвел знаменитый американский экономист Дж. М. Кейнс, опубликовавший в 1936 году свой труд под названием «Общая теория занятости, процента и денег», в котором отвел вопросам занятости ключевую роль в обеспечении благосостояния экономики.

Высокий уровень занятости свидетельствует о благосостоянии населения, процветании экономики страны, низком уровне преступности и социальной напряженности.

Низкий уровень занятости, в свою очередь, свидетельствует о кризисе в экономике страны, тесно связан с высоким уровнем социальной напряженности и криминогенной обстановкой. Трудовыми ресурсами страны является часть населения, обладающая физическим развитием, умственными способностями и знаниями, необходимыми для осуществления полезной деятельности.

Все население, в зависимости от возраста разделяется на три части:

- Лица моложе трудоспособного возраста (до 14 лет включительно);
- Лица в трудоспособном возрасте. В РФ женщины от 15 до 54 лет, мужчины от 15 до 59 лет включительно;
- Лица старше трудоспособного возраста. В России женщины с 55 лет, мужчины с 60 лет.

В зависимости от способности к труду различают лиц трудоспособных и нетрудоспособных.

Расчет численности трудовых ресурсов производят двумя методами:

1. Демографический (по источникам формирования). Из числа лиц в трудоспособном возрасте вычитают неработающих нетрудоспособных лиц в трудоспособном возрасте и прибавляют к ним численность занятых экономической деятельностью за пределами границ трудоспособного возраста.

2. Экономический (по фактической занятости). Численность трудовых ресурсов рассматривается как совокупность всего фактически занятого населения, безработных, лиц, занятых учебой с отрывом от производства, и трудоспособных лиц в трудоспособном возрасте, не занятых трудовой деятельностью и не обучающихся.

Изменение численности трудовых ресурсов в стране происходит в результате естественно и механического движения.

Таблица 1.

Изменение численности трудовых ресурсов

Естественное движение		Механическое движение	
Пополнение	Выбытие	Пополнение	Выбытие
Осуществляется за счет лиц, вступающих в трудоспособный возраст, и лиц, вовлеченных в экономическую деятельность за рассматриваемый период (пенсионеры, инвалиды и получающие пенсию на льготных условиях)	Происходит за счет лиц, вышедших за пределы трудоспособного возраста, перешедшие на инвалидность, пенсию на льготных условиях, лиц рабочего возраста, умерших за рассматриваемый период	Характеризуется притоком населения на изучаемую территорию	Представляет собой выбытие трудоспособного населения на другие территории
Разность между величинами естественного пополнения и естественного выбытия трудовых ресурсов называется естественным приростом		Разность между величинами механического пополнения и выбытия трудовых ресурсов называется механическим приростом	
Общий прирост трудовых ресурсов равен сумме механического и естественного прироста трудовых ресурсов			

Сегодня в статистике используется система классификации труда, рекомендованная Международной организацией труда, согласно которой, население делится на экономически активное и экономические неактивное.

Экономически активное население представляет собой часть населения, обеспечивающую предложение своего труда для производства товаров и оказания услуг. Данная группа состоит из численности занятых и безработных.

К числу занятых относят лиц обоего пола, которые в рассматриваемый период:

- Выполняли работу по найму за вознаграждение на условиях полного и неполного рабочего времени, а также иную, приносящую доход работу (включая военнослужащих и служителей религиозных культов);
- Временно отсутствовали на работе в связи с нетрудоспособностью, отпуском, переподготовкой, повышением квалификации, приостановкой производства;
- Выполняли работу без оплаты на семейном предприятии.

К числу безработных, согласно международным стандартам, относят лиц, которые в рассматриваемый период:

- Не имели работы (приносящего доход занятия);
- Занимались поиском работы;
- Были готовы приступить к работе.

Учащиеся, студенты, пенсионеры и инвалиды учитываются в качестве безработных, если они занимались поиском работы и были готовы приступить к ней.

Экономически неактивное население — население обследуемого возраста, которое не входит в состав занятых и безработных:

- Учащиеся и студенты, посещающие дневные учебные заведения;
- Лица, занятые ведением домашнего хозяйства, уходом за детьми, больными родственниками;
- Отчаявшиеся найти работу, которые прекратили поиск работы;
- Лица, которым нет необходимости работать.

Кроме вышеперечисленных категорий трудоспособного населения в трудоспособном возрасте, в состав экономически неактивного населения

входят лица, получающие пенсии: а) по старости и на льготных условиях; б) по инвалидности (I,II,III группы).

Ситуация на рынке труда оценивается не только абсолютной численностью занятых и безработных, но и уровнями занятости и безработицы, определяемыми удельным весом этих категорий в численности экономически активного или трудоспособного населения на начало (конец) периода [1, с. 13].

Проведем анализ динамики и структуры уровня занятости населения в Российской Федерации и Самарской области.

Таблица 2.

Уровень занятости населения РФ (в %)

Год:	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Уровень занятости	61,3	61,7	63,1	63,2	62,0	62,7	63,9	64,9	64,8

Уровень занятости населения в России, несмотря на неблагоприятную экономическую обстановку показывает положительную динамику. Так, в 2013 году, относительно 2005 года уровень занятости населения вырос на 5,7 %. Положительная динамика за период 2005—2013 гг. была нарушена в 2009 году (уровень занятости снизился относительно 2008 года на 1,9 %, что объясняется обострением мирового экономического кризиса) и в 2013 году (снижение на 0,1 % относительно 2012 года, причина чего заключается в том, что мировая экономика, как и экономика России, не до конца справилась с последствиями кризиса 2008 года).

Таблица 3.

Уровень занятости населения Самарской области (в %)

Год:	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Уровень занятости	64,4	66,1	67,7	67,1	64,3	64,6	65,3	66,9

Динамика уровня занятости населения Самарской области соответствует динамике уровня занятости населения Российской Федерации. Так, в 2012 году, относительно 2005 года уровень занятости в Самарской области увеличился

на 3,9 % (темпы прироста несколько ниже чем по России). В 2009 году, также было снижение относительно 2008 года на 4,2 % (сокращение уровня занятости произошло более резко, чем в целом по Российской Федерации). Однако в целом, стоит отметить тот факт, что уровень занятости населения Самарской области в среднем на 3—4 % выше чем в целом по Российской Федерации.

Это объясняется наличием в Самарской области крупных промышленных предприятий, среди которых следует выделить :

1. АвтоВАЗ — производство легковых автомобилей;
2. Самарский завод Электроцит — выпуск электротехнического оборудования;
3. ТольяттиАзот — крупнейшее отечественное предприятие, производящее химическую продукцию;
4. Тяжмаш (г. Сызрань) — предприятие тяжелого, энергетического, транспортного машиностроения;
5. Самарский НПЗ — один из филиалов ОАО «Роснефть»;
6. Моторостроитель — машиностроительная компания и одноименное предприятие авиационного и космического двигателестроения;
7. Авиакор-авиационный завод — авиастроительное предприятие;
8. Гипровостокнефть — научно-исследовательский и проектный институт в области нефтедобывающей промышленности;
9. Другие промышленные предприятия.

Таким образом, наличие большого числа промышленных объектов в Самарской области обеспечивает занятостью большую долю населения, что является однозначно позитивным моментом в вопросах занятости в Самарской области. В то же время, кризисные явления крайне негативно отражаются на деятельности крупных промышленных предприятий, поэтому любое сокращение штата того или иного предприятия крупного предприятия, резко снижает уровень занятости населения, как это произошло в 2009 году.

Таблица 4.

**Структура занятости населения по видам экономической деятельности
в РФ (в %)**

Вид деятельности\год	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Сельское и лесное хозяйство	10,1	9,9	8,9	8,5	8,3	7,7	7,7	7,3	7,0
Добыча полезных ископаемых	1,8	1,7	1,9	1,9	2,0	2,0	2,0	2,0	2,2
Обрабатывающие производства	18,2	18,0	17,4	16,5	15,3	15,2	15,0	15,0	14,8
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	2,9	3,1	2,9	3,0	3,2	3,3	3,2	3,3	3,2
Строительство	6,7	6,5	7,0	7,6	7,1	7,2	7,2	7,4	7,6
Оптовая и розничная торговля, бытовые услуги населению	17,1	17,3	17,5	17,2	17,3	17,5	18,0	18,2	18,4
Транспорт и связь	9,2	9,1	9,4	9,3	9,4	9,3	9,4	9,4	9,5
Финансовая деятельность, операции с недвижимостью, аренда	7,4	7,6	8,1	8,2	8,3	8,4	8,7	8,7	9,0
Государственное управление и обеспечение военной безопасности	7,2	7,1	6,9	7,6	8,0	8,1	7,7	7,5	7,4
Образование	9,2	9,0	9,1	9,1	9,4	9,4	9,2	9,2	9,2
Здравоохранение	6,9	7,2	7,4	7,4	7,9	7,9	7,9	8,0	7,9
Другие виды экономической деятельности	3,3	3,5	3,5	3,7	3,9	3,9	4,0	3,9	4,1
СУММА	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Рассматривая структуру занятости населения РФ по видам экономической деятельности, можно прийти к выводу, что с 2005 по 2013 гг. существенно сократилась доля занятых в сельском и лесном хозяйствах (-30,7 %), что крайне неблагоприятно для агропромышленного комплекса Российской Федерации, а также в обрабатывающих производствах (-18,7 %). Занятость населения в остальных видах экономической деятельности изменялась незначительно.

Согласно представленной структуре занятости населения РФ, наиболее привлекательными для населения являются сферы: оптовой и розничной торговли, оказания бытовых услуг населению, обрабатывающих производств, транспорта и связи.

Таблица 5.

**Структура занятости населения по видам экономической деятельности
в Самарской области (в %)**

Вид деятельности\год	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Сельское и лесное хозяйство	7,4	7,3	7,0	7,0	7,1	7,0	7,0	7,0
Добыча полезных ископаемых	0,7	0,8	0,8	0,8	0,8	0,7	0,8	0,9
Обрабатывающие производства	25,1	24,6	24,8	24,0	23,1	22,2	22,3	21,9
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	2,4	2,3	2,3	2,4	2,4	2,5	2,4	2,8
Строительство	7,1	7,3	7,4	7,4	6,7	6,7	6,8	6,8
Оптовая и розничная торговля, бытовые услуги населению	18,1	18,3	18,3	18,4	18,4	18,9	19,1	19,2
Транспорт и связь	9,0	9,0	9,0	9,1	8,7	8,7	8,7	8,4
Финансовая деятельность, операции с недвижимостью, аренда	9,3	9,7	9,7	9,8	10,7	10,7	10,7	10,9
Государственное управление и обеспечение военной безопасности	4,6	4,7	4,6	4,7	5,1	5,3	5,1	4,9
Образование	7,7	7,7	7,7	7,7	8,2	8,3	8,2	8,1
Здравоохранение	6,2	6,2	6,3	6,6	6,7	6,8	6,8	6,7
Другие виды экономической деятельности	2,4	2,1	2,1	2,1	2,1	2,2	2,1	2,4
СУММА	100	100	100	100	100	100	100	100

Что касается структуры занятости населения Самарской области, то наибольшая часть занятого населения сосредоточена в сферах: обрабатывающих производств, оптовой и розничной торговли, оказании бытовых услуг населению, финансовой деятельности, операций с недвижимостью. Тем самым, структура занятости населения Самарской области несколько отличается от общероссийской. Гистограмма для сравнения структуры занятости Российской Федерации (РФ) и Самарской области (СО), представлена на рисунке 1.

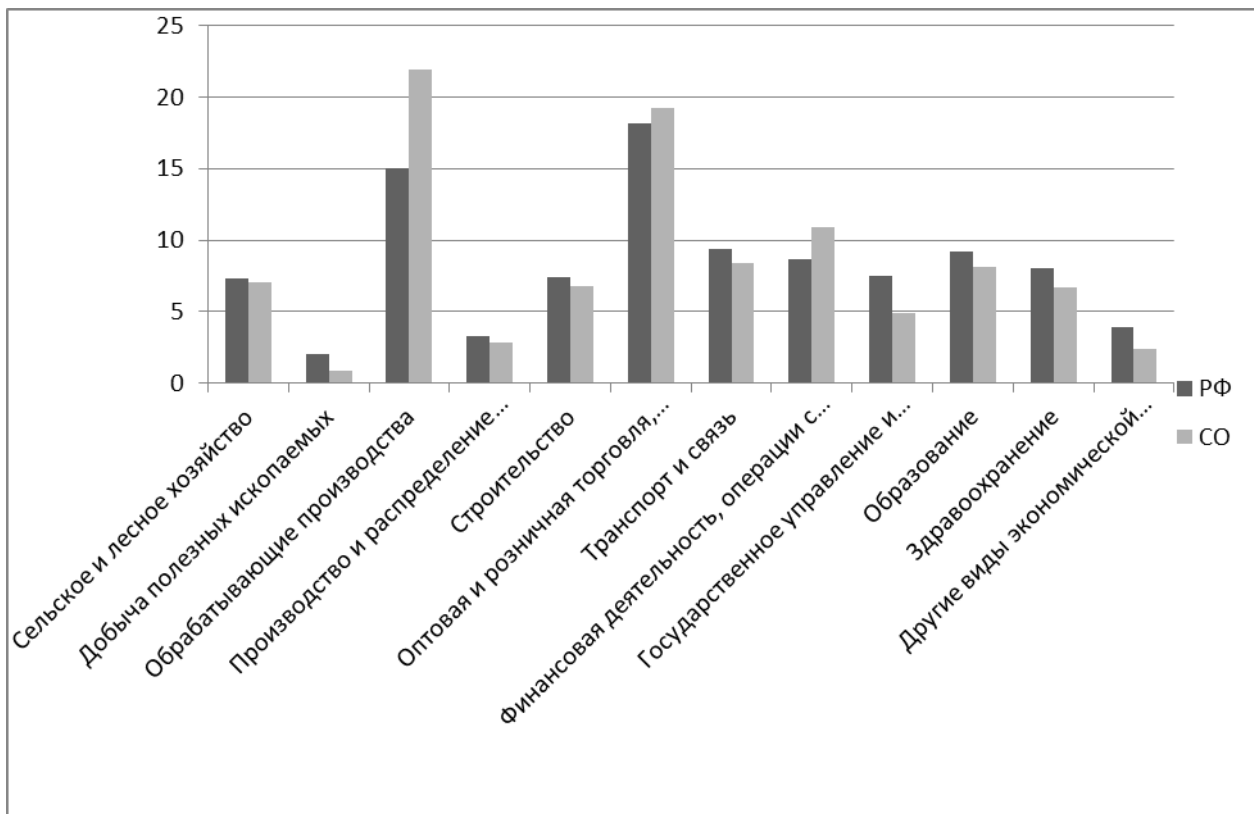


Рисунок 1. Сравнительная характеристика уровня занятости населения по видам экономической деятельности в РФ и СО в 2012 году

Согласно данным Рисунка 1, отличия структуры занятости в РФ от Самарской области следующие:

- Уровень занятости населения в Самарской области выше, чем в целом по Российской Федерации в: обрабатывающих производствах (на 6,9 %), оптовой и розничной торговле, оказании бытовых услуг населению (на 1 %), финансовой деятельности и операций с недвижимостью (на 2,2 %);

- В то же время, в Самарской области немного ниже, чем в среднем по России доля занятых в: сельском и лесном хозяйстве (на 0,3 %), добыче полезных ископаемых (на 1,1 %), производстве и распределении электроэнергии, газа, воды (на 0,5 %), строительстве (на 0,6 %), транспорте и связи (на 1 %), государственном управлении (на 2,6 %), образовании (на 1,1 %) и здравоохранении (на 1,3 %).

Динамика уровня занятости по видам экономической деятельности в Самарской области в целом повторяет общероссийскую динамику. Также

с 2005 года наблюдается падение уровня занятости в сфере обрабатывающих производств (-12,7 %), сельского и лесного хозяйства (-5,4 %), строительства (-4,2 %), транспорта и связи (-6,7 %). Положительная динамика наблюдается в сферах образования (+5,2 %), здравоохранения (+8,1 %), финансовой деятельности (+17,2 %), оптовой и розничной торговли, оказании бытовых услуг населению (+6,1 %). Данная динамика свидетельствует о постепенных изменениях в сфере экономической специализации Самарской области и постепенного замещения промышленной специализации более современными, основанными на интеллектуальном капитале, видами экономической деятельности (образование, здравоохранение, финансовая деятельность).

Таким образом, согласно представленным данным, можно сделать вывод о том, что уровень занятости, как в Российской Федерации, так и в Самарской области, имеет тенденцию к повышению, что является положительным моментом развития экономики страны и региона. Однако, кризисные явления, международные политические конфликты оказывают существенное негативное влияние на российский рынок труда, ощутимо снижая уровень занятости.

Также, резервом сокращения числа незанятых в экономической деятельности может являться модернизация экономики, автоматизация производственных процессов, развитие новых видов деятельности, которые основываются не на физическом здоровье работника, а на умственном. Данный шаг позволит не только увеличить интенсивность производства за счет автоматизации, но и даст возможность заниматься экономической деятельностью людям с ограниченными возможностями.

Список литературы:

1. Промышленные предприятия России. Предприятия самарской области, Заводы Самарской области, промышленность, экономика. — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://ibprom.ru/samarskaya_oblast.

2. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Самарской области. Труд (данные Самарского статистического ежегодника) — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://samarastat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/samarastat/resources / (дата обращения 17.11.2014).
3. Федеральная служба государственной статистики. Труд и занятость в России — 2013 — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.gks.ru/bgd/regl/b13_36/Main.htm (дата обращения: 17.11.2014).
4. Чистик О.Ф. Статистика. Социально-экономическая статистика: учеб. пособие для Вузов / науч. ред. О.Ф. Чистик — 7-е изд. — Самара: Из-во Самар. Гос. экон. ун-та, 2014, 280 с.

