

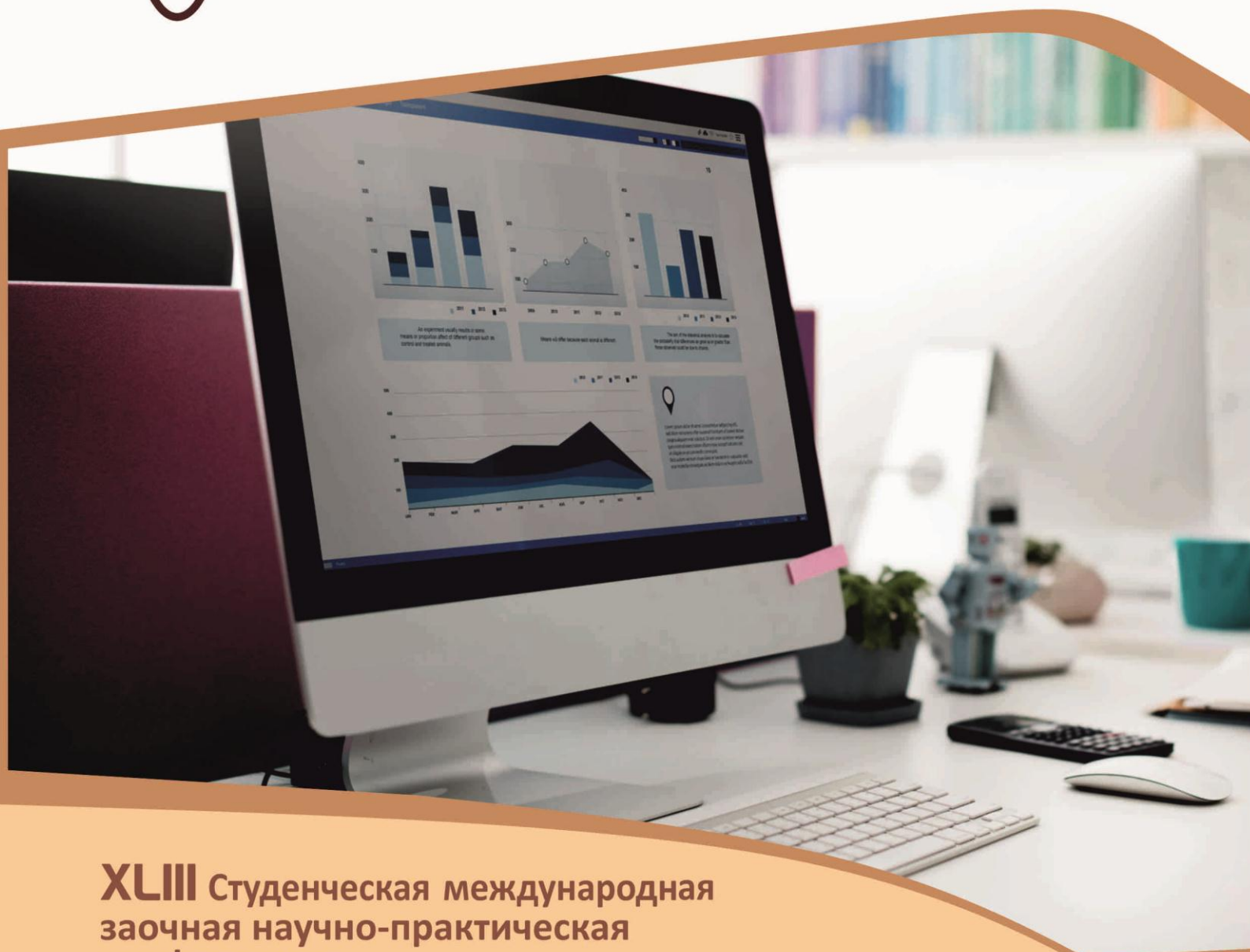


**НАУЧНЫЙ
ФОРУМ**
nauchforum.ru

ISSN 2310-0362

СБОРНИК ВКЛЮЧЕН
В НАУКО-
МЕТРИЧЕСКУЮ БАЗУ

РИНЦ



XLIII Студенческая международная
заочная научно-практическая
конференция

**МОЛОДЕЖНЫЙ НАУЧНЫЙ ФОРУМ:
ОБЩЕСТВЕННЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ
№ 3(43)**

г. МОСКВА, 2017



МОЛОДЕЖНЫЙ НАУЧНЫЙ ФОРУМ: ОБЩЕСТВЕННЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

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

№ 3 (43)
Март 2017 г.

Издается с марта 2013 года

Москва
2017

УДК 3+33
ББК 60+65.050
М75

Председатель редколлегии:

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

Редакционная коллегия:

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

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

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

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

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

Копылов Алексей Филиппович – канд. тех. наук, доц. кафедры Радиотехники Института инженерной физики и радиоэлектроники Сибирского федерального университета, г. Красноярск;

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

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

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

М75 Молодежный научный форум: Общественные и экономические науки. Электронный сборник статей по материалам XLIII студенческой международной заочной научно-практической конференции. – Москва: Изд. «МЦНО». – 2017. – № 3 (43) / [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: [http://www.nauchforum.ru/archive/MNF_social/3\(43\).pdf](http://www.nauchforum.ru/archive/MNF_social/3(43).pdf)

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

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

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

ISSN 2310-0362

ББК 60+65.050
© «МЦНО», 2017 г.

Оглавление

Секция 1. История и археология	7
БЕРЕНДЕЕВО	7
Денискина Алёна Владимировна	
Бабаева Елена Вячеславовна	
Секция 2. Политология	12
ИНТЕРЕСЫ НАРОДА МАПУЧЕ В СТУДЕНЧЕСКИХ ЗАБАСТОВКАХ В ЧИЛИ В 2011–2013 ГГ.	12
Ермоленко Вероника Сергеевна	
ДИСКУССИИ В ВТО ПО ВОПРОСУ ПРИСВОЕНИЯ КИТАЮ СТАТУСА РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ	17
Шумакова Евгения Валерьевна	
Бочкарева Ирина Борисовна	
Секция 3. Социология	22
СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ СТИЛЯ ЖИЗНИ РОССИЯН	22
Исагалиева Айгуль Сабыргалиевна	
ФАКТОРЫ, СПОСОБСТВУЮЩИЕ ПРОТИВОДЕЙСТВИЮ НАРКОТИЗАЦИИ МОЛОДЕЖИ	27
Кукса Александр Юрьевич	
Марченко Ольга Юрьевна	
Силаева Валентина Валентиновна	
ФОТОГРАФИЯ КАК СПОСОБ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ	32
Лисина Анна Сергеевна	
КАЧЕСТВО ТРУДОВОЙ ЖИЗНИ В ОРГАНИЗАЦИИ: ПОДХОДЫ К ПОНИМАНИЮ	37
Лисина Анна Сергеевна	
ОТНОШЕНИЕ СТУДЕНТОВ САМАРСКОГО УНИВЕРСИТЕТА К ФРИЛАНСУ	42
Шелест Светлана Михайловна	
Чикин Александр Иванов	
ОЗДОРОВИТЕЛЬНОЕ ПЛАВАНИЕ ПРИ ОСТЕОХОНДРОЗЕ ПОЗВОНОЧНИКА	47
Горкун Ольга Павловна	
Яковлева Екатерина Александровна	
Зеленов Александр Алексеевич	