РОЛЬ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В ЭКОНОМИКЕ АСТРАХАНСКОЙ ОБЛАСТИ

Рожков Алексей Павлович

*студент Астраханского государственного технического университета,
РФ, г. Астрахань*

Бабошкина Полина Алексеевна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доц.
Астраханского государственного технического университета,
РФ, г. Астрахань*

Развитие малого и среднего бизнеса на современном этапе стало задачей не только экономической, но и политической. Учитывая современные темпы развития экономики России, возникает необходимость наращивания экономического потенциала, поиска инновационных путей развития экономики. Важную роль в этих процессах играет предпринимательство, как один из основных инструментов реализации инноваций в бизнесе, фактор, позволяющий решать большую часть экономических и социальных задачи, в том числе создавать конкурентную среду, наполнять рынок разнообразными товарами и услугами, создавать новые рабочие места, способствовать увеличению налоговых поступлений во все уровни бюджетной системы.

Учитывая современные условия экономического кризиса, роль малого и среднего предпринимательства для экономического развития России становится все более существенной, так как малый бизнес является одним из самых мобильных субъектов рынка, способных осуществлять быструю реакцию на действия правительства. Поэтому, при проведении политики по выводу экономики РФ из экономического кризиса, особое внимание следует уделить мерам, направленным на поддержку малого и среднего предпринимательства.

По данным мониторинга, проведенного Росстатом, около 75 % компаний малого и среднего бизнеса уже смогли ощутить влияние экономического кризиса при ведении своего бизнеса. Основной проблемой является увеличение дефицита финансовых ресурсов. Банки сворачивают программы по кредито-

ванию малых и средних предприятий. Недостаточное количество оборотных средств приводит к задержкам во взаиморасчетах между контрагентами, что еще больше ухудшает ситуацию.

Прогнозируемый объем тех доходов, которые выпадут из бюджета, оценивается в 140—150 млрд. руб., потому как 95 % малых и средних предпринимателей пользуются специальными налоговыми режимами. В случае если меры по поддержке малого предпринимательства не будут приняты, в условиях экономического кризиса снижение поступлений от налогов, совместно с выплатами пособий по безработице может привести к бюджетным потерям, которые могут превысить по своему объему прогнозируемые значения выпадающих доходов бюджета.

Для реализации задачи, направленной на минимизацию последствий экономического кризиса для Астраханской области, министерство экономического развития Астраханской области будет использовать в качестве основы субъекты малого и среднего бизнеса, так как их доля равна 47,6 % в общей численности организаций области, и доля платежей по налогам составила в 2013 году 9,6 %, исходя из общей суммы налоговых поступлений.

Достаточно отметить, что малое и среднее предпринимательство в Астраханской области обеспечивает работой более 180 тысяч человек, что превышает четверть трудоспособного населения области. Субъекты малого и среднего бизнеса региона представлены 33,2 тыс. индивидуальными предпринимателями и 6,1 тыс. организациями. Оборот малого и среднего бизнеса в 2013 году составил 45,3 млрд. рублей, что на 25 % больше прошлого года. Данные по предприятиям малого и среднего бизнеса, показавшим наилучшие результаты роста в 2014 году, так же свидетельствуют о том, что малое и среднее предпринимательство является чрезвычайно важным в экономике Астраханского региона. По сравнению с 2013 годом, доля предприятий, занятых в сфере малого и среднего бизнеса в 2014 увеличилась и составила соответственно: добыча полезных ископаемых — 118,75 %, рыболовство и рыбоводство — 112,33 %, строительство — 108,33 %, аренда

и предоставление услуг по операциям с недвижимым имуществом — 108,81 %, здравоохранение и предоставление социальных услуг — 107,43 %, предоставление коммунальных и социальных услуг — 116,18 %.

В посткризисное время, малый и средний бизнес является основой роста, его ведущей силой. Кроме этого, малое и среднее предпринимательство является рыночным субъектом, который обладает большим запасом гибкости, может подстраиваться под влияние экономических условий, а так же имеет высокую маневренность в плане реализации инновационных проектов.

В рамках осуществления политики инноваций, на территории Астраханского региона активно проводится работа с государственной компанией «Российская корпорация нанотехнологий» (РОСНАНО): осуществляется отбор проектов, происходит оценка их экономической и научная состоятельность. Для малого и среднего бизнеса, внедрение инновационных технологий — это мощнейший ресурс, способствующий снижению издержек, для ВУЗов — возможность осуществить реализацию новых идей и проектов.

В 2015 году перед передовыми ВУЗами Астраханской области поставлена задача создания до 150 малых инновационных предприятий. В настоящее время, в Астрахани создано около 200 малых организаций, осуществляющих деятельность в области инноваций. Основные надежды в решении этого вопроса делаются на ВУЗы Астраханской области — Астраханский государственный технический университет, Астраханский государственный университет, Астраханский государственный медицинский университет.

В Астрахани и области была выработана комплексная система мер, направленных на поддержку малого и среднего предпринимательства, в особенности на организации, реализующие инвестиционные и инновационные проекты. На территории Астраханской области создана сеть бизнес-инкубаторов — объектов инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства, предоставляющих помещения на льготных условиях. В рамках формирования положительного образа предпринимателя, популяризации роли предпринимательства в конце 2013 года — первом

полугодии 2014 года организованы и проведены образовательные мероприятия, направленные на реализацию программы по созданию сети школьных клубов начинающих предпринимателей на территории Астраханской области с целью получения практических знаний и навыков участниками мероприятий и вовлечению молодежи Астраханской области в предпринимательскую деятельность.

Таким образом, развитие малого и среднего бизнеса на современном этапе становится важным фактором повышения эффективности экономики региона, одним из самых экономически ёмких ресурсов, оказывающий влияние на развитие доходного потенциала Астраханского региона за счет поступлений от налогов, что определяет приоритетное направление политики Правительства РФ по становлению экономики России на путь модернизации. В рамках оказания услуг по содействию субъектам малого и среднего предпринимательства в формировании и реализации кластерных инициатив, а также в разработке кластерных проектов на территории области, действует Центр кластерного развития. В рамках работы Центра проводятся следующие мероприятия: образовательные программы, оказание консультационных услуг малым и средним предприятиям при определении, разработке и продвижении приоритетных проектов.

Список литературы:

1. Бабошкина П.А., Давыдова Ю.Д. Проблемы и перспективы развития малого бизнеса в Астраханской области Материалы международной научно-практической конференции «XXI век: Россия и мир в условиях кардинально меняющегося общества» — (Москва 15—17 апреля 2013 г.) в 9 ч. Ч. 1 / Международный институт Экономики и права; под общей ред. Ф.Л. Шарова. — М., МИЭП, 2013. — 258 с.
2. Развитие малого и среднего предпринимательства в современных экономических условиях: региональный аспект: моногр. / Бабошкина П.А., Куличева О.А., Курбатов А.В., Тактаров Г.А., Френкель Г.Э., Чертина Е.В. — Астрахань: Издатель ИП Сорокин Р.В. 2013 — 224 с.
3. Официальный сайт министерства экономического развития Астраханской области — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: www.mines.astrobl.ru (дата обращения 03.12.2014).

4. Официальный сайт Президента России — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: www.kremlin.ru (дата обращения 04.12.2014).
5. Официальный сайт Правительства России— [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.premier.gov.ru> (дата обращения 03.12.2014).
6. Постановление Правительства Российской Федерации от 27.02.2009 г. № 178 (ред. от 26.05.2014) «О распределении и предоставлении субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации на государственную поддержку малого и среднего предпринимательства».
7. Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ (ред. от 28.12.2013) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации».
8. Федеральный закон от 02.08.2009 № 217-ФЗ (ред. От 29.12.2012) «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам создания бюджетными научными и образовательными учреждениями хозяйственных обществ в целях практического применения (внедрения) результатов интеллектуальной деятельности».

SCM: РАСЧЁТ РАЗМЕРА ЗАКАЗА НА ПРИМЕРЕ BMW GROUP RUSSIA

Сайфетдинова Аурика Фархатовна
студент, Финансовый университет при Правительстве РФ,
РФ, г. Подольск

Самойлова Виктория Игоревна
студент, Финансовый университет при Правительстве РФ,
РФ, г. Подольск

Юрасова Ирина Олеговна
научный руководитель, канд. экон. наук, доц., Финансовый университет
при Правительстве РФ,
РФ, г. Подольск

Компания BMW является немецким производителем автомобилей, мотоциклов, двигателей, велосипедов. Кроме того, является Членом Ассоциации европейских производителей автомобилей (АСЕА). Основные выпуски продукции компании локализованы в Германии. Также автомобили собираются на предприятиях в Таиланде, Малайзии, Индии, Египте, ЮАР, во Вьетнаме и США. В России одним из крупнейших предприятий по производству и сборке легковых автомобилей марки BMW является в Калининграде «Автотор» в Калининграде.

На рынке автомобильного строения главным конкурентом BMW является Mercedes-Benz. Автомобили марки Lexus и Audi составляют конкуренцию фирме BMW.

В данной работе представлено исследование структуры расчёта заказа товаров. Миссия управленца запасами торговой компании — обеспечить наличие товара на складе. От этого фактора зависит уровень спроса на товары производителя, что является одним из главных показателей прибыльности компании.

На первом этапе компания определяет «уровень доступности», т. е. наличие или отсутствие товара на складе. Стопроцентный «уровень доступности» крайне дорог, так как под ним подразумевается необходимость хранения на складе 100 % количества товаров во всех его возможных

вариациях. Поддерживать пятидесятипроцентный уровень значительно дешевле, но высока вероятность вызвать недовольство клиентов качеством обслуживания. В таблице 1 приведена зависимость коэффициента запаса от вероятности удовлетворения спроса.

Таблица 1.

Зависимость коэффициента запаса от вероятности удовлетворения спроса

Вероятность удовлетворения спроса, %	50 %	60 %	70 %	80 %	85 %	90 %	92 %	94 %	96 %	98 %	99 %
Коэффициент запаса, k	0,00	0,25	0,52	0,84	1,04	1,28	1,41	1,55	1,75	2,05	2,33

Источник: http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:SCM:_Расчет_размера_заказа

BMW Group Russia использует предзаказную систему поставок, именно по этому коэффициент запаса компании является отрицательным. Данная стратегия является наименее затратной, но и не вызывает отрицательных эмоций покупателей, так как машины BMW пользуются спросом только среди среднего и элитарного классов. Как правило, срок доставки одной единицы товара составляет два месяца.

После нахождения уровня доступности, компания производит расчет размера заказа. Он рассчитывается по формуле:

$$PЗ = \overline{ПД} \times \overline{СР} + СТЗ - ТЗ_0 - ТП,$$

где: $\overline{ПД}$ — среднее значение продаж за выбранный период (в днях);

$\overline{СР}$ — средний срок реакции поставщика;

СТЗ — страховой товарный запас;

$ТЗ_0$ — товарный запас на момент выполнения расчета (текущие остатки);

ТП — товарный запас, имеющий статус в пути.

$$\overline{ПД} = 105$$

$$\overline{СР} = 45$$

$$СТЗ = 28$$

$$TЗ_0 = 0$$

$$ТП = 1581$$

$$PЗ = 105 \cdot 45 + 28 - 1581 = 3172$$

Формула расчета среднего значения срока реакции поставщика.

Срок реакции — это время, в течение которого **Поставщик** обязуется приступить к работе над проблемой, обозначенной Заказчиком, способом, предусмотренным в этом соглашении.

$$\overline{CP} = \frac{\sum_1^n CP}{n},$$

где: CP — срок реакции поставщика,

n — размер выборки (количество значений за выбранный период времени).

Срок реакции BMW Group на поставку товара — 2 месяца или 45 рабочих дней.

Размер выборки — количество проданных машин в России за два месяца — 6324 шт.

$$\overline{CP} = \frac{\sum_1^{6324} 45}{6324} = 457$$

Формула расчета страхового товарного запаса.

Страховой товарный запас — это запас, который постоянно лежит на складе на случай непредвиденных обстоятельств. Чаще всего **страховой запас** используют для покрытия рисков попадания в дефицит.

$$СТЗ = k \times (\sqrt{\overline{CP}} \times \sigma_{ПД} + \overline{ПД} \times \sigma_{CP})$$

где: k — коэффициент запаса;

\overline{CP} — средний срок реакции поставщика;

$\sigma_{ПД}$ — стандартное отклонение значений дневных продаж за выбранный период (в днях);

$\overline{ПД}$ — среднее значение продаж за выбранный период (в днях);

σ_{CP} — стандартное отклонение срока реакции поставщика;

$$k=0,25$$

$$\overline{ПД} = 105$$

$$\sigma_{ПД} = =$$

$$\overline{СР} = 45$$

$$\sigma_{СР} = -$$

Нет необходимости рассчитывать стандартное отклонение, так как нам были даны в отчетности средние значения продаж и средний срок реакции поставщика с учетом данного отклонения

$$СТЗ = 0,25 * (6,71 + 105) = 28 \text{ шт.}$$

Формула расчета среднедневных продаж

$$\overline{ПД} = \frac{\sum_1^n ПД}{n}$$

где: ПД — объем продаж в день;

n — размер выборки (количество значений за выбранный период времени).

Объем продаж в день — 105 штук.

Размер выборки — 60 дней.

$$РЗ = \overline{ПД} \times \frac{\overline{ПД}}{\overline{СР}} + СТЗ - ТЗ_0 - ТП$$

$$\overline{ПД} = 105$$

$$\overline{СР} = 45$$

$$СТЗ = 28$$

$$ТЗ_0 = 0$$

$$ТП = 1581$$

$$\mathbf{РЗ = 105 * 45 + 28 - 1581 = 3172}$$

Размер ежемесячного заказа составил 3172 единицы товара. Годовой зафиксированный оборот за 2013 год в 38000 машин подтверждает правильность расчетов (38000/12=3166 единиц в месяц).

Исходя из выше изложенного, приходим к заключению, что клиентам необходимо ждать товар, например в такой ситуации, когда компания должна осуществить заказ, но не может этого сделать из-за ожидающейся поставки, т. е. заказ на товар был сделан и он все еще в пути. Кроме того, может возникнуть дефицит товара после прихода заказанной ранее партии, что опять является негативным фактором для клиента. Вероятность удовлетворения спроса у BMW отрицательна, так как наличие готовых автомобилей в салонах равняется 0. Сравнивая, эти показатели и характеристики с российской автомобильной промышленностью можно выявить ряд преимуществ российского автопрома. Во-первых, российский автопром имеет значительное преимущество перед зарубежным, так как коэффициент доступности равен 70 %, что гарантирует своевременную покупку автомобиля. В том числе быстрая поставка российских автозапчастей гарантирует оптимальную стоимость, что нельзя сказать об импортных. Другой важный момент, стоимость российских автомобилей значительно ниже и при условии технического обслуживания, страхования и т. п., что нельзя сравнить с зарубежными условиями содержания машины.

Список литературы:

1. Н.Н. Парасоцкая, И.О. Юрасова «Показатели эффективности: российская практика внедрения зарубежного опыта (монография)» Казахстан, Караганда, изд-во КЭУ, 2013. — 181 с. Тираж 500 экз.
2. Т.В. Ступакова, И.О. Юрасова «Инновационные подходы к организации управленческого учета организаций-лизингодателей», журнал Биржа интеллектуальной собственности, — М., 2013. — № 2. — С. 37—47. Тираж 2000 экз.

КОНСАЛТИНГ В ГЛОБАЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ ЗНАНИЙ

Алиева Сабина Шакировна

студент 2 курса, кафедра «Экономика и финансы», Финансовый университет при Правительстве РФ (Владикавказский филиал), РФ, Республика Северная Осетия-Алания, г. Владикавказ

Саркисян Азгануш Азизовна

студент 2 курса, кафедра «Экономика и финансы», Финансовый университет при Правительстве РФ (Владикавказский филиал), РФ, Республика Северная Осетия-Алания, г. Владикавказ

Каирова Фатима Асламбековна

научный руководитель, канд. экон. наук, старший преподаватель кафедры «Экономика и финансы», Финансовый университет при Правительстве РФ (Владикавказский филиал), РФ, Республика Северная Осетия-Алания, г. Владикавказ

Глобализация изменяет социально-экономическое пространство, меняя емкость рынков, их структуру, возможности работы. В глобальном социально-экономическом пространстве доминирующей компонентой развития становится экономика знаний и все более востребованными становятся традиционные и вновь формирующиеся механизмы адаптации экономических субъектов к этой новой среде. Активное развитие и распространение новых форм ведения бизнеса и разнообразных структур — сетевых, виртуальных, глобальных — закономерно увеличивает зависимость конкурентоспособности предприятия от умения использовать ресурсы знаний. «Цитата» [1, с. 52].

Управление в условиях экономики знаний требует системного подхода, дальнейшего развития научно-методического аппарата. Одним из инструментов и механизмов управления конкурентоспособностью и развитием в целом является консалтинг, под которым понимается адресное решение проблем предприятий, передачу опыта, т. е. расширение пространства знаний. Из вспомогательного, обеспечивающего инструмента консалтинг трансформируется в базовый институт проектирования бизнес-процессов. Можно предположить, что эти изменения инициируются процессами, связанными с формированием глобальной экономики.

Глобализация — многогранное явление. Она затрагивает интересы государств, предприятий, людей, проявляясь в трансформации социально-политических, экономических, информационных отношений под влиянием масштабных технологических изменений.

Глобализация, став общепризнанным фактом и реальностью, не перестала быть научной проблемой и требует детального анализа своего содержания и динамики. Есть несколько подходов (зачастую противоположных) к пониманию и изучению глобализации:

- глобализация как долговременный процесс изменения информационных, экономических и социально-политических отношений, людей и технологий;

- глобализация как преодоление различий между странами, единство их целевых установок с учетом национальных особенностей;

- глобализация как процесс с глобальными последствиями, непреднамеренными и непредусмотренными, а не с глобальными инициативами или действиями;

- глобализация как свободное движение капитала, масштабное расширение внешней торговли и инвестиций на основе принципиально новых коммуникационных возможностей и систем связи;

- глобализация как доминирование (экономическое, политическое, технологическое) определенных стран или групп стран, корпораций, а также доминирование каких-либо систем ценностей (культурное доминирование). При этом доминирование даже в крайнем варианте («макдональдизация») может сочетаться с межкультурными взаимодействиями, ведущими к взаимообогащению и к возникновению культурных традиций («гибридизация»);

- глобализация как трансформация мировой экономики, все больше и больше зависящей от финансовых рынков;

- глобализация как качественно новые динамичность и подвижность мировой экономики, определяемые ведущей чертой глобализма — международной экономической интеграцией.