Секция 4. Экономика	52
УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ КОММЕРЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯ ГЛОБАЛЬНОЙ ТУРБУЛЕНТНОСТИ ЭКОНОМИКИ Абгарян Мелине Норайровна Малкова Татьяна Борисовна	52
ОСНОВНЫЕ ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ НАЛОГОВОЙ СИСТЕМЫ РФ Велибекова Мальвина Велибеговна Титова Валерия Владиславовна	57
СПОСОБЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ И УСЛУГ НА СОВРЕМЕННОМ РЫНКЕ Каюмова Юлия Маратовна Гурьяшкина Татьяна Александровна Смоленская Светлана Владимировна	62
АНАЛИЗ СТРУКТУРЫ ВЫРУЧКИ ПАО «ТРАНСНЕФТЬ» Джулай Дарья Вячеславовна	72
ОПРЕДЕЛЕНИЕ ФОРМ ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ В РАМКАХ СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА Иванов Леонид Дмитриевич	76
ПОЧЕМУ «ПРОВАЛИВАЮТСЯ» ПРОЕКТЫ? Красковский Алексей Александрович	81
ДОСУДЕБНЫЙ ПОРЯДОК УРЕГУЛИРОВАНИЯ СПОРОВ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ НАЛОГОВЫХ ПРОВЕРОК И ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЕГО ЭФФЕКТИВНОСТИ (ПО МАТЕРИАЛАМ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ) Мельникова Анна Сергеевна Левшукова Ольга Анатольевна	86
ОПТИМИЗАЦИЯ ЭЛЕМЕНТОВ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ СУБЪЕКТОВ АГРАРНОГО БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИКИ (ПО МАТЕРИАЛАМ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ) Мельникова Анна Сергеевна Гончарова Наталия Александровна	92
ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА И РЕГУЛИРОВАНИЕ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ Перепелица Алина Сергеевна	100

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИННОВАЦИОННОГО ПРОЦЕССА	106
Петросов Артем Сергеевич	
АНАЛИЗ НЕОБХОДИМОГО УРОВНЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ ДЛЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ОБРАЗОВАНИЯ	112
Попков Александр Александрович	
Соловьев Илья Владиславович	
КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ КОМПАНИЙ В НОВОМ МИРЕ: ПРИМЕНЕНИЕ ПРОГРАММ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ	119
Ризванов Наиль Алтафович	
Муракова Кира Константиновна	
Пуляева Валентина Николаевна	
ТРЕНДОВЫЕ МОДЕЛИ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ НАЛОГОВЫХ ПОСТУПЛЕНИЙ ПО НДФЛ	124
Семакина Владлена Дмитриевна	
Гончарова Наталия Александровна	
ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ В РОССИИ	132
Морозова Екатерина Евгеньевна	
Скворцов Дмитрий Викторович	
ЭФФЕКТИВНОСТЬ БАНКОВСКОЙ РЕКЛАМЫ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА КЛИЕНТСКУЮ БАЗУ	142
Темнова Юлия Александровна	
Секция 5. Юриспруденция	147
ПРИЧИНЕНИЕ СМЕРТИ ПО НЕОСТОРОЖНОСТИ КАК СЛЕДСТВИЕ ВРАЧЕБНОЙ ОШИБКИ	147
Азизова Гюллю Рамизовна	
Ветошкина Екатерина Дмитриевна	
ПРОБЛЕМЫ ОБЩЕСТВЕННОГО КОНТРОЛЯ В БОРЬБЕ С КОРРУПЦИЕЙ	153
Азизова Гюнэль Рамизовна	
Фещенко Павел Николаевич	
ПРОБЛЕМЫ ПРАВОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ МАЛОГО БИЗНЕСА	158
Бурковский Радик Витальевич	
О РАСШИРЕНИИ КОМПЕТЕНЦИИ СУДА ПРИСЯЖНЫХ	165
Грищенко Алёна Владимировна	
Ясельская Вероника Владимировна	

ИНСТИТУТ НОТАРИАТА В СИСТЕМЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНСТИТУЦИОННЫХ ПРАВ ГРАЖДАН В СЕТИ «ИНТЕРНЕТ» Рыбаков Александр Анатольевич	172
АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ВОЗМЕЩЕНИЯ МОРАЛЬНОГО ВРЕДА В ТРУДОВЫХ ОТНОШЕНИЯХ Сейдимбек Айбар Асылханулы Галиакбарова Гузаль Газинуровна	177
СТАЛ ЛИ СЛЕДОВАТЕЛЬ НЕЗАВИСИМЫМ? ЗАКОН И МНЕНИЕ ПРАКТИКОВ Шор Владимир Олегович Ясельская Вероника Владимировна	184

СЕКЦИЯ 1.

ИСТОРИЯ И АРХЕОЛОГИЯ

БЕРЕНДЕЕВО

Денискина Алёна Владимировна
студент, ГОУ ВО МО Государственный гуманитарно-технологический
университет,
РФ, г. Орехово-Зуево

Бабаева Елена Вячеславовна
научный руководитель, ст. пр. кафедры истории ГОУ ВО МО
Государственный гуманитарно-технологический университет,
РФ, г. Орехово-Зуево

Берендеево – это название станции, местности, посёлка, исследователей всегда привлекали его неразгаданные тайны. Всё в Берендеево дышит историей, её черты улавливаются в природе, в селах и в коренных жителях этих краев. Было выдвинуто много гипотез о происхождении берендеев, дошли до наших дней легенды, сказки о царе Берендее. В далёкие времена здесь было царство берендеев, которым управлял умный и добрый царь Берендей.

Наши берендеевские места граничат с Владимирским краем через Берендеево болото и совсем недалеко, всего 20 км от города Александров.

Над болотом возвышается Волчья гора. На самой верхушке горы стоит пожарная вышка, ниже её стоят маленькие сарайчики, дома. Всё это напоминает старинный русский городок, считающийся столицей легендарных берендеев.

Каким был городок в 19 веке? М.П. Макаров в «Журнале пешеходов» сказал: «Место древнего посада сего города теперь принадлежит помещику Макарову, оно пожаловано в род сей фамилии императором Петром I. Лет за 20 перед сим помещиком и другие жители – старики находили ещё остатки мусорной, каменной и деревянной мостовой внутри городища Берендеево» [2].

«На сем городище явно заметно существование высокого вала, при подошве оногo множество камней разных родов, состоящих большей частью из

железистого плитняка черноватого цвета и из пород кремневых и древесных: в середине того городища имеется площадка, на коей видно несколько малых возвышенностей и ям» (А.А. Селиванов, 1826 г.) [1, с.15–16].

Но от этого городка осталось лишь воспоминание, железная дорога срыла до основания со значительной частью песчаной возвышенности, на котором он стоял.

Что же касается озера, то в формировании геологической структуры большую роль сыгралидвигающиеся из далекой Скандинавии ледники, которые неоднократно вторгались в Переславщину. Праозеро Берендеева сформировалось 9–8 тыс. лет назад в котловине, расположенной в краевой зоне Московского оледенения на севера-восточной окраине Клинско-Дмитриевской гряды. Площадь озёрной котловины составляла 60 кв. км. Но прекрасное озеро быстро превратилась в торфяник, ибо жизнь ледниковых озёр кратковременна, так как они быстро заболачивались.

Берендеево болото простирается между селом Давыдовское и деревнями Федософо, Погорелка, Черницыно, Родионцево и Милославка. Над болотом возвышается гора, в народе прозванная Волчья. Она являлась самым древнейшим поселением на берегах бывшего озера. Человек заселил её 6 тыс. лет назад. В далёкие времена, болото было непроходимым, лишь гора, покрытая густым лесом и кустарниками, была самым благоприятным местом для волчьего царства. Если верить сказаниям, то по зимним и осенним вечерам доносились от горы жуткие завывания серых хищников. Вот народ и назвал это гору Волчьей. Наверное, так и было. Хотя, древние славяне почитали волка за его ум, хитрость, отвагу. Может быть, поэтому назвали гору Волчьей?!

Берендеево овеяно легендами, сказами и преданиями, которые дошли до наших дней, в их древности сомневаться не приходится. Все легенды и мифы связаны с болотом, а не с озером, которое под действием заклятия превратилось в болото.

Действующим лицом легенд и мифов была женщина-вдова с сыном. Женщина – Рогнеда и ее сын – 13 – летний Берендей.

Сыновья чаще всего были героями, которые жили в отдалении от людей на берегу озера, или же сам царь – Берендей. Женщина превращалась от горя в камень и люди в тяжелой жизненной ситуации приходили к ней за помощью, за сочувствием. Существует легенда о трёх действующих лиц: двух царевичах, которые погибли с горя, и царевне – дочери царя Берендея. В ту же минуту на болоте появились три русла, а из них уже образовались три реки (Киржач, Трубеж, Ивановка).

Если существует столько легенд о «каменной бабе», существовала ли она на самом деле?

Действительно, загадочная и таинственная женщина существовала. Некоторые видели, некоторые слышали о ней от своих отцов и дедов. Кто-то даже пытался найти её, но слышали только рассказы о «каменной бабе». Первое упоминание о «каменной бабе» относится к 1830 г., в «Журнале пешеходцев от Москвы до Ростова», где написано, что она находится вблизи Волчьих гор в пустоши Гринина городища [2].