Глобализация обусловлена объективно, естественным ходом развития мировой экономики и современными технологиями, но это противоречивый процесс. Оценка факторов, обуславливающих глобализацию, может носить позитивный и негативный характер (таблицу 1), и сама глобализация по-разному оценивается в зависимости от социально-политических позиций исследователей. Наиболее ярко это проявляется в оценке двоякости интеграционных процессов: с одной стороны, возрастающие возможности мобилизации ресурсов для решения различных проблем, развития международного разделения труда, повышения мобильности капитала и рабочей силы, увеличения емкости товарных рынков, а, с другой — обострение проблемы разделения стран на перспективные и отстающие «Цитата» [2].

Таблица 1.

Факторы, влияющие на процессы глобализации

Фактор	Возможности	Риски
Развитие науки. современных технологий	Переход к качественно новому этапу в развитии мировой цивилизации	Сегментирование регионов, стран на перспективные и отстающие. Опасность техногенных экологических катастроф. Как следствие чрезмерной дифференциации в различных контекстах, — реальность и масштабность террористических угроз.
Интеграционные процессы	Концентрация собственности и управления мировыми ресурсами для решения общих проблем	Противоречия интересов в использовании мировых ресурсов, в частности, для закрепления стандартов потребления образа жизни ряда стран. «Унификация» социально-экономической сферы, культур, ограничение альтернативности развития
Развитие всемирной информационной системы	Реальность перехода к обществу с доминированием информационного производства	Возрастание зависимости от информационных технологий. Потеря управляемости в реальной сфере в случае существенных сбоев в «виртуальной» среде

Внимание к различным аспектам глобализации не исключает единства позиций в оценке некоторых последствий этого процесса: глобализация оказывает мощное влияние на доходы стран и предприятий, на доступ к ресурсам всех видов (сырьевым, технологическим, информационным, кадровым, культурным и проч.). Вне зависимости от уровня развития

государства на его территории формируется информационно-технологическая инфраструктура. Косвенным результатом глобализации является все большая вовлеченность человека в информационные технологии.

Степень вовлеченности страны в глобализационные процессы поддается количественному измерению (например, динамика внешнеторгового оборота), но не сводится только к количественным характеристикам. Глобализация может иметь т. н. «поверхностный» характер в том случае, если страна вовлечена в общемировые хозяйственные связи в качестве потребителя уже существующих инноваций, и глобализация трансформируется в «глубинную», если страна, корпорация присутствует на глобальных рынках в качестве поставщика инноваций «Цитата» [3].

Вовлеченность государств в глобализационные процессы может быть охарактеризована рядом индексов, которые отражают степень и качество участия в данных процессах. Один из показателей — темпы роста мировой торговли. На протяжении 10 последних лет динамика мировой торговли положительна, что позволяет оценивать масштаб глобализации в сфере торговли, но на основании только количественной характеристики невозможно качественно дифференцировать этот рост. Более развитые страны характеризуются положительным балансом в производстве высокотехнологичных услуг, продукции высокой степени переработки, а страны, менее эффективно действующие в глобальном пространстве, будут иметь большую долю сырьевого экспорта, меньший уровень жизни.

Формы проявления глобальных процессов становятся все более противоречивыми, что существенно затрудняет их объяснение. Востребованы концепции глобализации, имеющие прогностический потенциал, дающие практические установки бизнесу, образованию, политике на основе теоретических выводов.

Этап исследования глобализации как явления закономерно должен смениться этапом сознательного встраивания в данный процесс и далее — формирования конфигурации этого процесса, т. е. осознанного развития

глобального социально-экономического пространства, его ключевых параметров.

Глобализация изменяет социально-экономическое пространство, меняя емкость рынков (рынки «приближаются» за счет транспортной доступности), их структуру (приобретение большей однородности), возможности работы (становится совершеннее информационная инфраструктура, надежнее коммуникации).

Социально-экономическое пространство — это совокупность всех отраслей материального производства и сферы услуг, это институты и инфраструктура по обслуживанию производства и обмена, транспортная и коммуникационная среда, информационные потоки. Социально-экономическое пространство — это и пространство людей, перемещающихся с различными целями — бизнес, туризм, обучение в других странах. Масштабы и интенсивность перемещений увеличиваются, что определяется транспортными и коммуникационными условиями.

Социально-экономическое пространство может быть охарактеризовано в терминах экономико-географических, подразумевающих экономическое «сжатие» физических расстояний, а также с точки зрения «глубины» — масштабов применения современных технологий, особенно информационной обеспеченности социально-экономических процессов. Отношения участников социально-экономического пространства сложны, как и причинно-следственные связи его формирования. Научные достижения и современные технологии служат причиной глобальных процессов, которые распространяются на производство и рынки, культуру и информацию, развитие инфраструктуры, и в свою очередь, уже сформировавшиеся глобальные структуры требуют реакции в виде адекватной информационно-коммуникационной инфраструктуры, поскольку обеспечение сложных распределенных взаимодействий без соответствующего информационного обеспечения невозможно.

Развитие данной инфраструктуры означает, что потенциальная информационная обеспеченность разных регионов, государств, предприятий становится сопоставимой, информация становится более доступной и одновременно — более значимой для всех сфер деятельности.

Но рассматривать глобальное социально-экономическое пространство только как пространство возможностей — это упрощенный подход, т. к. в нем одновременно присутствуют и ограничения. Рассредоточение производства и рынков требует формирования централизованного контроля и управления на новых принципах, часто выражается в дальнейшей концентрации финансовых потоков и властных ресурсов.

Говоря о глобальном социально-экономическом пространстве, следует указать на изменения в пространстве знаний. Знания рассматриваются как социально-значимая информация, являющаяся универсальным средством отражения закономерностей окружающей действительности. Знания — информационное отражение процессов, которые происходят в сферах экономики и других сферах в условиях глобализации и в том числе в самих информационных процессах. Под пространством знаний понимается доступ к информации в рамках полномочий субъекта.

Потенциальные возможности в доступе к знаниям различных участников процесса глобализации выравниваются, т. е. современная инфраструктура делает знания одинаково доступными из любой точки планеты. Повсеместная доступность всего комплекса знаний — возможность дистанционного обучения, управления, роста компетенций, получения консультаций — это следствие глобализации и одновременно ее причина; глобализация рынков и знаний — взаимосвязанные явления. Управление рассредоточенным и распределенным производством и сбытом требует оперативной доступности знаний и информации в любом месте (любых знаний — в рамках полномочий взаимодействующих субъектов).

Существует известная точка зрения З. Баумана относительно значимости времени и пространства в условиях глобализации: «Время и пространство

по-разному распределены между стоящими на разных ступенях глобальной властной пирамиды. Те, кто может себе это позволить, живут исключительно во времени. Те, кто не может, обитают в пространстве. Для первых пространство не имеет значения. При этом вторые из всех сил борются за то, чтобы сделать его значимым». Представляется, что это положение надо развить в сторону конкретизации понятия пространства. Само пространство становится другим, не сводящимся только к территориальному пространству, оно смещается в сторону виртуализации. Для «тех, кто живет во времени» (по терминологии З. Баумана), не всякое пространство не имеет значения, а обычное, территориальное. Виртуальное, коммуникационное пространство, т. е. пространство с расширенными возможностями управления и контроля, напротив, и определяют возможность присутствия хозяйствующих субъектов преимущественно во времени.

Возрастает роль виртуальных услуг и конкуренция за реальные ресурсы. В этих условиях локальные преимущества (например, более высокий уровень жизни) получают те, кто имеет большую долю «виртуальности» в экономике, социально-экономической сфере.

Есть виды деятельности, ориентированные на привязку к месту, например, торговля повседневными продуктами питания, что более свойственно «традиционному» хозяйству. Другие виды деятельности связаны с перемещениями, доставкой товаров, знаний, что и есть один из признаков глобализации — смещение в сторону распределенной деятельности. Это крайние полюсы, поскольку в действительности подобные градации в чистом виде не встречаются.

Глобализация привела к тому, что место расположения производства становится несущественным, но важным является создание инфраструктуры дистанционного управления. Подобная среда — это уже не обычное пространство в географическом понимании. Это — расширенное, уходящее в виртуальную сферу пространство коммуникаций, контроля, управления.

Знания — одна из составляющих этого пространства и одна из основ виртуальной экономики.

Знания являются самостоятельной ценностью, требующей инвестиций, развития, поддержки. Но возникает ситуация в сфере обращения знаний, когда тиражирование знаний в новой инфраструктуре является фактически бесплатным. То есть, если ранее цена знаний была основана на цене материальных носителей, то сейчас роль материальных носителей резко снижается и проблемы экономики знаний, авторства, владельца знаний, информационного обмена является одной из наиболее острых. Знания (выявленные) — организующее начало, информационный обмен отражает динамику этого процесса. Рынки знаний можно характеризовать как глобальные в тех случаях, когда информация открыта, доступна.

В этом контексте можно воспринимать появление и усиленную поддержку странами-«экспортерами знаний», информации различных технологий защиты и одноразовости доступа к информации (попытки разработки технологий невозможности копирования информации с одного носителя на другой, ограничение количества раз воспроизведения аудио- и видеoinформации и проч.) «Цитата» [5].

Естественные механизмы защиты информации, знаний перестают действовать; в новой информационной среде необходимы другие механизмы (безотносительно к их технической реализации), однако они входят в противоречие с существующими традициями информационного обмена. Само право владения информацией является спорным и неоднозначно понимаемым, что связано с проблемой легитимности этого права собственности, а также с традиционными методами распространения знаний. В движении информации есть определенные традиции (например, дать почитать книгу), а системами защиты это право нарушается (право передать ограничивается). Неоднозначность понимания различных аспектов обращения информации в новой инфраструктуре ведет к конфликтам, возможности разрешения которых пока не очевидны. Целые страны являются глобальными

нарушителями прав устанавливаемых для них другими странами. Пути решения перечисленных выше противоречий глобализации знаний и информационного обмена являются одной из наиболее активно обсуждаемых и неоднозначных проблем в современном взаимосвязанном мире.

Развитие информационного обмена приводит к тому, что тиражирование знаний обходится сравнительно дешево, и использование даже не самых современных технических средств позволяет обеспечить развивающимся странам уровень информационной инфраструктуры, не радикально уступающий развитым странам. Глобальное пространство знаний оказывается интернациональным и открывает странам-аутсайдерам новые возможности по производству знаний и по их получению. Но при этом для отстающих стран критически важным становится использование информационных возможностей.

В глобальном пространстве знаний уровень информационно-технического развития выравнивается. Для решения многих задач в Интернете необязательно иметь дорогой компьютер. Любой человек при наличии сетевой инфраструктуры может производить информационный продукт. Проблемой является обеспечение доступности информационных технологий вне зависимости от места проживания человека.

Сама возможность перехода от догоняющего развития к инновационному, опережающему связана с реалиями новой экономики — экономики знаний — и формированием ее инфраструктуры и институтов.

Инфраструктура пространства знаний развивается, и это не только образование и информационный обмен. Образование дает базовые знания, возможность понимания процессов, это обучение какому-либо виду деятельности в целом отдельно взятого человека. Образование — традиционный способ передачи знаний, этот способ востребован и является одной из статей дохода источника знаний.

Рынок знаний — широкое понятие, у него есть свои «производители», отраслевая структура: НИИ и другие исследовательские учреждения, образовательные учреждения, консалтинговые фирмы.

Частью инфраструктуры являются также институты формирования специализированных знаний — адресных решений бизнес-проблем и адресной их доставки. Для лучшей адаптации экономических субъектов к трудностям и реалиям хозяйственной деятельности в обществе формируется институт консалтинга профессиональных услуг по развитию бизнеса, включающих создание новых решений в практике менеджмента, тиражирование новых и готовых решений, сопровождение процесса изменений в менеджменте, формирование новых и оптимизацию имеющихся бизнес-процессов.

Консалтинг можно рассматривать как помощь в наиболее эффективном встраивании заказчика в сложившуюся систему производства, распространения и использования знаний. Консалтинг является специфическим ресурсом, непосредственно расширяющим пространство возможностей для предприятий, организаций, государства.

Современная информационная инфраструктура внешне выглядит простой, но встраивание в глобальную информационную среду достаточно сложно. Наиболее эффективный способ — привлечение специалистов, консультантов. Консалтинг должен быть разнообразным по содержанию и функциям, позволяющим субъекту экономической деятельности (государству, предприятию) с максимальным эффектом воспользоваться подобной организацией приобретения положительного опыта.

Знания (в широком контексте) востребованы для интеграции экономических субъектов в хозяйственную деятельность. Знания распространяются на те сферы, где присутствует платежеспособный спрос на них. Новым всеобщим эквивалентом в современной экономике все чаще называют внимание ее участника, в этом смысле говорят об «экономике внимания».

Равнодоступность инфраструктуры не является тождественной ее «равноэффективности», т. к. степень включенности государств и предприятий

в нее различна. Можно предложить (как один из возможных вариантов) поэтапную последовательность встраивания национальной экономики знаний в глобальную:

- 1) Заимствование идей продуктов и услуг,
- 2) Подготовка собственных кадров,
- 3) Покупка лицензий,
- 4) Выход на глобальные рынки за счет более низкой себестоимости (относительно уже присутствующих участников рынка) и часто за счет более высокого качества продукта,
- 5) Нарращивание собственного потенциала в материальной и интеллектуальной сфере.

Таким образом, рынок знаний становится способным «вытягивать» за собой материальную сферу. Это примеры Индии (аутсорсинг информационных продуктов), Китая (аутсорсинг производства, основанного на знаниях).

Под консалтингом можно понимать адресное решение проблем предприятий, передачу опыта, т. е. расширение пространства знаний. Функциями консалтинга являются:

- совершенствование использования коммуникаций,
- аккумуляция, обобщение и распространение опыта,
- разработка и внедрение новых знаний о продукции и услугах,
- внедрение новых организационных, технологических решений.

Из вспомогательного, обеспечивающего процесса консалтинг трансформируется в базовый институт проектирования бизнес-процессов. Его сверхзадача — выведение клиента в лидеры в своей области.

Одним из основных ограничивающих развитие экономических субъектов факторов в новой инфраструктуре является несовершенство управления. Управленческие проблемы предприятий, как правило, содержат:

1. Трудности в реализации новых бизнес-идей, проектов — кадровые, организационные, финансовые, прочие;

2. Потерю управляемости вследствие роста бизнеса, отставания развития организационной структуры — разделение полномочий, функций, подчиненности;

3. Дисбаланс в отношениях «центр-филиалы» — чрезмерная или недостаточная централизация;

4. Отсутствие или неэффективность системы мотивации.

Услуги консалтинга востребованы в следующих ситуациях:

5. Требуется разработка общей стратегии развития, необходимо четкое понимание направлений развития по функциональным блокам (маркетинг, финансы, персонал, организационные структуры);

6. Происходят существенные изменения условий деятельности: реорганизация управления бизнесом, смена руководства, присоединение новых бизнесов, покупка предприятий, открытие новых направлений деятельности и проектов, поиск источников кредитования на крупные суммы (партнером могут выдвигаться условия наличия или постановки регулярного менеджмента).

Иницилирующими факторами обращения к консультантам могут быть: ситуация кризиса, ощущение «застоя», решение изменить стратегию развития, наличие управленческой проблемы. Наиболее эффективным участие консультанта представляется в тех случаях, когда: проблема носит системный либо разовый характер; имеются серьезные расхождения в выборе путей решения проблемы в руководстве компании-заказчика; решение проблемы может повлечь серьезные стратегические, финансовые, социальные или иные последствия; у консультантов имеется обширный положительный опыт решения аналогичных проблем. В том случае, если проблема носит системный характер, требуется аккумулированный консультантами специализированный опыт решения подобных задач; если же проблема носит разовый локальный характер, предприятие не отвлекает собственные ресурсы для ее решения.

Области, входящие в компетенцию управленческого консультирования, — проблемы и перспективы бизнеса, оптимизация управления, разработка

системы управления финансами, повышение эффективности использования финансовых и материальных ресурсов, оптимизация привлечения кадров, управление человеческими ресурсами, разработка системы маркетинга и продаж, инжиниринг, аудит производства и систем качества в целом, проектирование и внедрение информационных технологий, прочие специализированные задачи.

Таким образом, консалтинг, обеспечивающий системную передачу опыта в различных сферах коммерческой деятельности, является одним из наиболее востребованных механизмов распространения и использования знаний в глобальном социально-экономическом пространстве.

Список литературы:

1. Бауман З. Индивидуализированное общество / Пер. с англ. — М.: Изд-во Логос, 2012. — С. 51.
2. Бауман З. Глобализация. Последствия для человека и общества / Пер. с англ. — М.: Изд-во «Весь мир», 2012.
3. Макуев Р. Современная глобализация: вызовы и трансформации. — Орел, 2013.
4. Малиновский П. Россия в контексте глобальных тенденций современности // <http://www.archipelag.ru>.
5. Goldhaber M. The Attention Economy and the Net. — http://www.firstmonday.dk/issues/issue2_4/goldhaber.
6. Iskold A. The Attention Economy: An Overview. — http://www.readwriteweb.com/archives/attention_economy_overview.php.
7. Sassen S. The global city: London, New York, Tokyo (2-nd ed.). — Princeton: Princeton univ. press, 2012.
8. http://www.icsti.su/rus_ten3/1000ventures/a/business_guide.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДИКИ АНАЛИЗА ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ АПК НА ПРИМЕРЕ ООО «АМУРАГРОЦЕНТР»

Соседко Ксения Андреевна

*студент Амурского государственного университета,
РФ, г. Благовещенск*

Якимова Вилена Анатольевна

*научный руководитель, доц. Амурского государственного университета,
РФ, г. Благовещенск*

В рыночных условиях залогом выживаемости и основой стабильного положения предприятия служит его финансовая устойчивость. Определение грани финансовой устойчивости относится к числу важных экономических проблем, поскольку недостаточная финансовая устойчивость может привести к утрате платежеспособности предприятия и, в конечном счете, к банкротству.

Финансовая устойчивость предприятия — это способность субъекта хозяйствования функционировать и развиваться, сохранять равновесие своих активов и пассивов в изменяющейся внутренней и внешней среде, гарантирующее его платежеспособность и инвестиционную привлекательность в долгосрочной перспективе в границах допустимого уровня риска.