Но житель из села Черницы Щетинин утверждал, что «каменная баба» находится около Черниц на берегу Берендеева болота. По его описанию, она была величиной с русскую печь, имело человеческое лицо, две косы, женскую грудь. Весь камень был серого цвета, а косы и отчасти лицо – синего, так же рельефно выделялась грудь. Но это «каменная баба» была разрушена, когда было строительство железной дороги, так как нужно было делать мост при деревне Василисино, и она стала частью этого моста.

Краевед М.И. Смирнов в своей статье «Старые боги» сообщил, что «Каменная баба» находилась вблизи Волчьих гор, и до сих пор жители относились к ней как к предмету религиозного культа: «Деревенские бабы, чтобы не заблудиться, когда собирают клюкву в Берендеевом болоте, кладут перед камнем ягоды. Бывают приношения и по другим поводам, так что временами можно находить там, кроме ягод и хлеб. Уходили от камня задом, повернув наизнанку свою одежду ...» [3, с. 148].

Поиски «Каменной бабы» предпринимались с 1940 по 1979-е года Ярославскими, Переславскими и Александровскими краеведами. Местные жители показывали «синие камни» и каменные валуны, напоминающие фигуру человека. Возможно, «Каменная баба» не что иное как валун, напоминающий женскую фигуру природного происхождения.

Но, всё же возвращаясь к легендам о болоте, хотелось бы окунуться в одну из них.

«Давным-давно на высоком берегу большого озера жил был царь Берендей с женой и маленьким сыном. Царь любил смотреть на восход и заход солнца. Он вставал рано утром и следил, как оживает жизнь с появлением светила. Он восхищался красотой природы. Капли росы на цветах, листьях, щебет птиц, плавное покачивание деревьев – все это возбуждало иные чувства, хорошо и привольно было на душе! К тому же царь был еще музыкален, как обычно, любовь к музыке и природе тесно связаны в человеке. Он брал пастушью свирель, уходил к озеру или лесу, там давал волю своим чувствам. Деревья плавно раскачивались, густая трава на берегу вместе с цветами вторила в такт музыке, а на огромном озере поднимались небольшие волны. Был прекрасный летний вечер. Все живое готовилось к спячке, и только изредка можно было услышать резкий крик или позднюю песню.

Царь из дворца следил за угасанием жизни, только озеро было беспокойным, и еще более прекрасным, чем раньше. Луна бросала свои лучи в воду, и, казалось, когда поднимались волны, будто гребни вылиты из золота. Долго стоял он на балконе, очарованный красотой и мягкостью вечера. Но вдруг со стороны озера послышалась прекрасная мелодия.

Как истинный ценитель музыки, он не мог быть равнодушным к только, что услышанному. Берендей решил взглянуть на искусного умельца, и пошел навстречу звукам. В душе росла волна чувств, сердце учащенно билось. Неожиданно царь увидел равнину, покрытую изумрудным ковром (цвет он мог различать, так как ночь была лунной). Здесь находился источник исходивших звуков. Берендей стоял и слушал музыку. Но вот неожиданно, ровно в полночь,

подкатилась к берегу волна. Когда вода сошла, царь увидел водяную красавицу, она покорила его своим голосом. Он подошел к ней и забыл обо всем на свете. Музыка и красота морской царицы сделали свое дело. Он забыл о жене и сыне. Немного погодя, той же волной их унесло в водяные глубины. И каждый раз в полночь из морского царства появлялась влюбленная пара.

Женя царя долго не знала, куда исчез ее муж, пока, наконец, ей не рассказали всю правду.

Горе сразило бедную женщину, но порой отчаяние делает нас мужественными, решительными, храбрыми, и она решила действовать.

С наступлением ночи, она взяла сына на руки и отправилась к тому месту, где появлялись Берендей и красавица. Царица долго звала мужа, но он даже не слышал и не видел ее. Это окончательно доконало молодую женщину, и она превратилась в каменную бабу с ребенком на руках.

Много лет стояла она, пока дожди и время не разрушали ее. Многие века люди приходили к ней со своими несчастьями, просили помощи и только иногда из каменных глаз статуи появлялись живые чистые слезы». Эта легенда записана со слов Л.И. Лукьянова.

Изменилось Берендеево царство. Люди осушили болото, обмелели, а то и пересохли ручьи и реки, не шумят уже густые леса. Да и деревеньками земля оскудела. Что же нам осталось от Берендеева царства? Память человеческая. Берендеевское болото – это исторический памятник центра России, Переславского края. Учёные не сомневаются: что в эпоху, когда складывались мифы, человек мог думать не хуже, чем теперь, просто он это интерпретировал по-другому на языке мифа.

Список литературы:

1. Дамский журнал, издаваемый князем Шаликовым, 1827. Ч. 19, № 13. С. 15–16.
2. Повести из русских преданий // Журнал пешеходов. – М., 1834.
3. Финошина А.П. Загадочна и таинственна страна берендеев. – М.: Наука. 2010. 156 с.

СЕКЦИЯ 2. ПОЛИТОЛОГИЯ

ИНТЕРЕСЫ НАРОДА МАПУЧЕ В СТУДЕНЧЕСКИХ ЗАБАСТОВКАХ В ЧИЛИ В 2011–2013 ГГ.

Ермоленко Вероника Сергеевна
студент 2 курса кафедры американских исследований,
Санкт-Петербургский государственный университет, СПбГУ,
РФ, г. Санкт-Петербург

На сегодняшний день Чили является одной из самых развитых стран Латинской Америки: значительный экономический рост, сравнительно низкий процент бедности, политическая стабильность. Тем не менее, социальный взрыв, произошедший в 2011 году, был закономерным результатом всех событий, происходивших после падения диктатуры Пиночета. Несмотря на огромные успехи, достигнутые за это время во многих сферах, в обществе росло социальное неравенство [3, с. 43]. Особенно остро этот процесс стал отражаться в сфере образования. Закон об образовании не менялся ещё с периода власти Пиночета, так как правительства до прихода Мишель Бачелет были в основном сконцентрированы на политических проблемах переходного периода. Децентрализация образовательной системы, проведённая Пиночетом, привела к массовой приватизации образовательных учреждений. В свою очередь это увеличило разрыв в уровне возможности получения образования на школьном уровне, а также повлекло неравенство доступа к высшему образованию различных социальных групп. Обучение в университетах Чили на данный момент является одним из самых дорогих в мире [9, с. 320]. Студенты и их семьи вынуждены брать огромные кредиты для получения образования, что тяжким бременем ложится на их бюджет. Государство выделяет ассигнования на развитие высшего образования, но их распределением занимаются провинции и муниципалитеты. Формально данный процесс является демократичным, но на деле оказывается не очень эффективным. Вследствие

такой системы государство самоустраняется от контроля над расходованием средств. Бюджет многих университетов формируется в большей степени из платы поступивших и взносов спонсоров. Само государство тратит на нужды образования крайне малую долю ВВП [1, с.135].

В 2011 году чилийские студенты перешли к активным действиям и стали требовать от правительства реформ. Массовые протесты поддержал индейский народ мапуче. Мапуче – самый многочисленный индейский народ, проживающий в Чили, его численность составляет около 1.5 млн. человек (около 10% от общего населения Чили) [7]. В то же время именно мапуче являются одним из наиболее бедных и маргинализованных слоёв общества. Ввиду крайне тяжёлого экономического положения многих мапуче происходящая коммерциализация образования делает обучение невозможным, так как у индейских семей просто нет на это денег [2].

Представители мапуче поддержали основные требования чилийских студентов. Они заявляют, что образование является общественным благом, а потому хотят чтобы оно стало бесплатным и находилось непосредственно в ведении государства.

Участие студентов-мапуче в массовых протестах открывает новый взгляд на проблему образования в Чили, выявляя не только социально-экономические проблемы, но и этно-культурные. Новая модель образования, которую требуют студенты, по мнению Камилы Вальехо, одного из лидеров протестного движения, также должна включать в себя «реалии мира мапуче: историю, развитие, видение общества и будущего, его взаимодействия с окружающей средой» [3, с.47].