Оценка финансовой устойчивости выполняет важную функцию диагностирования хозяйственно-финансовой деятельности сельскохозяйственных предприятий с целью выявления признаков кризисного развития, определения масштабов кризиса и изучения факторов его возникновения. При этом зачастую возникает проблема выбора наиболее эффективных критериев оценки, поскольку существование множества показателей осложняет процесс их использования и интерпретации полученных результатов.

В связи с этим весьма актуальным является определение системы индикаторов финансовой устойчивости с позиции их применимости к предприятиям агропромышленной отрасли.

Научная новизна данной темы заключается в разработке практических рекомендаций по оценке финансовой устойчивости предприятия АПК,

имеющих существенное значение для повышения качества и обоснованности принятия управленческих решений.

Целью данной работы является совершенствование методологического аппарата определения финансовой устойчивости предприятия, используя показатели, отражающие отраслевые особенности предприятия АПК.

Объектом исследования является финансово-экономическая деятельность предприятия аграрно-промышленного комплекса ООО «Амурагроцентр».

ООО «Амурагроцентр» — одно из крупнейших предприятий, перерабатывающее зерновые и бобовые культуры на Дальнем Востоке России, включающее в себя производство:

- 1) гидратированного и рафинированного дезодорированного соевого масла;
- 2) шрота соевого пищевого и кормового тостированного;
- 3) сои экструдированной кормовой;
- 4) полнорационных комбикормов и комбикормов-концентратов (предназначены для скармливания животным в дополнение к сочным и грубым кормам);
- 5) белково-витаминно-минеральных концентратов и премиксов (обогачительных смесей биологически активных веществ микробиологического и химического синтеза, применяемые для повышения питательности комбикормов).

Для оценки уровня финансовой устойчивости российских предприятий АПК нами предложена комплексная методика оценки финансовой устойчивости, состоящая из 4 этапов.

На первом этапе предлагается использовать экспертный метод оценки финансовой устойчивости. Суть этого метода заключается в отборе совокупности частных критериев, характеризующих различные аспекты финансовой устойчивости с учетом отраслевой специфики предприятия АПК.

С помощью шкалы Фишберна определим веса по формуле:

$$a_i = \frac{2 \cdot (n-i+1)}{n \cdot (n+1)}, \quad (1)$$

где: a_i — вес i -го показателя;

i — номер текущего показателя;

n — количество показателей

Для построения методики будем использовать следующие шесть показателей:

1) X_1 — рентабельность деятельности предприятия показывает, сколько прибыли имеет предприятие с каждого рубля, затраченного на производство и реализацию продукции;

2) X_2 — коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами, который показывает наличие у предприятия собственных средств, необходимых для его финансовой устойчивости;

3) X_3 — коэффициент оборачиваемости запасов характеризует скорость оборота средств, вложенных в материальные оборотные активы, рост которого в динамике благоприятно влияет на уровень финансовой устойчивости и свидетельствует об увеличении эффективности управления запасами;

4) X_4 — коэффициент «ставки по кредиту», который характеризует альтернативный уровень доходности на вложенный капитал;

5) X_5 — соотношение дебиторской задолженности к кредиторской задолженности;

6) X_6 — коэффициент, характеризующий соотношение прибыли до уплаты процентов и налога и прибыли до уплаты налога.

Определим веса для каждого показателя, используя формулу (1).

$$a_1 = \frac{2*6}{6*7} = \frac{2}{7} = 0,285714286;$$

$$a_2 = \frac{2*5}{6*7} = \frac{5}{21} = 0,238095238;$$

$$a_3 = \frac{2*4}{6*7} = \frac{4}{21} = 0,19047619;$$

$$a_4 = \frac{2*3}{6*7} = \frac{1}{7} = 0,142857143;$$

$$a_5 = \frac{2*2}{6*7} = \frac{2}{21} = 0,095238095;$$

$$a_6 = \frac{2*1}{6*7} = \frac{1}{21} = 0,047619048;$$

Для построения системы весов было опрошено три эксперта. Итоговый весовой коэффициент рассчитывается как среднее арифметическое весов, определенных экспертами.

$$\bar{a}_1 = \frac{a_1+a_1+a_1}{3} = \frac{0.285714286+0.285714286+0.285714286}{3} = 0,285714286 \approx 0,29;$$

$$\bar{a}_2 = \frac{a_2+a_2+a_2}{3} = \frac{0.238095238+0.238095238+0.238095238}{3} = 0,238095238 \approx 0,24;$$

$$\bar{a}_3 = \frac{a_4+a_4+a_3}{3} = \frac{0.142857143+0.142857143+0.19047619}{3} = 0,158730159 \approx 0,16;$$

$$\bar{a}_4 = \frac{a_3+a_3+a_4}{3} = \frac{0.19047619+0.19047619+0.142857143}{3} = 0,174603175 \approx 0,17;$$

$$\bar{a}_5 = \frac{a_5+a_6+a_5}{3} = \frac{0.095238095+0.047619048+0.095238095}{3} = 0,079365076 \approx 0,08;$$

$$\bar{a}_6 = \frac{a_6+a_5+a_6}{3} = \frac{0.047619048+0.095238095+0.047619048}{3} = 0,063492036 \approx 0,06;$$

Значения весовых коэффициентов, а так же их средние значения сведены в таблицу 1.

Таблица 1.

Значение весовых коэффициентов и их среднее значение

Эксперты	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆
Первый	0,285714286	0,238095238	0,142857143	0,19047619	0,095238095	0,047619048
Второй	0,285714286	0,238095238	0,142857143	0,19047619	0,047619048	0,095238095
Третий	0,285714286	0,238095238	0,19047619	0,142857143	0,095238095	0,047619048
Средний	0,285714286	0,238095238	0,158730159	0,174603175	0,079365076	0,063492036

Среднее значение весового коэффициента и будет являться величиной значимости критерия, для каждого показателя он будет равен:

$$W(X_1) = 0,29;$$

$$W(X_2) = 0,24;$$

$$W(X_3) = 0,16;$$

$$W(X_4) = 0,17;$$

$$W(X_5) = 0,08;$$

$$W(X_6) = 0,06;$$

Для формирования комплексного индикатора финансовой устойчивости выбираем нормативные значения каждого из критериев:

$$X_{1н} = 0,1;$$

$$X_{2н} = 0,15;$$

$$X_{3н} = 3;$$

$$X_{4н} = 0,2;$$

$$X_{5н} = 0,1;$$

$$X_{6н} = 1,2;$$

В результате формируется комплексный индикатор финансовой устойчивости вида:

$$J = W(X_1) \cdot \left(\frac{X_1}{X_{1н}}\right) + W(X_2) \cdot \left(\frac{X_2}{X_{2н}}\right) + W(X_3) \cdot \left(\frac{X_3}{X_{3н}}\right) + W(X_4) \cdot \left(\frac{X_4}{X_{4н}}\right) + W(X_5) \cdot \left(\frac{X_5}{X_{5н}}\right) \quad (2)$$

Используя для расчетов формулу (2), комплексный индикатор финансовой устойчивости примет вид:

$$J = 0,29 \cdot \left(\frac{X_1}{0,1}\right) + 0,24 \cdot \left(\frac{X_2}{0,15}\right) + 0,16 \cdot \left(\frac{X_3}{3}\right) + 0,17 \cdot \left(\frac{X_4}{0,2}\right) + 0,08 \cdot \left(\frac{X_5}{0,1}\right) + 0,06 \cdot \left(\frac{X_5}{1,2}\right)$$

При этом определим значения комплексного индикатора финансовой устойчивости:

$J > 1$, то финансовая устойчивость организации считается абсолютной;

$J = 1$, характеризует нормальную финансовую устойчивость;

$J < 1$, то финансовая ситуация организации не является устойчивой.

Чем больше отклонение от 1 в меньшую сторону, тем сложнее финансовое состояние организации, тем более вероятно наступление в ближайшее время для организации финансовых трудностей.

Прогноз финансовых затруднений с помощью изложенного индикатора позволит своевременно принимать меры для снижения финансовых трудностей, более объективно составлять планы развития организации.

На втором этапе осуществляется расчет индикатора финансовой устойчивости по денежному капиталу, представленный в методике А.В. Грачева.

Если индикатор финансовой устойчивости будет величиной отрицательной, это означает, что у предприятия есть проблемы с денежным капиталом, в том числе свидетельствует о наличии кассовых разрывов.

На 3 этапе необходимо определить величину кассовых разрывов и периода возникновения кассового разрыва

Построение эффективной системы планирования и финансирования возникающих временных кассовых разрывов предполагает первоначальной основой проведение аналитической работы, оценки причин возникновения временных кассовых разрывов и финансовых последствий их возникновения.

С нашей точки зрения основой методологии для проведения оценки причин возникновения временных кассовых разрывов, возникающих на предприятии, и финансовых последствий их возникновения являются:

- 1) анализ объемов временных кассовых разрывов;
- 2) анализ источников финансирования временных кассовых разрывов;
- 3) анализ объемов финансовых последствий возникновения временных кассовых разрывов;
- 4) систематический характер планирования временных кассовых разрывов.

Для определения величины кассового разрыва необходимо составить бюджет движения денежных средств, где превышение оттоков над притоками денежных средств и будут являться кассовыми разрывами.

На заключительном 4 этапе разрабатывается система мероприятия по устранению кассового разрыва, в качестве которых могут быть рассмотрены следующие предложения:

1) необходимо разработать методику прогнозирования временных кассовых разрывов и порядок формирования финансового резерва для финансирования временных кассовых разрывов;

2) корректировка расходов предприятия посредством переноса срока финансирования отдельных статей расходов, за исключением расходов на заработную плату и начислений на оплату труда, по возврату кредитов банков и процентов по кредитам;

3) поддержание остатка денежных средств предприятия, достаточного для исполнения обязательств;

4) уточнение сроков осуществления заимствований и поступления источников финансирования дефицита средств;

5) применение механизма краткосрочного кредитования наиболее гибкими из которых в настоящее время являются овердрафт и внутригодовые кредитные линии, а также создание резервов по сомнительным долгам.

Для предотвращения появления кассовых разрывов в будущем необходимо:

1) проводить анализ статистических данных возникновения кассовых разрывов;

2) наряду с решением текущих задач, необходимо определять пути мобилизации резервов и возможность повышения обоснованности принимаемых финансовых решений в долгосрочном периоде.

Рассчитаем данную методику применительно к ООО «Амурагроцентр».

Для расчета комплексного индикатора финансовой устойчивости ООО «Амурагроцентр» за 2013 год, используем формулу (2):

$$J_{2012} = 0,29 \cdot \left(\frac{0,1}{0,1}\right) + 0,24 \cdot \left(\frac{0,07}{0,15}\right) + 0,16 \cdot \left(\frac{3,4}{3}\right) + 0,17 \cdot \left(\frac{0,2}{0,2}\right) + 0,08 \cdot \left(\frac{1,8}{0,1}\right) + 0,06 \cdot \left(\frac{0,63}{1,2}\right)$$

$$J_{2012} = 2,6$$

Комплексный индикатор финансовой устойчивости ООО «Амурагроцентр» больше 1, что говорит о благоприятной финансовой ситуации, но тем не менее, был выявлен перекоп в соотношении дебиторской и кредиторской задолженности.

Значительное преобладание дебиторской задолженности создает угрозу финансовой устойчивости предприятия, в частности недостаток денежных средств делает необходимым привлечение дополнительных источников финансирования.

Для определения величины индикатора финансовой устойчивости по денежному капиталу, нами была использована методика А.В. Грачева, результаты в таблице 2.

Таблица 2.

Расчет показателя финансовой устойчивости ООО «Амурагроцентр» 2011—2013 гг.

Показатели	Значение показателя, тыс. рублей			Отклонение	
	2011	2012	2013	2012	2013
Имущество в неденежной форме (Индф)	855279	1045651	1570945	22.26	50.24
Имущество в денежной форме (Идф)	36394	34208	254081	-6.01	В 6,42 раз
Собственный капитал (СК)	418462	577223	631370	37.94	9.38
Заемный капитал (ЗК)	473211	498451	1193586	5.33	В 1,39 раз
Индикатор финансовой устойчивости Ифу(ДК)	-436817	-468428	-939575	7.24	100.58

Индикатор финансовой устойчивости в течение на конец отчетного периода был отрицательным, что свидетельствует о дефиците денежных средств на предприятии на конец отчетного периода. Это дает нам право предположить тот факт, что на предприятии на конец отчетного периода существует кассовый разрыв.

Для определения величины кассового разрыва составим поквартальные бюджеты движения денежных средств ООО «Амурагроцентра» 2011—2013 гг., расчет представлен в таблицах 3—5 и на рисунках 1—3.

Таблица 3.

Бюджет движения денежных средств ООО «Амурагроцентра» за 2011 год

Показатели	1 квартал 2011	2 квартал 2011	3 квартал 2011	4 квартал 2011
Итого приток	228367	220671	202110	255852
Отток денежных средств на сырье	185420	169046	164533	288669
Отток на прочие расходы	41200	44427	33780	43771
Прибыль до налогообложения	1747	7198	3797	-76588

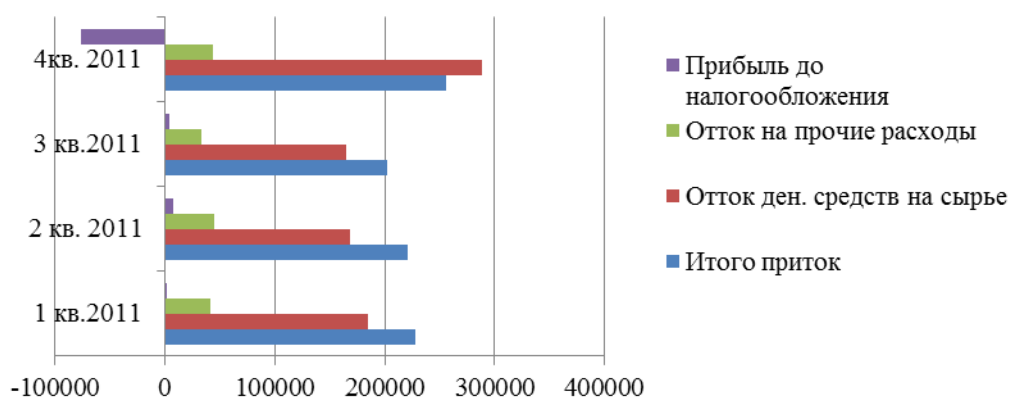


Рисунок 1. Бюджет движения денежных средств ООО «Амурагроцентр» 2011 год

Таблица 4.

Бюджет движения денежных средств ООО «Амурагроцентра» за 2012 год

Показатели	1 квартал 2012	2 квартал 2012	3 квартал 2012	4 квартал 2012
Итого приток	321632	319592	333185	355518
Отток денежных средств на сырье	245420	239156	224548	398881
Отток на прочие расходы	57900	58420	58291	57372
Прибыль до налогообложения	18312	22016	50346	-100735

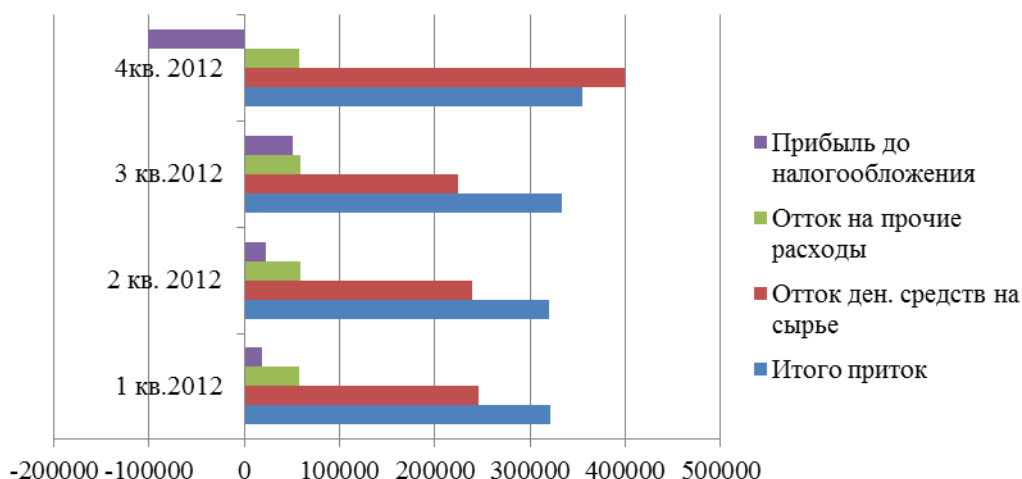


Рисунок 2. Бюджет движения денежных средств ООО «Амурагроцентр» 2012 год

Таблица 5.

Бюджет движения денежных средств ООО «Амурагроцентра» за 2013 год

Показатели	1 квартал 2013	2 квартал 2013	3 квартал 2013	4 квартал 2013
Итого приток	493666	467632	477957	470308
Отток денежных средств на сырье	391817	385553	370945	408114
Отток на прочие расходы	74127	75260	74168	76955
Прибыль до налогообложения	27722	6819	32844	-14761

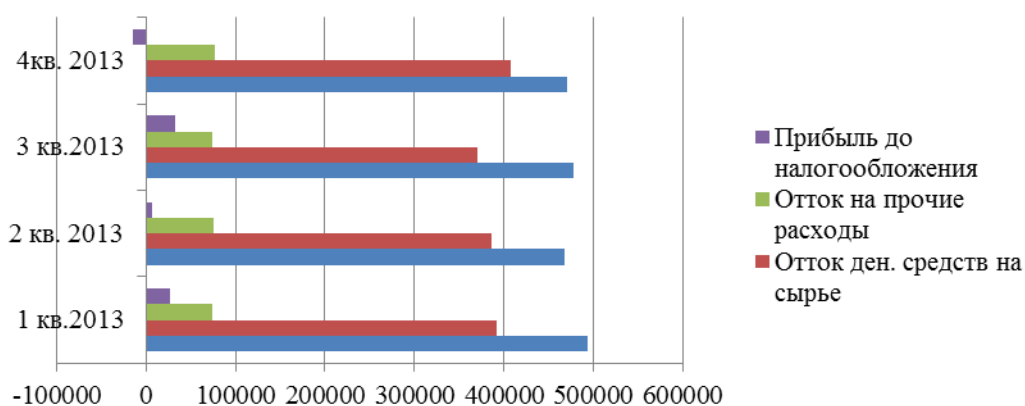


Рисунок 3. Бюджет движения денежных средств ООО «Амурагроцентр» 2013 год

На основании данных таблиц 3—5 кассовые разрывы характерны в 4 квартале отчетного года, что обусловлено сезонным характером производства, в частности в октябре большинство предприятий закупают только что собранный урожай, что приводит к увеличению запасов и затрат на закуп сырья.

Из-за недостаточного контроля величины дебиторской задолженности со стороны руководства, для устранения кассового разрыва предприятие решает данную проблему с помощью увеличения кредиторской задолженности, в то время, как могло бы уменьшить сумму своей дебиторской задолженности.

Для решения проблемы сокращения дебиторской задолженности предполагается, что предприятию необходимо выполнять следующие рекомендации:

1) контролировать состояние расчетов с покупателями (по отсроченной задолженности) и своевременно предъявлять иски;

2) ориентироваться на возможно большее число покупателей с целью уменьшения риска неуплаты одним или несколькими крупными потребителями;

3) следить за соответствием кредиторской и дебиторской задолженности.

Одним из эффективных способов, на наш взгляд, способствующих снижению уровня дебиторской задолженности — осуществление факторинговых операций.

Основной целью факторинга является получение средств немедленно или в срок определенный договором. В результате продавец не зависит от платежеспособности покупателя. Банк заключает договор с покупателем о гарантировании его платежей в случае возникновения финансовых трудностей или с продавцом и покупателем о переуступке не оплаченных в срок платежных документов факторинговому отделу банка.

Проведем прогнозирование величины выручки и дебиторской задолженности, результаты представлены в таблице 6.

Таблица 6.

**Прогнозирование величины выручки и дебиторской задолженности
ООО «Амурагроцентр» за 2014 год без учета предложенных мероприятий**

Показатели, тыс.руб	2011	2012	2013	средний темп роста	средний темп прироста	2014 год без мероприятий
Выручка	898263	1300955	1880733	144.70	44.70	2721378.57
Дебиторская задолженность	188930	179831	250784	115.21	15.21	288934.42

В целях ускорения оборачиваемости дебиторской задолженности и перевода ее в более ликвидные активы предприятия может провести продажу не менее половины прогнозируемой дебиторской задолженности на сумму 144 467 тыс. руб., что приведет к росту выручки на 75 % от этой суммы.

Проведем расчет величины выручки и дебиторской задолженности после проведения мероприятий, результаты представлены в таблице 7.

Таблица 7.

**Ожидаемый экономический эффект на ООО «Амурагроцентр» после
проведения мероприятий в 2014 году**

Показатели	2014 год без мероприятий	2014 год с мероприятиями	Экономическ ий эффект
Выручка, тыс. руб.	2721378.57	2829729	108350,4
Дебиторская задолженность, тыс. руб.	288934,42	144467,2	-144467,2
Коэффициент оборачиваемости, %	9,42	19,6	10,17
Продолжительность 1 оборота, дней	38,75	18,63	-20,11

На основе данных таблицы 7 можно сделать вывод о том, что после проведения факторинговой операции по продаже части дебиторской задолженности, продолжительность одного оборота дебиторской задолженности снизится в 2 раза, а выручка предприятия увеличится на 108350,4 тыс. рублей, что приведет к повышению финансовой устойчивости предприятия.

Список литературы:

1. Грачев А.В. Анализ управления финансовой устойчивостью предприятия. Учеб. пособие для вузов / Под ред. А.В. Грачева. — М.: «Финпресс», 2011. — 208 с.
2. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятий АПК. Учеб. пособие для вузов / Под ред. Г.В. Савицкой. — М.: «Новое знание», 2010. — 652 с.
3. Шеремет А.Д., Сайфулин Р.С. Методика финансового анализа. Учеб. пособие для вузов / Под ред. А.Д. Шеремета, Р.С. Сайфулина. — М.: «ИНФРА — М», 2010. — 485 с.

ОПТИМАЛЬНОЕ РАПРЕДЕЛЕНИЕ РЕСУРСОВ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ФУНКЦИЙ НЕСКОЛЬКИХ ПЕРЕМЕННЫХ

Тюрнина Анна Эдуардовна

*студент Самарского государственного экономического университета,
РФ, г. Самара*

Уфимцева Людмила Ивановна

*научный руководитель, канд. физ.-мат. наук, проф.
Самарского Государственного Экономического Университета,
РФ, г. Самара*

Математика и Экономика — это самостоятельные области знаний, однако находящиеся в тесной взаимосвязи друг с другом. Их взаимодействие основано на исследовании экономических процессов и явлений с помощью построения математических моделей или, по-другому, упрощенных формальных описаний экономических систем. При их построении выявляются наиболее существенные факторы, необходимые для анализа, и отбрасываются детали, несущественные для решения поставленной задачи.

Использование математических методов позволяет достигнуть более полного изучения влияния отдельных факторов на общие экономические показатели деятельности организаций, уменьшить сроки осуществления анализа, повысить точность осуществления экономических расчетов, решить многомерные аналитические задачи, которые не могут быть выполнены традиционными методами, а также отобразить существующие связи в экономической жизни, оценить перспективы поведения экономических субъектов и экономическую динамику.

Одним из таких методов являются нахождение точек локального экстремума функции. Установим условия существования таких точек.

Если функция $z = f(x; y)$ имеет в точке $M_0(x_0; y_0)$ локальный экстремум и частные производные первого порядка, то все эти частные производные равны нулю.

В случае нескольких переменных необходимое условие существования локального экстремума имеет аналогичный вид — все частные производные первого порядка в точке M_0 должны обращаться в нуль.

При этом точки, в которых выполняются выше указанные условия, называются стационарными точками (точками возможного экстремума).

Достаточное условие существования локального экстремума можно сформулировать следующим образом. Допустим, что в точке $M_0(x_0; y_0)$ возможного экстремума функции $z = f(x; y)$ и в некоторой ее окрестности все вторые частные производные данной функции непрерывны. Тогда, обозначив за a_{11} , a_{12} , a_{22} вторые частные производные рассматриваемой функции $\frac{\Delta^2 z}{\Delta x^2}$, $\frac{\Delta^2 z}{\Delta x \Delta y}$, $\frac{\Delta^2 z}{\Delta y^2}$ соответственно, получим: если $a_{11}a_{22} - a_{12}^2 > 0$, то функция $z = f(x; y)$ имеет в точке M_0 локальный экстремум (минимум при $a_{11} < 0$ и максимум при $a_{11} > 0$); если же $a_{11}a_{22} - a_{12}^2 \leq 0$, то данная функция в точке M_0 не имеет локального экстремума.

Перейдем к конкретным случаям практического применения функций нескольких переменных в экономических задачах.

Допустим, что $(x_1; x_2; \dots; x_n)$ — количество производимых n разновидностей товара, а их цены, соответственно — $P_1; P_2; \dots; P_n$ (все P_i — постоянные величины). Тогда затраты на производство этих товаров зададим функцией издержек $C = S(x_1; x_2; \dots; x_n)$

Функция издержек $C(x)$ определяет затраты, необходимые для производства x единиц данного продукта.

Прибыль вычисляется по формуле: $P(x) = D(x) - C(x)$, где $D(x)$ — доход от производства x единиц продукта.

Тогда функция прибыли будет иметь вид

$$\Pi = P_1x_1 + P_2x_2 + \dots + P_nx_n - S(x_1; x_2; \dots; x_n)$$

Максимум прибыли найдем из необходимого условия локального экстремума функции нескольких переменных при $x_i \geq 0$:

$$\frac{\Delta\Pi}{\Delta x_i} = 0, \text{ при } i = 1, 2, \dots, n$$

Получаем систему алгебраических уравнений относительно переменных x_i

$$P_i - \frac{\Delta S}{\Delta x_i} = 0, \text{ при } i = 1, 2, \dots, n$$

Данная система уравнений отображает известное правило экономики: предельная стоимость (цена) товара равна предельным издержкам на производство этого товара. Решениями системы являются n -мерные точки.

Если производится два вида товаров, обозначим их количества через x и y . Пусть цены на эти товары будут равны $P_1 = 8$ и $P_2 = 10$ соответственно, а функция затрат $C = x^2 + xy + y^2$. Найдем максимум прибыли по формуле:

$$\Pi(x, y) = 8x + 10y - x^2 - xy - y^2$$

Из необходимого условия локального экстремума имеем систему алгебраических уравнений.

$$\begin{cases} 2x + y = 8 \\ x + 2y = 10 \end{cases}$$

Решение этой системы является точка $(2, 4)$.

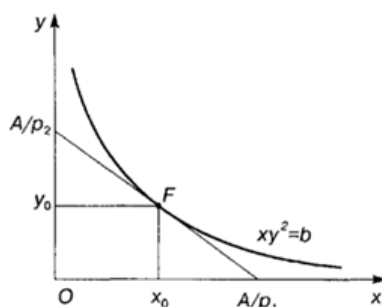
Применяя достаточное условие существования экстремума, найдем дискриминант $D = AC - B^2$.

Так как $A = 2$, $B = 1$, $C = 2$, то $D = AC - B^2 = 3$, значит найденная точка определяет локальный максимум функции прибыли, равный $\Pi_{max} = 28$.

Теорию функции многих переменных можно применить при нахождении оптимального распределения ресурсов. Пусть функция выпуска имеет вид $u = a_0xy^2$, а функция затрат на ресурсы x и y линейна, т. е. $u = P_1x + P_2y$, где P_1 и P_2 — соответствующие цены на эти факторы.

В точке оптимального распределения ресурсов $F(x_0, y_0)$ линии функций выпуска и затрат касаются (Рис.1). На графике они определяются уравнениями:

$$a_0xy^2 = C, P_1x + P_2y = A \text{ или } y = \left(b/x\right)^{\frac{1}{2}}, y = -\left(P_1/P_2\right)x + A/P_2, \text{ где } C > 0 \text{ и}$$



$$A > \text{ — постоянные числа, а } b = C/a_0.$$

Рисунок 1. График функции выпуска

Найдем координаты точки из уравнения:

$$\left[\left(b/x\right)^{\frac{1}{2}}\right]' \Big|_{x_0} = -P_1/P_2$$

$$\frac{1}{2} \left[\left(b/x\right)^{\frac{1}{2}} \left(-b/x^2\right)\right] \Big|_{x_0} = -P_1/P_2$$

$$x_0 = b^{\frac{1}{3}} \left[P_2/(2P_1)\right]^{\frac{2}{3}}$$

Определим значение y_0 из уравнения линии уровня функции выпуска:

$$y_0 = \left(b/x_0\right)^{\frac{1}{2}} = b^{\frac{1}{3}} \left(2P_1/P_2\right)^{\frac{1}{3}}$$

Отсюда получим, что оптимальное распределение ресурсов должно быть произведено в отношении $P_2: 2P_1$.

Список литературы:

1. Горбунова Р.И., Курганова М.В., Макаров С.И., Мищенко М.В., Нуйкина Е.Ю., Севастьянова С.А., Семенова М.М., Сергеева Л.В., Уфимцева Л.И., Фомин В.И., Черкасова Т.Н., Чупрынов Б.П. Математика для экономистов. Задачник. Учеб.-практ. пособие / Под ред. Макарова С.И., Мищенко М.В. — М.: КНОРУС, 2008. — 360 с.
2. Горбунова Р.И., Курганова М.В., Макаров С.И., Мищенко М.В., Нуйкина Е.Ю., Севастьянова С.А., Сизиков А.П., Уфимцева Л.И., Фомин В.И., Чупрынов Б.П., Черкасова Т.Н. Экономико-математические методы и модели. Задачник. Учеб.-практ. Пособие / Под ред. Макарова С.И., Севастьяновой С.А. — М.: КНОРУС, 2009. — 208 с.
3. Уфимцева Л.И., Черкасова Т.Н. Возможности моделирования некоторых производственных процессов. Проблемы совершенствования организации производства и управления промышленными предприятиями. Межвузовский сборник научных трудов. — Самара: 2003. — 212—214 с.

РАЗВИТИЕ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В РОССИИ: ВЛИЯНИЕ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ТРЕБОВАНИЙ ИЛИ БЕСКОРЫСТНАЯ ЗАБОТА ОБ ОБЩЕСТВЕ

Утеганова Анастасия Юрьевна

*студент Кубанского государственного университета,
РФ, г. Краснодар*

Эффективное взаимодействие бизнеса с различными областями и структурами общества было и остается актуальной и значимой проблемой современного мирового сообщества. Успешный и перспективный бизнес это неотъемлемая часть устойчивого развития экономики страны, а значит и развития общества в целом. В настоящее время успешной может считать себя та организация, которая заботится не только о своем процветании, но и поддерживает общество, экологию и другие социальные сферы. Такая организация считается социально ответственной и может иметь больший успех среди своих конкурентов. «Корпоративная социальная ответственность (КСО) означает принятие бизнесом добровольных обязательств морально-этического и экономического характера, прежде всего по отношению к внешнему окружению и проявляется в различных формах — от благотворительности до многоцелевого социального инвестирования, участия в социальных и экологических программах, реализации государственной и корпоративной социальной политики» [1, с. 5]. Компании готовы вкладывать многомиллиардные суммы в развитие различных отраслей экономики и социального общества. Активность компаний, инвестирующих многомиллиардные суммы, нуждается в объективной оценке заинтересованных сторон, а это возможно только при условии, что компания не скрывает своей деятельности и открыта для всеобщей оценки. Для этого компания подготавливает и публикует корпоративные социальные отчеты. Главнейшей функцией таких отчетов является отражение деятельности компании, ее инструментов и механизмов в области постоянного улучшения, устойчивого развития, экологической стабильности, благотворительной деятельности и заботе о персонале.

В большинстве стран такая инвестиционная деятельность компании является добровольной.

В России практика опубликования нефинансовых отчетов началась с 2000 года. Нефинансовый отчет — это общедоступное подтверждение того, что организация является ответственным конкурентом и эффективно управляет своей деятельностью. С 2000 года библиотеку нефинансовых отчетов пополнили 149 российских организаций (по состоянию на 4 декабря 2014 года), это отчеты в области устойчивого развития, социальные, экологические, интегрированные и отраслевые отчеты. Это говорит о том, что все больше и больше российских организаций заботится не только о рентабельности своей компании и качестве выпускаемой продукции, но и об окружающей среде и внутреннем потребителе. На примере социальных отчетов трех организаций разных отраслевых принадлежностей, рассмотренных в таблице 1 [2], можно сделать следующие выводы. Природоохранной деятельности и ресурсосбережению уделяют больше всего внимания, скорее всего это потому, что организации наносят большой урон экологии и ресурсам, поэтому они стараются компенсировать ущерб, сокращая расходы природных ресурсов, выполняя различные природоохранные мероприятия, инвестируя средства во всевозможные экологические программы. Также большое внимание уделяется охране труда и здоровью персонала. Такая забота о персонале естественна и даже обязательна, так как сотрудники организации это главная составляющая, забота о которой в первую очередь приносит компании успех и перспективу развития. Не без внимания остаются как благотворительность и меценатство так и развитие персонала. Опираясь на данные, приведенные в таблице, а также, учитывая информацию социальных отчетов других компаний, следует отметить, что российский бизнес активно участвует в предоставлении заинтересованным сторонам нефинансовых отчетов. Так или иначе, это проявление повышенного внимания и заботы об обществе, экологии и внутреннем потребителе, что немало важно для всего общества в целом.

ОАО ГМК «Норильский никель»	Разработан план-график и начата работа по пересмотру внутренних нормативных документов системы с целью приведения их в соответствие с требованиями стандарта OHSAS 18001	-	Программа оздоровления и санаторно-курортного лечения работников и членов их семей	1,5 млрд руб.	Общие расходы и инвестиции на охрану окружающей среды	18,1 млрд руб.	Строительство детских садов в Норильске	1,2 млрд руб.
	Реализация более 670 мероприятий, направленных на улучшение условий и охрану труда		Отдых в детских оздоровительных учреждениях	162 млн руб.	Выполнение природоохранных мероприятий	3,8 млрд руб.	Строительство спортивно-развлекательного комплекса «Арена-Норильск»	3,2 млрд руб.
	Аттестация по условиям труда	4,1 млрд руб.	Программа корпоративных авиаперевозок.	3 млрд руб.	Сотрудничество с природными заповедниками	3,5 млн руб.	Софинансирование строительства Крытого катка с искусственным льдом на 250 мест в г. Дудинке.	135 млн руб.
	Обеспечение спецодеждой, спецобувью и другими средствами индивидуальной защиты, а также смывающими и обеззараживающими средствами, соответствующими мировым стандартам качества и безопасности, и в соответствии с типовыми отраслевыми нормами	15,7 млн руб.	Финансирование пенсионных программ	1,1 млрд руб.	Рекультивация и озеленение территории нарушенных земель Мончегорского района на площади 5 га	0,7 млн руб.	Капитальный ремонт магистральных коллекторов	
	Расходы на проведение медосмотров	1,2 млрд руб.	Финансирование жилищных программ	1,6 млрд руб.	На территории, планируемую для дальнейшей рекультивации (площадка Мончегорск), завезены 7800 т органических удобрений.	2,5 млн руб.	Реконструкция двух автодорожных мостов в г. Норильске	63,3 млн руб.
					На территории Печенгского района завезены и высажены саженцы на сумму 1 млн рублей.	1 млн руб.	Оснащение учреждений профессионального образования учебным оборудованием общего и специального назначения	5,3 млн руб.
							Конкурс «Наше будущее – Наша ответственность»	34,3 млн руб.
							Поддержка ветеранов	25 млн руб.
							Благотворительная помощь образовательным и дошкольным учреждениям Норильска и Дудинки, поселкам Таймырского Долгано-Ненецкого муниципального района и отдельным учреждениям.	25 млн руб.
		291 млн руб.						23,5 млн руб.
	Итого:	5606,7 млн.руб.	Итого:	7362 млн.руб.	Итого:	21907,7 млн.руб.	Итого:	4711,4 млн.руб

ОАО «РЖД»	Организация обучения и проверка знаний требований по охране труда с учетом электробезопасности	145,8 млн руб	Система грантов и стипендий в целях стимулирования молодежи на выбор профессии железнодорожника	Более 245 млн. руб.	Работы по ликвидации загрязнений прошлых лет	112,2 млн руб.	Благотворительная деятельность	730 млн.руб
	Мероприятия по охране труда	16 млрд руб.	2347 работников получили ипотечные субсидируемые кредиты для приобретения жилья	4,3 млрд руб.	Проект «Внедрение ресурсосберегающих технологий на железнодорожном транспорте»	916,86 млн руб.	Благотворительная помощь своим работникам, ветеранам и членам их семей	342 млн.руб.
			Безвозмездные субсидии работникам отдельной категории	552,47 млн. руб.	Реализация природоохранных мероприятий	3,66 млрд руб.	Воссоздание Агатовых комнат в государственном музее-заповеднике «Царское село»	31,2 млн. руб
	Итого:	16145,8 млн.руб.	Итого:	5097,47 млн.руб	Итого:	7319,06 млн.руб.	Итого:	1143,4 млн.руб
	Охрана труда и здоровья персонала		Развитие и поддержка персонала		Природоохранная деятельность и ресурсосбережение		Благотворительность и меценатство	
Итого	22 907,2 млн.руб.		13 867,27 млн.руб.		43 966,36 млн.руб.		7 446,3 млн.руб.	40,2 млн.руб

Так что же способствует развитию корпоративной социальной ответственности в российском бизнесе: влияние государственных требований или бескорыстная забота об обществе? Каждая уважающая себя компания инвестирует немалые средства в благотворительность и охрану окружающей среды. Обязаны ли они это делать? Нет, не обязаны, никто не заставляет их тратить определенную сумму на развитие и поддержку тех или иных областей жизни. Но ввиду повышенной конкурентной среды, организации не могут не проявлять заботу об окружающей среде и обществе в целом. Имидж компании складывается из различных факторов, среди которых весомое значение имеют благотворительная помощь и забота об экологии. Не уделяя

этому внимание, организация не может быть признана социально ответственной, а значит, ей нет места среди самых престижных и уважаемых компаний. Так что же получается, организация заботится об экологии и обществе ради репутации?! Даже если так оно и есть, никто от этого не страдает. Дети получают места в садике, семьи обретают собственное жилье, подрастающее поколение культурно и физически развивается, восстанавливается и охраняется природа — что в этом плохого? Взамен компания повышает свой статус и становится более конкурентоспособной и уважаемой.

Список литературы:

1. Зарецкий А.Д., Иванова Т.Е. Корпоративная социальная ответственность: мировой и отечественный опыт: учебное пособие. — Изд. 2-е, перераб. И доп. — Краснодар: Просвещение-Юг, 2013. — 279 с.
2. Российский союз промышленников и предпринимателей — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.rspp.ru/simplepage/157> (дата обращения 03.12.2014).

ПРИМЕНЕНИЕ В РОССИЙСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ОРГАНИЗАЦИИ

Харисова Дарья Николаевна
студент Кубанского государственного университета,
РФ, г. Краснодар

Гаговская Марина Сергеевна
студент Кубанского государственного университета,
РФ, г. Краснодар

Сулягина Виктория Сергеевна
студент Кубанского государственного университета,
РФ, г. Краснодар

Для современного бизнеса в России весьма актуально рассмотрение и изучение накопившегося опыта иностранных организаций по управлению персоналом, с точки зрения построения модели инновационного развития кадрового потенциала. Этот опыт позволит определить, что из этой деятельности возможно успешно применить в российских организациях с получением наибольшего положительного эффекта.

Как всем известно, наилучший опыт инновационного развития потенциала кадров накоплен в организациях Японии. Эта страна доминирует в производстве почти всех категорий массовых полупроводниковых микросхем, занимает лидирующие позиции в производстве легковых автомобилей, является самой конкурентоспособной страной в мире, и с этим сложно не согласиться. В Японии одна из наиболее эффективных в мире производительность труда. Передовой опыт Японии в инновационном развитии кадрового потенциала организаций используют и дочерние компании крупнейших японских организаций в других странах: страны Юго-Восточной Азии — Тайланд, Сингапур, Малайзия. Также бытует мнение о том, что экономический успех Китая, произошедший в последние годы, стал возможным благодаря использованию японского опыта.

Для России такой опыт также довольно интересен, хотя бы потому, что Япония — наш территориальный сосед и экономический партнер. Одним из главных моментов в оценке возможностей построения модели инновационного развития потенциала кадров в организациях Японии является то, что организации — в большей степени являются социальными, а не только хозяйствующими субъектами. В основе подхода к инновационному развитию кадрового потенциала в их организациях стоит прежде всего понимание того, что это область деятельности людей, в которой реализуются все намеченные цели создания материальных и духовных ценностей.

Престиж организации является более существенными, чем уровень прибыльности или цена акций, поскольку он обуславливает доступ организации к внешним финансовым источникам, возможностям привлечения человеческих ресурсов с большим потенциалом. А основными факторами, которые определяют престиж организации являются ее правовой статус, корпоративная философия, членство на бирже, доля рынка, находящаяся под контролем организации.

Таким образом, во главу инновационного развития кадрового потенциала становится именно положительный имидж организации, а не сиюминутная выгода. И по нашему мнению, в российских организациях приоритеты должны расставляться таким же образом. У нас же, к сожалению, многие предприниматели все еще продолжают думать в первую очередь о получении наибольшей чистой прибыли.

Правильное, четкое и обоснованное решение проблем инновационного развития кадрового потенциала требует профессионального владения основами менеджмента. В нашей стране «у руля» часто становятся менеджеры, не владеющие всеми основами управления кадрами. Помимо теоретических знаний и умений, менеджер должен уметь ориентироваться на практике.

Для инновационного развития кадрового потенциала в японских организациях, помимо совершенствования деятельности менеджеров, характерен учет структурно-функциональных и общественно-политических

аспектов. Первые аспекты определяют состав системы менеджмента в конкретном хозяйственном звене, порядок функционирования. Вторые подразумевают управление интересами общества, им в целом как во внутренних, так и во внешних отношениях. Это также представляется весьма актуальным для российского менеджмента. Поскольку многие российские организации, к сожалению, часто игнорируют системный подход к управленческой деятельности, при этом используются некоторые отдельные его принципы, что вряд ли может привести к долгосрочному развитию кадрового потенциала, что в свою очередь отразится и на конкурентоспособности организации. Следует отметить, что в России широкое распространение получил в свое время авторитарный стиль руководства трудовыми коллективами. Рыночная экономика же, к которой стала переходить наша страна, требовала коренного изменения в стиле управления, руководства при обеспечении инновационного развития кадрового потенциала организации. На принципах демократии стала строиться деятельность руководителей, менеджеров. Но переход от авторитаризма к демократии — очень сложный процесс, и нельзя в одночасье изменить стиль управления. Становится необходимым обучение и воспитание руководителей нового поколения, нового уровня.

Японский стиль инновационного развития кадрового потенциала организации базируется не на принуждении работников, а на убеждении. Система управления в Японии стремится отождествить работника с организацией, доводя его в некотором роде даже до жертвенности во имя интересов фирмы. Работники организаций редко пользуются выходным днем, выполняют сверхурочную работу без каких-либо недовольств, претензий, не используют полностью отпуск, боясь в противном случае показать нежелание работать на благо фирмы, недостаточную преданность. На практике в организациях России это сложно представить. Возможно, таков менталитет наших сотрудников, и его сложно как-либо исправить, но стараться и искать пути перемен стоит. Для этого, мы считаем, нужна хорошая корпоративная

культура в организации. Если работник будет ощущать заботу со стороны руководства о нем, чувствовать себя в комфортных условиях с работниками и руководителями, к тому же получать премии, компенсации, ему будет хотеться работать на благо организации, повышая эффективность ее деятельности, возможно порой жертвуя теми своими же выходными.

Важнейшая задача управленцев Японии — установить нормальные отношения с рабочими, установить идею того, что работники и менеджеры — одна семья. Руководитель не выделяет себя из числа подчиненных, он не руководит работой а способствует взаимодействию сотрудников, налаживает хорошие «семейные» отношения. Даже офисы в организациях оборудованы таким образом, что у руководителей нет отдельного кабинета, все трудятся в одном большом помещении. Мы считаем, что в организациях России следует уделить внимание тому. Что руководители должны не командовать работниками и давать только распоряжения, а вести их за собой, принимая активное участие в работе. Это опять говорит о том, что руководитель должен выбираться тщательным образом. Возможно проведение тренингов, семинаров с руководителями.

Очень важно рассматривать поведение японцев в группе. Достижения каждого отдельного работника оцениваются как достижения всей группы. Важными критериями оценки здесь считаются аккуратность, отношение к труду, пунктуальность, умение работать с коллегами.

Особенно интересно остановиться на изучении японского опыта инновационного развития кадрового потенциала организации, который касается мобилизации и использования человеческих ресурсов как одного из самых значимых ресурсов и факторов эффективного производства. Важной составной частью менеджмента Японии является система пожизненного найма и трудового стажа, которые оказывают непосредственное влияние на максимальную мобилизацию человеческого ресурса. Сюда также можно отнести производственное обучение внутри фирмы, порядок ротации, внутрифирменное социальное обеспечение, кружки контроля качества.

Можно выделить некоторые общие критерии, которые характеризуют процессы инновационного развития кадрового потенциала:

- качество планирования;
- качество работы руководителей с кадрами;
- качество учета и отчетности;
- качество организации управленческой деятельности руководителей;
- качество контроля.

Следует отметить, что в японских организациях на данный момент обычно выделяют два уровня формирования и реализации модели инновационного развития кадрового потенциала — уровень организации и индивидуальный уровень.

Оценка инновационного развития кадрового потенциала в российских организациях позволяет сделать вывод о том, что стратегии и программы по инновационному развитию направлены на работника без учета его личностных характеристик, при использовании его потенциала в большей степени в рамках экономической системы. На практике деятельность организаций свидетельствует о сильной зависимости между решениями по стратегической деятельности и процессами инновационного развития кадрового потенциала, которые в свою очередь способствуют достижению основных глобальных целей организации. Таким образом, проанализировав зарубежный опыт, можно сделать вывод о том, что рациональное использование кадровых ресурсов и инновационное развитие кадрового потенциала крепко увязаны с необходимостью формировать новые подходы к управлению персоналом, разработкой новых технологий и методов его совершенствования.

Список литературы:

1. MIUKI MIKADO Виртуальная Япония — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://miuki.info/2012/12/osobennosti-i-osnovnye-cherty-yaponskogo-menedzhmenta/>.
2. Журнал «Известия Иркутской государственной экономической академии» автор статьи ВОТЯКОВА И.В. — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://cyberleninka.ru/>.

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

Хлюпова Анастасия Алексеевна

*студент Московского государственного университета экономики,
статистики и информатики,
РФ, г. Москва*

Епифанова Анна Дмитриевна

*студент Московского государственного университета экономики,
статистики и информатики,
РФ, г. Москва*

Колчин Сергей Павлович

*научный руководитель, проф. Московского государственного университета
экономики, статистики и информатики,
РФ, г. Москва*

Малый бизнес является неотъемлемым звеном высокоразвитой экономики любой страны. Малый бизнес берет на себя ряд функций, которые позволяют экономике совершенствоваться. Во-первых, он предоставляет большое количество рабочих мест, в то время как крупные предприятия активно проводят механизацию производства и, наоборот, только лишь сокращают штат сотрудников. Во-вторых, мгновенно реагирует на изменения внешней среды, в том числе спроса. Кроме того, внедрение инноваций обычно осуществляется в малом бизнесе. Это связано с тем, что маленькие предприятия не обладают большим объемом технического оборудования, и поэтому требуется меньше времени и средств на совершение изменений в производстве, нежели большим предприятиям.

Во множестве развитых стран, например, в Японии, США, Германии малые предприятия составляют большую долю от числа всех предприятий, и на них производится более половины всей выпускаемой в стране продукции. В России малый бизнес находится на стадии развития. Слабым местом является его неравномерное распределение по отраслям и территориям.

В настоящее время принимается большое количество законов, указов, способствующих поддержке малого предпринимательства, однако все равно остается ряд проблем, мешающих его развитию, в том числе трудности

получения кредита и высокие ставки процента, недостатки производственных помещений, инфляция, несовершенства банковской системы и многие другие. Но главной проблемой является высокое налоговое бремя. Рассмотрим подробнее недостатки налогообложения субъектов малого бизнеса.

На сегодняшний день во всем мире наблюдается тенденция к упрощению системы уплаты налогов, в то время как в России налоговая система имеет очень сложную структуру. Пункт 6 статьи 3 Налогового кодекса РФ гласит, что «акты законодательства о налогах и сборах должны быть сформулированы таким образом, чтобы каждый точно знал, какие налоги (сборы), когда и в каком порядке он должен платить». Однако на практике это правило фактически не осуществляется. Структура налогов включает в себя различные отчисления, сборы и акцизы, которые, по сути, сложно отличить друг от друга. По этой причине бухгалтерия предприятия часто допускает ошибки при расчете налоговой суммы, в результате чего организации приходится платить пени за неуплату налогов в срок. Кроме того, в законах, устанавливающих ставки налогов, и доходы, из которых они отчисляются, обязательные к уплате элементы указаны неточно. Так, налоговая система кажется специально более усложненной, а вопрос ее социальной ориентации вызывает большие сомнения.

Помимо сложности нормативных документов, можно упомянуть и о нестабильности законодательной базы. Разумеется, тот факт, что правительство пытается улучшить ситуацию, внося поправки, изменения, новые положения является положительным моментом. Однако, инструкции, поясняющие законы публикуются несвоевременно, что создает сложности, как для предприятий, так и непосредственно для налоговых служб.

Многие начинающие небольшие фирмы разоряются в связи с тем, что не могут вовремя уплатить все налоги. Ставки налогов очень высоки, особенно ставка налога на прибыль. Поэтому после уплаты всех обязательных налогов начинающие предприятия не имеют необходимого количества денежных средств на поддержание и развитие своего дела, и оно терпит крах. В данном случае, государство преследует, в первую очередь, интересы

максимального пополнения казны, не учитывая индивидуальные возможности малых предприятий. В итоге, у владельцев малого бизнеса нет иного выхода, кроме как искать легальные пути уклонения от налогов путем отнесения доходов к категориям, к которым применяются более низкие ставки. Например, в настоящее время отнести деньги к категории оплаты труда гораздо выгоднее, чем уплачивать налог на прибыль. В том случае, если бы уровень налоговых ставок был ниже, то у предприятий не было бы необходимости искать так называемые обходные пути. Как результат — увеличение потока налоговых поступлений благодаря снижению числа уклонявшихся от налогообложения. Другими словами, снижение некоторых ставок налога положительно сказалось бы как для малого бизнеса, так и для государства.

Еще одной проблемой развития малого бизнеса является сложность налоговой отчетности предпринимателей. На сегодняшний день уплата налогов требует от владельцев своего дела высоких профессиональных навыков по ведению бухгалтерского учета и налоговой отчетности. Отсутствие необходимых знаний у начинающих предпринимателей, а также запутанность законодательства в отношении этих вопросов являются существенными финансовыми проблемами. В данном случае владелец малого бизнеса терпит большие расходы: либо на оплату штрафных санкций, либо на найм квалифицированных специалистов по ведению бухгалтерского учета, стоимость которых, стоит заметить, с каждым годом значительно возрастает.

Описанные проблемы могут, в конечном счете, привести к снижению официально зарегистрированных предприятий, относящихся к сектору малого бизнеса. Разумеется, государство от этого не только не будет иметь никакой выгоды, но и потерпит большие убытки, поскольку уровень налоговых поступлений от малых и средних предприятий имеет значительный вес в государственной казне. Поэтому одной из важнейших задач государства является улучшение системы налогообложения с учетом существующих условий, которая будет создавать предпосылки для развития малого предпринимательства. Причем важно, чтобы совершенствование налогообложения было

основано на оптимальном сочетании интересов государства и субъектов малого бизнеса. Только так внесенные изменения будут эффективными, смогут способствовать развитию и росту предпринимательства, а также усиливать его социальную значимость.

В соответствии с этим, необходимо выделить ключевые аспекты совершенствования налогообложения субъектов малого бизнеса:

1. Формирование благоприятных условий для субъектов малого предпринимательства является одним из приоритетных направлений деятельности нашего государства в налоговой сфере. Для того чтобы налоговое бремя было посильным для начинающих предпринимателей, необходима однозначность, стабильность, прозрачность системы налогообложения и ее элементов.

2. Кроме того, необходимо установить жесткий оперативный контроль над соблюдением налогового законодательства, пресечением «теневых» экономических операций, стоящих на пути к созданию благополучного предпринимательского климата. Важно, чтобы в нашем государстве предприниматели стремились вести свой бизнес в рыночной экономике легальными, законными методами. Таким образом, следует увеличить ответственность юридических и физических лиц за попытки уклонения от налогов.

3. Совершенствование налогового законодательства с целью устранения нормативно-правовых, административных и организационных барьеров также является одним из основных направлений преобразования налогообложения субъектов малого бизнеса. Если нормы и правила, регламентирующие деятельность налоговой администрации и налогоплательщиков, будут выражены в более доступной и упрощенной форме, то восприниматься пользователями они будут значительно легче, а, значит, и соблюдать их станет намного проще.

4. Также немаловажное значение для формирования эффективного налогового законодательства оказывают расширение базы налогообложения,

пересмотр налоговых льгот в части уплаты страховых взносов в Пенсионный фонд и Фонд социального страхования, снижение налоговых ставок, обеспечение нейтральности налогов по отношению к некоторым категориям налогоплательщиков.

Отлаженная и последовательная работа в указанных направлениях позволит осуществить качественные и результативные преобразования предпринимательской среды и повысить эффективность функционирования предприятий малого бизнеса.

Подводя итог, следует выделить основные критерии, которым должна соответствовать система налоговых преобразований в отношении субъектов малого бизнеса:

- прозрачность, подразумевающая отсутствие скрытых, неявных процессов и явлений;
- непротиворечивость, означающая, что при решении существующих проблем исключается появление новых глубинных противоречий;
- завершенность преобразований, что значит возвращение системы отношений между государством и налогоплательщиком из зоны распада в зону безопасности.

Таким образом, совершенно очевидно, что без дальнейших преобразований в системе налогообложения субъектов малого бизнеса не обойтись. Удобство, грамотность и простота уплаты налога являются ключевым моментом не только в выполнении государством в полном объеме своей фискальной функции, но и в повышении мотивации к развитию малого бизнеса, без которого невозможно повышение конкурентоспособности страны в целом.

Список литературы:

1. Налоговый кодекс РФ.

ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ ПРОГРЕССИВНОЙ ШКАЛЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ В МИРЕ И ЕЁ ПЕРСПЕКТИВЫ В РОССИИ

Шеренков Артём Игоревич

*студент Московского государственного университета экономики,
статистики и информатики,
РФ, г. Москва*

Зазнобина Анастасия Михайловна

*студент Московского государственного университета экономики,
статистики и информатики,
РФ, г. Москва*

Колчин Сергей Павлович

*научный руководитель, проф., кафедра Финансов и налогообложения,
Московского государственного университета экономики,
статистики и информатики,
РФ, г. Москва*

В теории налогообложения считается общепринятым, что прогрессивное налогообложение — это система взимания налоговых платежей, в рамках которого ставка налогообложения увеличивается с увеличением объекта налогообложения.

В настоящее время система прогрессивного налогообложения считается самой социально справедливой системой и используется практически во всех развитых странах мира. По поводу степени возрастания налоговой ставки и ее максимального значения ведется множество дискуссий. Идея наличия прогрессивной шкалы налогообложения доходов с физических лиц не подвергается сомнению ни одной из развитых и динамично развивающихся стран современного мира.

Например, в Великобритании на сегодняшний день установлена прогрессивная шкала в отношении трех видов доходов: дивидендный доход, доход от накоплений и сбережений и прочие доходы, куда входят все доходы, не вошедшие в первые две категории, в том числе и заработная плата.

Во Франции налоги так же уплачиваются по прогрессивной шкале, которая выстроена с учетом социальных и экономических факторов внутри страны.

Ставки налогов возрастают с ростом доходов граждан и варьируются в диапазоне от 0 % до 58 %, при этом налоговая шкала с учетом инфляционных процессов уточняется каждый год.

В КНР прогрессивная шкала налогообложения состоит из 9 ступеней НДФЛ. Для сумм, не превышающих 500 юаней, применима ставка в 5 %, для дохода до 2000 юаней — 10, до 5000 юаней — 15, до 20000 юаней — 20, до 40000 юаней — 25, до 60000 — 30, до 80000 юаней — 35, до 100000 юаней — 40, свыше этой суммы — 45 %.

В Белоруссии НДФЛ взимается по прогрессивной шестиступенчатой шкале в 9, 15, 20, 25 и 30 %, которая зависит от объема дохода. Авторские вознаграждения, выплачиваемые наследникам авторов, облагаются по ставке 40 %.

Трехуровневая система налогообложения сложилась и действует, по сей день, в Швейцарии. Налоги взимаются конфедеративным правительством, кантонами и муниципалитетами. Объектом обложения являются: бытовые услуги, пенсии, надбавки за выслугу лет, вознаграждения, призы. Максимальная величина ставки взимаемая НДФЛ составляет 11,5 %, и она является прогрессивной.

Кроме того, идея о прогрессивной шкале налогообложения отражена в конституциях многих стран. К примеру, в ст. 53 Конституции Итальянской Республики установлено, что «налоговая система строится на началах прогрессивности». В Конституции Лихтенштейна в этой связи говорится, что государство предусматривает справедливое налогообложение, освобождая от обложения минимум, необходимый для существования, и облагая наиболее высокими ставками крупные имущества и доходы.

Основная ставка подоходного налога в Российской Федерации до 2000 г. включительно была прогрессивной, её размер зависел от размера совокупного дохода. С 2001 г. Россия — первая из стран СНГ перешла на плоскую шкалу налогообложения. Вслед за Россией на нее перешли: Украина, Грузия, Казахстан, Киргизия, Белоруссия, а также Болгария, Румыния, Словакия,

Черногория. Необходимо так же отметить, что в странах с недостаточно развитой экономикой и слабым администрированием налогов так же введена плоская шкала налогообложения.

Причиной, по которой Россия решилась на переход к плоской шкале налогообложения стала необходимость увеличением объема налоговых поступлений в бюджет государства, а также легализации доходов граждан страны. На росте бюджетных доходов страны введение плоской шкалы налогообложения практически не отразилось, однако возросла пропасть между богатыми и бедными. На сегодняшний день, можно с уверенностью констатировать тот факт, что Россия по уровню дифференциации доходов находится в зоне риска. Произошло не просто увеличение дифференциации сверхдоходов, а имеет место мощная, противоестественная ротация социально-профессионального состава населения по критерию дохода на душу населения. В 2008 г. разница в доходах была выше, чем например, в США, и превысила предельный децильный коэффициент 7—8 кратного разрыва уровней в обеспеченности дохода в 2 раза. По мнению социологов, данная ситуация сдерживая экономический рост и препятствуя устойчивому преодолению современного экономического кризиса крайне негативно скажется на инвестиционной активности, а так же она чревата опасностью деградации общества.

При действующей системе налогообложения доходов физических лиц бремя неизбежных платежей для наименее и наиболее обеспеченных слоев населения существенно отличается. Если же сравнить налогоплательщиков с их ежемесячными доходами 5, 30, 60, 100 тыс. руб., то при соотношении доходов 1:6:12:20 соотношение средств, остающихся у них после совершения неизбежных платежей (в свободном распоряжении) составляет соответственно 1:20:42:72, а бремя неизбежных платежей самого бедного (доход — 5 тыс. руб. в месяц, бремя — 76,6 %) из приведенной выборки больше чем самого богатого (доход — 100 тыс. руб. в месяц, бремя — 16,2 %) в 4,7 раза.

Социальная дифференциация населения увеличивается с каждым годом, и в последние годы достигла катастрофических размеров: коэффициент отношения денежных доходов 10 % самых богатых граждан России к доходам 10 % самых бедных граждан составил 15,8 в 2010 г. По количеству долларовых миллиардеров в Европе Россия уверенно лидирует, при этом треть населения живет за чертой бедности. По данным Росстата мы видим, что в январе — сентябре 2013 года на долю 10 % самых богатых россиян приходилось 30,5 % от общего объема денежных доходов населения, а на долю 10 % самых бедных — лишь 1,9 %.

Вопрос об установлении в России прогрессивной шкалы ставок НДФЛ стал весьма актуален среди политических, экономических и социальных дискуссий с того момента, как в 2001 г. вступила в силу гл. 23 НК РФ, в которой была установлена плоская ставка налога.

В 2004 г. входившие в состав Национального Экономического совета известные российские ученые и экономисты, обсуждали идею перехода России с плоской системы налогообложения на дифференцированную.

В 2005 г. аудитор Счетной палаты РФ известный налоговед В.Г. Пансков продолжил данную дискуссию и назвал плоскую шкалу подоходного налога — социально несправедливой. По его мнению, введение плоской шкалы налогообложения не помогло вывести «из тени» доходы российских граждан.

В 2006 г. Министр финансов РФ И. А. Кудрин так же выразил свое мнение, сказав, что в перспективе он считает возможным переход к прогрессивной ставке НДФЛ.

В своем выступлении в Государственной Думой РФ в апреле 2009 г., Председатель Правительства РФ В.В. Путин среди множества вопросов, особое внимание уделил проблеме перехода к прогрессивной шкале НДФЛ.

Цель прогрессивной шкалы налогообложения — перераспределение налогового бремени сторону богатых. К факторам влияющим на это относят:

- во-первых, доходы россиян сейчас облагаются далеко неравномерно, данный механизм налогообложения может существенным образом сгладить, столь явную социальную дифференциацию.

- во-вторых, отмена предельного порога даст возможность обеспечить дополнительные поступления соц. взносов и снизить налоговую нагрузку на бизнес, особенно наиболее сильно пострадавший от резкого повышения ставок страховых взносов с 1 января 2011 года, малый и средний бизнес;

- в-третьих, введение прогрессивной шкалы налогообложения снизит социальную напряженность.

Как показывает опыт многих стран, прогрессивная шкала НДФЛ позволяет изымать сверхдоходы и возвращать эти средства в оборот посредством создания новых рабочих мест.

Однако в прогрессивной шкале налогообложения можно выделить и ряд недостатков:

1. При введении прогрессивной шкалы налогообложения может возрасти доля так называемой «теневого экономики».

2. Введение прогрессивной шкалы налогообложения может негативно сказаться на собираемости налогов. На сегодняшний день в России для многих предпринимателей сложились сложные экономические условия, и рост налоговых ставок заставит предпринимателей экономить, в первую очередь на зарплатных проектах.

3. В условиях, когда лица с доходами, в миллиарды, не могут себя заставить платить более или менее адекватные налоги, вопрос сбора платежей и дефицита бюджета будут решаться за счет рядовых граждан, для которых 40 % НДФЛ не будет считаться большой суммой. И при известном стечении обстоятельств, в конечном счете, ситуация в России может походить на ситуацию в США, где плательщики до середины июня работают на подоходный налог, а все оставшееся время на страховые взносы, НДС, акцизы и прочие косвенные поборы.

4. Прогрессивная шкала налогообложения ударит в первую очередь по среднему классу населения России, а именно по высококлассным специалистам, малому и среднему бизнесу.

5. Снизится мотивация и, соответственно, производительность труда. Человек который вложил немалые деньги и старание в собственное обучение и личностное развитие, став высококлассным и высокооплачиваемым специалистом будет недоволен тем, что люди, которые не особо задумывались над собственным развитием и теперь получают меньше, платят налогов в % — ом соотношении меньше, чем он.

6. Применение прогрессивной шкалы налогообложения доходов физических лиц приведет к увеличению нагрузки на налоговые органы и как следствие потребует совершенствования налогового администрирования.

В отечественных СМИ можно выделить три основные версии того, как может сказаться на российской экономике введение прогрессивной шкалы налогообложения:

1. Первая версия: введение прогрессивной шкалы налогообложения отбросит экономику России назад. Сторонники данной версии утверждают, что переход России к плоской шкале подоходного налога был оправданным и эффективным, а возврат к прежней, дифференцированной системе может вернуть страну на семь лет назад.

2. Вторая версия: введение прогрессивной шкалы налогообложения приведёт к позитивной динамике. Данная версия основывается на опыте западных стран, где прогрессивная шкала налогообложения проявила себя как довольно таки эффективное средство выравнивания социального неравенства.

3. Третья версия: введение прогрессивной шкалы налогообложения сильно не отразится на экономике страны. По мнению ряда экспертов, никаких существенных изменений в российской экономике в связи с принятием прогрессивной шкалы не отразится.

Список литературы:

1. Алексеенко М.М. Подходный налоги условия его применения. — М., 1885.
2. Смит А. Исследование о причинах богатства народов. — М.: Издательство социальной политической литературы, 1962.
3. Лорина А. — Финансовая политика как результат и орудие интересов владельческих классов.
4. Филлипова Н.А., Морозова Г.В., Семенова Н.Н. и др. Налогообложение физических лиц: Издательство Мордовского университета, 2007.
5. Налоговые реформы: Теория и практика: монография / Под ред. И.А. Майбурова, Ю.Б. Иванова. — М.:ЮНИТА _ ДАНА, 2010.

ВНЕШНЕТОРГОВЫЙ ОБОРОТ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА В РОССИИ

Каляткина Дарья Алексеевна

*студент Астраханского Государственного Технического университета,
РФ, г. Астрахань*

Шерстнева Юлия Сергеевна

*студент Астраханского Государственного Технического университета,
РФ, г. Астрахань*

Федорова Людмила Ивановна

*научный руководитель, доц. Астраханского Государственного Технического
университета,
РФ, г. Астрахань*

В условиях нового этапа научно-технической революции и углубления интеграции хозяйственной жизни роль внешнеэкономического фактора постоянно возрастает. В связи с изменением геополитической обстановки тема сокращения импорта становится на сегодняшний день актуальной. Мировое экономическое пространство в настоящее время все больше и больше представляет собой единое инвестиционное, производственное, торговое поле, а не сеть национальных экономик, связанных между собой торговыми и инвестиционными потоками.

Внеэкономическая деятельность подразумевает экспортные и импортные операции, что регламентируется нормативно-правовыми документами, среди которых можно отметить как обязательные к исполнению, так и носящие обязательный характер.

В ответ на направленные санкции, введенные Евросоюзом и Америкой, против российских юридических и физических лиц в 2014 году правительством РФ запрещен ввоз в Россию отдельных видов сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия из этих стран.

В сложившейся обстановке произошедшие изменения отразились на внешнеэкономической деятельности стран. Введение запретов отрицательно повлияло на экономику как России, так и зарубежных товаропроизводителей,

что подтверждается многими экспертами. Специалисты выражают мнение о том, что данную ситуацию можно оценивать как с положительной, так и с отрицательной точки зрения.

По мнению зарубежных аналитиков, введение запрета на экспорт в Россию продовольственных товаров станет серьезной проблемой, прежде всего, для Евросоюза. Самые значительные потери понесут Финляндия, Норвегия и Литва.

От российских санкций серьезно пострадают норвежские поставщики лосося и литовские производители молочной продукции. «Наиболее уязвимой к введенным РФ мерам является Литва, российский запрет на поставку продовольствия уменьшит объемы ее экспорта на величину, эквивалентную 2,5 % ВВП», — отмечают эксперты “Capital Economics Ltd”.

В последнее десятилетие продажи французского продовольствия в России росли на 10 % в год. Однако, Ксавье Белен, глава Национальной федерации профсоюзов аграрных производителей Франции выражает мнение о снижении прибыли из-за введения российских санкций у французских фермеров.

Введенное эмбарго, позволило России расширить перспективы для сотрудничества с поставщиками из других стран, которые раньше не присутствовали на российском рынке. Это создает здоровую конкуренцию и предотвращает появление альянсов, что позволяет учитывать интересы потребителей.

Проанализировав мнения экспертов, были сформулированы возможные проблемы и их последствия, которые могут возникнуть в России. Среди них, по нашему мнению, можно выделить:

- сокращение ассортимента продукции, соответственно, рост цен на дефицитные товары. В большей степени пострадает розничная торговля. Количество целых групп товаров станет уменьшаться на прилавках крупных сетевых магазинов. В числе дефицитных продуктов окажутся овощи и фрукты, молочная продукция, например, сметана, сливочное масло, сыры. К примеру, в сети магазинов «Пятерочка» невозможно будет найти литовские, итальянские

и голландские сыры. Изменения коснутся и цен. Компания X5 Retail Group (владельцы сетей «Пятерочка», «Перекресток» и «Карусель») уведомила Минпромторг о повышении цен, на закупленные до введения эмбарго, креветки и красную рыбу из Норвегии более чем на 20 %;

- банкротство предприятий из-за невозможности ведения полноценной деятельности. Многие организации пострадали из-за необходимости расторжения договоров-поставок с иностранными партнерами. Известным примером является ОАО «Мурманский рыбокомбинат». Одно из крупнейших предприятий по переработке рыбы остановило свою работу по причине отсутствия сырья — поставки живой рыбы с норвежских судов остановлены из-за введения санкций. Вся деятельность рыбокомбината была основана на переработке импортной продукции и не осуществляла самостоятельный промысел рыбы в России. Считаем, что в данной ситуации эмбарго нарушает права и законные интересы компании в сфере предпринимательской деятельности и создает препятствия для ведения бизнеса. В то же время живорыбный промысел в России практически не ведется из-за технической отсталости отечественного рыболовецкого флота;

- возможность роста цен на новые товары будет незначителен, но пострадает качество изделий. В связи с возникающим дефицитом продуктов, целесообразно, искать новых поставщиков и заключать договоры. Согласно заявлению чиновников, перед российскими производителями открыты широкие возможности по наращиванию объемов производства в условиях отсутствия конкуренции со стороны импорта. Одновременно к росту поставок продуктов питания активно готовятся Турция, Китай, Белоруссия, Казахстан, Аргентина и Чили. Проанализировав данные Росстата о поставках зарубежных товаров и прогнозы предстоящих закупок у новых стран-поставщиков, были составлены диаграммы. На рисунке 2 показаны возможные изменения объемов поставок странами-экспортерами до и после введения запретов.

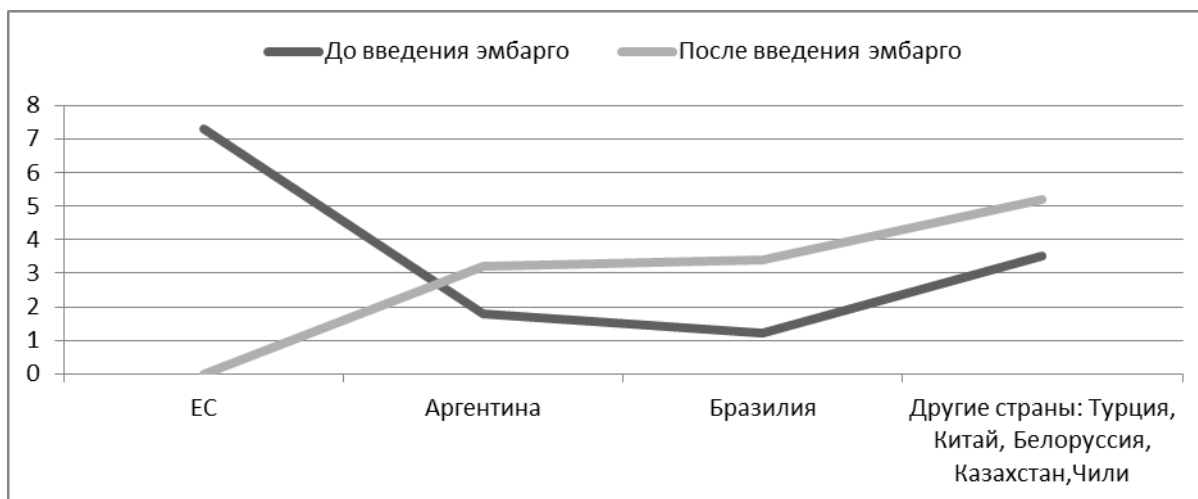


Рисунок 2. Изменения импорта до и после введения эмбарго — изменение качества продукции

Объемы поставок мяса птицы Аргентина готова предложить от 200 тысяч тонн. В этом случае качество продукции может значительно уступать качеству европейских и американских производителей. Увеличение поставок fresh-продуктов из Турции и Китая ведет за собой рост доли низкокачественного импорта с нарушениями фито-санитарных норм на российских прилавках.

Помимо этого, по оценке ряда экспертов, Белоруссия и Казахстан смогут увеличить экспорт в Россию собственного сырья, заменив его для внутренних рынков западным, и наладить максимально дешевую переработку сырья из ЕС по «серым» схемам. «Серые» схемы, появившиеся в результате ограничения ввоза продукции, могут способствовать расцвету теневой экономики — нелегальный ввоз продукции [1].

Одним из возможных путей решения проблем дефицита продуктов, импорта не соответствующих нормам и росту цен на конечную стоимость товаров является развитие собственной промышленности и сельского хозяйства.

По прогнозам аналитиков, в ближайший год Россия не сможет справиться с полным замещением импорта продуктов, в отношении которых введено эмбарго. Так, например, отечественные производители смогут увеличить объемы производства овощей не ранее конца лета — начала осени 2015 года. Объемы производства косточковых фруктов смогут быть увеличены не ранее

2018—2020 гг., яблок и груш — не ранее 2020—2023 гг. из-за длительного времени ожидания с момента посадки новых деревьев до получения первого урожая [5]. При этом самым острым остается вопрос огромного дефицита современных овоще- и фруктохранилищ, и внедрения соответствующих технологий, позволяющих сохранять урожай до следующего года.

Наиболее серьезные проблемы, по прогнозу Счетной палаты РФ, возникнут с некоторыми видами мяса и молочной продукции. В частности, в 2013 году оставались незагруженными 41 процент отечественных мощностей по производству цельномолочной продукции, при этом доля импорта молока достигала 60 процентов, говорится в отчете [4]. Круглогодичное производство свежих томатов, огурцов, баклажанов, перца и зелени в защищенном грунте для полного удовлетворения внутреннего спроса может быть налажено не ранее 2025—2030 гг., для чего необходимы значительные инвестиции со стороны частного бизнеса и работающие целевые программы поддержки со стороны государства.

По мнению авторов, возможными мероприятиями по стимулированию агропромышленного комплекса могут быть следующие:

- совершенствование системы кредитования аграрного сектора;
- осуществление государственных программ, направленных на поддержку и развитие с/х;
- привлечение молодых специалистов в отрасль;
- внедрение инновационных технологий;
- выделение дополнительных средств из государственного бюджета на развитие отраслей.

Внедрение подобных программ будут способствовать развитию сельского хозяйства. В дальнейшей перспективе Россия сможет заменить экспортные товары отечественными, что позволит предприятиям сократить транспортные издержки, уменьшить время доставки товаров, приведет к отсутствию таможенных пошлин и затрат на конвертацию валюты. Соответственно, себестоимость товаров уменьшится, сократятся отпускные цены или останутся

на прежнем уровне, что положительно скажется на индексе потребительских цен.

Подводя итог, авторы пришли к заключению, что введение эмбарго в дальнейшем окажет положительное влияние на развитие предприятий нашей страны в целом. Однако, следует обратить внимание производителей на изыскание возможности реализации своей продукции. Постоянная поддержка со стороны государства агропромышленного комплекса поможет не допустить их вытеснение с рынка в случае отмены эмбарго.

Список литературы:

1. <https://ru.wikipedia.org> — Российское продовольственное эмбарго.
2. <http://www.fruitnews.ru/> — Эмбарго на импорт: перспективы и последствия.
3. <http://er.ru/> — Эмбарго на поставки продуктов с Запада перетряхнет рынок — Медведев.
4. <http://finance.bigmir.net/> — Россия не сможет заместить попавшие под эмбарго продукты — Счетная палата.
5. <http://www.rg.ru/> — Российская газета.

МАТЕМАТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ В ПСИХОЛОГИИ И ПЕДАГОГИКЕ, МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ В ПЕДАГОГИКЕ

Шуленина Дарья Ильинична

*студент Московского государственного университета экономики,
статистики и информатики,
РФ, г. Москва*

Тужик Анна Михайловна

*студент Московского государственного университета экономики,
статистики и информатики,
РФ, г. Москва*

Турундаевский Виктор Борисович

*научный руководитель, проф., кафедра Прикладной математики, доц.
Московского государственного университета экономики,
статистики и информатики,
РФ, г. Москва*

Математическое моделирование в психологии.

Следует начать с того, что моделирование в психологии представляет собой применение метода *моделирования* в исследованиях, которые должны быть посвящены такой науке, как психология. Его развитие в данный момент происходит в двух направлениях:

1. Моделирование психики, то есть знаковая, или техническая, имитация механизмов, процессов и результатов психической;
2. Организация, воспроизведение, какого либо вида человеческой деятельности через искусственное конструирование среды той же деятельности называют *психологическим моделированием*.

Моделирование психики представляет собой метод исследования психических состояний, свойств и процессов, который заключается в построении *моделей* психических явлений, в изучении функционирования этих же моделей и использовании полученных в итоге результатов для предсказания и объяснения эмпирических фактов. По полноте отражения объекта образуются определенные классы и подклассы моделей психики:

- **Знаковые модели** (образные, вербальные, математические);

- **Программные модели** (жестко алгоритмические, эвристические, блок-схемные);
- **Вещественные модели** (бионические).

Проблема моделирования психики тесно взаимосвязано с темой *искусственного интеллекта* и сложных управляющих информационных и вычислительных машин. Труды, связанные с моделированием психики происходят помимо психологии и в других всевозможных областях. Например, *бионике*, кибернетике, вычислительной технике, информатике, *синергетике*.

Психологическое моделирование представляет собой создание формальной модели психического или социально-психологического процесса, то есть формализованной абстракции нашего процесса, которая воспроизводит его ключевые моменты с целью его экспериментального изучения либо с целью экстраполяции сведений о нём на то, что считается частными случаями нашего процесса.

В начале двадцатого века в психологии часто применялись модели «гидравлического типа», которые были основаны на принципе компенсации, т. е. в одном месте что-то убавлялось, в другом, следовательно, это что-то прибавлялось. Схожие по структуре модели используются, и по сей день в популярной психологии (модель трёх состояний Эго, которую предложил Э. Бернер).

В каждом человеке психологи могут выделить три эго-состояния:

- **Эго-состояние Родителя** представляет собой манеры, привычки и поведение, которые были заимствованы первым делом, конечно же, от наших родителей. Поверхностно они часто выражаются в предвзятости, чересчур, критическом и заботливом поведении по отношению к другим людям. В глубине они переживаются как старые родительские напутствия, которые продолжают до сих пор влиять на внутреннего Ребёнка, живущего внутри каждого из нас. Иными словами мы стараемся подражать своим родителям.

- **Эго-состояние Взрослого**, по сути, не зависит от возраста человека. Данное состояние направлено на восприятие текущей реальности

и на получение объективной информации об окружающем мире. Оно хорошо организовано, отлично сааптировано, весьма уместно и действует, при всем этом, познавая реальность, изучая свои возможности и спокойно все рассчитывая.

- **Эго-состояние Ребёнка** содержит все склонения, которые возникают у ребёнка естественным путем. Мы реагируем на все происходящее с нами так, как бы мы отреагировали на ту же самую ситуацию, но только в детстве.

Моделирование как метод применяется только в том случае, когда исследование нашего явления, которое нас так интересует, методом обычного наблюдения, опроса, либо эксперимента по какой-либо причине запутанно или же невозможно априори. В данном случае на помощь приходит создание искусственной модели феномена, который мы изучаем.

Модели группируют на технические, логические, математические, кибернетические.

- Математическая модель представляет собой выражение или формулу, которая включает в себя сами переменные и отношения между ними.

- Техническое моделирование представляет собой создание прибора или же устройства, которое должно быть подобием того, что мы изучаем.

- Кибернетическое моделирование представляет собой использование терминов из информатики и кибернетики для элементов нашей модели.

- Логическое моделирование представляет собой применение идей и символов из математической логики.

Наиболее известными примерами математического моделирования в психологии являются законы Бугера—Вебера, Вебера—Фехнера и Стивенса.

Закон Бугера-Вебера.

Один из основных законов психофизики представляет собой установленную для случая различения одномерных раздражителей сенсорных прямо пропорциональную зависимость порога дифференциального от величины раздражителя I , к коей адаптирована данная система сенсорная: $\Delta I = K \cdot I$ (const). Данный коэффициент отношения Вебера для каждого

из раздражителей свой: 0.003 — для высоты всех звука; 0.02 — для видимой яркости; 0.09 — для громкости различных звуков. Он закрепляет величину, на которую нужно увеличить либо уменьшить наш раздражитель, дабы получилось чуть ощущаемое изменение ощущения. Данный феномен был установлен в восемнадцатом веке французским ученым П. Бугером и более углубленно рассмотрен немецким физиологом Э.Г. Вебером. Спустя какой-то промежуток времени было установлено, что изучаемый ими закон не универсален, но справедлив лишь для средней части диапазона восприятия системы сенсорной, где чувствительность дифференциальная имеет максимальное значение. За пределами этой части диапазона порог дифференциальный возрастает, особенно в диапазонах абсолютных нижнего и верхнего порогов. В итоге, дальнейшим развитием и отчасти интерпретацией закона Бугера-Вебера стал закон Вебера-Фехнера.

Из этого закона следует то, что, чуть видимое изменение ощущения при изменении интенсивности раздражителя возникает при увеличении первоначального раздражителя на некоторую постоянную его величину. Возьмем во внимание способность человека к распознаванию теней на экране, который в то же время бы освещался другим каким-либо источником света. Бугер доказал, что минимальный прирост освещения предмета (дельта I), который необходим для того, чтобы вызвать ощущение едва заметного различия в тени от освещенного экрана, зависит от уровня освещенности экрана I, но отношение (дельта I/I) — величина постоянная.

Закон Вебера-Фехнера.

Благодаря огромному количеству экспериментов, которые начались осуществляться еще с тысяча восемьсот тридцать четвертого года, Вебер показал, что новый раздражитель, чтобы отличаться по ощущениям от предыдущего, должен отличаться от исходного раздражителя на определенную величину, которая, в свою очередь, должна быть пропорциональна исходному раздражителю. Для восприятия разницы в весе, данных два предмета должны различаться на $1/30$, а не на x грамм. Для различения двух

источников света по яркости необходимо, чтобы их яркость отличалась на $1/100$, а не на x люмен.

Благодаря всем этим наблюдениям Г. Фехнер в тысяча восемьсот шестидесятом году выразил «основной психофизический закон», согласно которому сила ощущения p должна быть пропорциональна логарифму интенсивности раздражителя S :

$$p = k \ln S/S_0,$$

где: S — значение интенсивности раздражителя. S_0 — нижнее граничное значение интенсивности раздражителя: если $S < S_0$, то следует вывод о том, что раздражитель совсем не ощущается. k — константа, которая зависит от субъекта ощущения.

Возьмем, к примеру, люстру с восьмью лампочками. Она кажется нам гораздо ярче люстры, у которой всего четыре лампочки. А люстра, у которой 4 лампочки кажется для нас гораздо более яркой, чем люстра, у которой две лампочки. Таким образом, количество лампочек должно увеличиваться в одинаковом соотношении, чтобы нам прирост яркости нашей люстры казался постоянным и наоборот. Но если же мы к люстре, у которой двенадцать лампочек добавим еще одну лампочку, то разницы в яркости мы почти не заметим. Другими словами отношение минимального приращения силы данного раздражителя, который впервые вызывает новые ощущения, к исходной величине раздражителя есть величина постоянная.

Закон СТИВЕНСА.

Представляет собой вариант основного психофизического закона, который предложен американским психологом Стэнли Стивенсом. Данный закон устанавливает степенную, а не логарифмическую зависимость между силой ощущения и интенсивностью раздражителей:

$$\Psi = k \times S^n, \text{ где}$$

- Ψ — субъективная величина ощущения;
- k — константа, которая зависит от единицы измерения;
- S — интенсивность стимула;
- n — показатель степени функции.

Показатель n степенной функции различен для ощущений разных модальностей; пределы его вариации: от 0,3 (для громкости звука) до 3,5 (для силы электрического удара).

Математические методы в педагогике.

Данные математические методы находят свое применение в:

- обработке данных, которые получены методами опроса и эксперимента
- для того, чтобы установить количественные зависимости между изучаемыми явлениями;
- помогают в оценке результатов эксперимента;
- способности повысить надежность выводов;
- дают основания для теоретических обобщений.

Математические методы педагогического исследования.

Суть математических методов основывается на том, чтобы описать некие педагогические явления при помощи количественных характеристик или, например, при использовании кибернетических моделей для того, чтобы определить оптимальные условия управления процессом обучения и воспитания. Это возможно при условии массовости, типичности.

Переход к логической (математической) части.

До недавнего времени педагогическая наука оставалась на качественном уровне, ведь в ней достаточно хорошо просматривается эмпирическая часть. Данная часть отражает очень богатый материал наблюдений и экспериментов; есть теоретические обобщения, которые завершают систематизацию материала. Но, к сожалению, наука может достигнуть совершенства только в том случае, если ей удастся пользоваться математикой. Педагогическая теория завоевывает

необходимую строгость и устойчивость, дополняя качественные представления о своем предмете формализованными обобщениями.

Существуют два способа, которые помогают классическому аппарату приспособиться для анализа педагогических явлений:

1. представление явления в упрощенном виде (доступно для анализа традиционными мат. методами);
2. разработка и применение новых способов формализованного описания.

Наиболее распространенные из математических методов, применяемых в педагогике:

- Метод регистрации.
- Метод ранжирования.
- Метод моделирования.
- Метод измерения (шкалирования).

Метод регистрации.

Данный метод подразумевает выявление определенного качества в явлениях данного класса и подсчет количества по наличию или отсутствию данного качества (к примеру, количество успевающих и неуспевающих учеников и т. п.).

Метод ранжирования.

Расположение собранных данных в определенной последовательности (убывания или нарастания зафиксированных показателей), определение места в этом ряду изучаемых объектов (к примеру, составление списка учеников в зависимости от числа пропущенных занятий и т. п.).

Метод моделирования.

Создание и исследование научных моделей. Она должна адекватно отражать предмет исследования (к примеру, моделирует оптимизацию структуры учебного процесса и т. д.).

Метод измерения (шкалирования).

Присвоение баллов или других цифровых показателей исследуемым характеристикам. Этим достигается большая определенность.

Существуют 4 основные градации измерительных шкал:

1. шкалы наименований (или номинальные).

Это самые «слабые» шкалы. Числа и другие обозначения в них используются чисто символически; представляют собой наименования какого-либо класса объектов. Главный вопрос, который раскрывает их математическую характеристику, заключается в том, принадлежит ли исследуемый объект к данному классу или нет (к примеру, классификации по различным признакам — список специальностей, перечисление причин неуспеваемости и т. д.).

2. шкалы порядка (ранговые).

Устанавливается порядок следования, отношения «больше» и «меньше», общая иерархия. Число, приписанное А, больше числа, приписанного Б — это означает, что в А содержится больше данного качества, чем в Б (например, «выше ростом», «больше пятерок» и т. д.).

3. интервальная шкала и 4. шкала отношений.

Данные шкалы являются «сильными», обладают всеми положительными качествами «слабых» шкал, но в то же время интервальная шкала предусматривает определенные расстояния между отдельными (двумя любыми) числами на шкале, а в шкале отношений определена еще и нулевая точка (точка отсчета).

Педагогические явления и процессы динамические, постоянно меняются.

Цель использования методов.

Целью использования методов является получение достоверных данных о педагогической реальности. Так же они должны соответствовать друг другу, то есть полученные данные в результате использования одного метода должны соответствовать полученными данными с помощью других.

Моделирование.

Моделирование — представляет собой метод создания и исследования моделей.

Главное преимущество моделирования заключается в целостности представления информации. Основой моделирования служит синтетический подход, то есть вычленяются целостные системы и исследуется их функционирование.

В основном ныне созданные педагогические модели можно отнести к дидактическим явлениям. Воспитательные процессы, на которые, прежде всего надо направить гносеологический луч моделирования, исследуются на моделях явно недостаточно. Главной причиной этого служит сложность, приложить которую к реальной практике будет невозможно.

Задачи моделирования.

- оптимизировать структуру учебного материала;
- усовершенствовать планирование учебного процесса;
- управлять познавательной деятельностью;
- управлять учебно-воспитательным процессом;
- диагностика, прогнозирование, проектирование обучения.

Цели моделирования.

1. Эвристическая — служит для того, чтобы классифицировать, обозначать, находить новые законы, строить новые теории и интерпретировать полученные данные;

2. Вычислительная — служит для того, чтобы решать вычислительные проблемы с помощью моделей;

3. Экспериментальная — служит для того, чтобы решать проблемы эмпирической проверки (верификации) гипотезы при помощи оперирования с теми или иными моделями.

Чтобы попусту не тратить времени и силы на исследование неверной модели, нужно сначала доказать справедливость модели, так как приходится прибегать к условным схемам, вводить очень много допущений, из-за чего появляются модели, которые не имеют ничего общего с моделируемой действительностью, искажают ее.

Вывод:

В математизации педагогики и психологии скрыт огромный гносеологический потенциал. Чтобы формализация была полностью успешна, то должны быть соблюдены следующие немало важные условия:

- ясная непротиворечивая гипотеза, которая основана на положениях, доказанных наукой;
- следующая за ней модель, которая включает необходимое число переменных;
- «проигрывание» этой модели, а далее заполнение ее экспериментальными фактами, отшлифованными объективной мерой.

Такая последовательность и составляет логическую цепочку диалектических переходов от явления к его математическому описанию.

Список литературы:

1. Зинченко В.П., Мещеряков Б.Г. Большой психологический словарь — 2008.
2. Подласый И.П. Педагогика: 100 вопросов — 100 ответов: учеб. пособие для вузов/ И.П. Подласый. — М.: // Педагогическая библиотека — 2004.
3. Реутова Л.П. Методология и методы педагогического исследования — 2006.

ДЛЯ ЗАМЕТОК

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

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

№ 12 (19)
Декабрь 2014 г.

В авторской редакции

Издательство «МЦНО»
127106, г. Москва, Гостиничный проезд, д. 6, корп. 2, офис 213

E-mail: mail@nauchforum.ru