Основным органом, представляющим интересы народа мапуче и принимающим активное участие в протестах, являлась федерация студентов мапуче (Federación Mapuche de Estudiantes). Это организация объединила студентов средних и высших учебных заведений с целью защиты культурных и политических прав студентов. В период 2011–2013 годов федерацией руководил Хосе Анкалао. Во время протестов Федерация Студентов Мапуче вступила в

Конфедерацию Студентов Чили, что является важным показателем солидарности народа мапуче со студенческим движением.

Дискриминационное положение мапуче, особенно в сфере образования, было отмечено в докладе Организации наций и народов, не имеющих представительства, который был представлен в Комитет по ликвидации расовой дискриминации ООН. В данном документе обращается внимание на проблемы мапуче [8]. По статистике 80% глав поселений в сельской местности имеют образование менее 4 классов и лишь 3% от населения мапуче получают дальнейшее образование после окончания школы. Успеваемость индейских школьников, проживающих в регионе Араукания (регион с самым большим индейским населением около 25% с 180) является самой низкой в стране [6, с. 177].

В связи с данной ситуацией и своими социально-культурными особенностями мапуче выдвигают особенные предложения, которые могли бы, по их мнению, помочь народу интегрироваться в образовательную систему и сделать саму систему более приспособленной к потребностям народа:

1) Конституционное закрепление мультикультурного образования.

Студенты хотят создания и включения в учебные планы программ, разработанных с учетом территории, мировоззрения, языка и истории местных народов. В качестве средства коммуникации и начального обучения должен использоваться родной язык. Это будет вести к созданию и росту новых межкультурных университетов в стране, которые будут направлены на развитие основных потребностей народов, а также содействовать развитию общин и регионов, в которых они расположены. Образовательные предложения должны быть направлены на достижение профессий, которые вносят вклад в культурное развитие коренных народов [4].

2) Увеличение возможностей поступления студентов коренных народов в университет.

Увеличение числа стипендий для представителей коренных народов на всех уровнях образования (бакалавриат, магистратура, аспирантура,

стажировки и др.), что поможет обеспечить продолжительное обучение в университетском пространстве и получение полного профессионального образования.

Также необходимы стипендии для получения питания, а также стипендии для учеников, достигающих значительных академических успехов, обучающихся в средних и высших образовательных учреждениях [4].

3) Законность и юридическое признание.

В местностях, где проживает большое количество индейского населения, должен быть юридически закреплён их статус, что поможет сделать образование более качественным и эгалитарным. Также, должны быть созданы Дома Студентов, которые будут находиться в университетских городах, которые будут поддерживать и развивать чувство социально-культурной идентичности [4].

4) Также звучат призывы по созданию университета для коренных народов. Данная идея была выдвинута Федерацией студентов Мапуче, её поддержали некоторые политические деятели и Конфедерация студентов Чили [5].

Меры, предлагаемые активистами мапуче являются весьма целесообразными и действительно могут помочь исправить существующее положение народа в образовательном пространстве. Однако с 2011 года особых подвижек в развитии мультикультурного образования не наблюдается. Чилийским студентам удалось добиться образовательной реформы, которая подразумевала введение бесплатного образования, но из-за финансовых проблем изменения проходят не очень успешно. Ситуация в сфере образования продолжает оставаться довольно острой, и аспект, касающийся народа мапуче остаётся довольно важным, но не первостепенным в данной обстановке. Таким образом, сложно представить, что интересы мапуче будут удовлетворены в ближайшее время.

Список литературы:

1. Дабагян Э. В борьбе за образование для всех. О всплеске социально-политической активности молодёжи в Чили – [Электронный ресурс] // Свободная мысль. – 2015. – №1. – С. 133–148 – URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=23127363>.
2. Моисеев А. Мапуче в Чили до сих пор не покорились – [Электронный ресурс] // Международная жизнь. – 13.02.2012. – URL: <https://interaffairs.ru/news/show/8269> (дата обращения 12.02.16).
3. Ясинский О. Камила Вальехо: «Надежда влика» – [Электронный ресурс] // Латинская Америка. – 2012. – №5. – С. 42–49. URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=17795597>.
4. Cayulao Y., Millalen P. Petitorio Federación Mapuche de Estudiantes (Femae) – [Электронный ресурс] // ElCiudadano. – 01.07.2011. – URL: <http://www.elciudadano.cl/2011/07/01/38049/petitorio-federacion-mapuche-de-estudiantes-femae/> (дата обращения 17.02. 2017).
5. Kearns R. Mapuche Students Fight for an Indigenous University in Chile. – [Электронный ресурс] // IndianCountry. – 11.08.2011. – URL: <https://indiancountrymedianetwork.com/news/mapuche-students-fight-for-an-indigenous-university-in-chile/> (дата обращения 12.02.16).
6. Pastrana J.P., Williamson C., Gómez P. Learning from Mapuche Communities: Intercultural Education, and Participation in the Ninth Region of Chile – [Электронный ресурс] // Journal for Critical Education Policy Studies. – Vol. 2, № 2. – P.175-202. – URL: <http://www.jceps.com/archives/486>.
7. Pueblo Mapuche más vivo que nunca – [Электронный ресурс] // La nacion. – 13.04.2012. – URL: <http://www.lanacion.cl/mapuches-en-la-araucania-son-economicamente-mas-pobres/noticias/2010-09-20/181744.html> (дата обращения 11.02. 2017).
8. UNPO Report Outlines Discrimination Suffered by the Mapuche in Chile – [Электронный ресурс] // Unrepresented Nations and Peoples Organization. – 13.08. 2017. – URL: <http://unpo.org/article/16270> (дата обращения 18.02. 2017).
9. Webb A., Radcliffe S. Mapuche Demands during Educational Reform, the Penguin Revolution and the Chilean Winter of Discontent. – [Электронный ресурс] / Studies in Ethnicity and Nationalism. – 2013. – Vol. 13, № 3. – P. 319–342 URL: www.geog.cam.ac.uk/people/radcliffe/mapuche.pdf.

ДИСКУССИИ В ВТО ПО ВОПРОСУ ПРИСВОЕНИЯ КИТАЮ СТАТУСА РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

Шумакова Евгения Валерьевна

*студент, Алтайский Государственный Университет,
РФ, г. Барнаул*

Бочкарева Ирина Борисовна

*научный руководитель,
канд. ист. наук, доц., Алтайский Государственный Университет,
РФ, г. Барнаул*

В декабре 2001 г. Китайская Народная Республика подписала соглашение о присоединении к Всемирной Торговой Организации. Один из пунктов соглашения гласит, что КНР будет рассматриваться, как страна с переходным, то есть не рыночным типом экономики в течение 15 лет с момента вступления в организацию. В течение данного периода члены ВТО имеют право принять решение, присвоить китайской экономике полноценный статус рыночной или нет [5, с. 9].

Для начала стоит пояснить, какие торговые преимущества даёт государству статус рыночной экономики. В первую очередь он учитывается в процессе антидемпинговых разбирательств. Под демпингом понимается явление, при котором товары одной страны поступают на рынок другой страны по цене ниже их нормальной стоимости. Искусственное занижение цены товара, производимое с целью получения конкурентных преимуществ, карается по уставу ВТО, если причиняет или может причинить материальный ущерб промышленности страны-импортера. При подозрении страны-экспортера в занижении цены проводится антидемпинговое расследование, в процессе которого сравнивается цена, по которой товар поступает на рынок, с так называемой нормальной ценой на данный товар. Причем, для государств с рыночной экономикой нормальной ценой считается средняя цена на этот товар на собственном внутреннем рынке. В случае если экономика страны-экспортера не рыночная, для расчета берется наивысшая средняя цена

на аналогичный товар, предназначенный для экспорта, в любой третьей стране с рыночной системой торговли [2, с. 9].

Как правило, что при антидемпинговых разбирательствах в отношении стран-экспортеров с нерыночной экономикой их признают виновными в демпинге, а их товар облагают компенсационной пошлиной. По правилам ВТО существует возможность применения индивидуального режима для конкретных экспортеров в конкретных расследованиях. Такой подход позволяет многим членам ВТО начислять заградительные пошлины для Китая и вытеснять его продукцию с рынка. При этом Китай - абсолютный мировой лидер, в отношении которого используется такая защита. В ЕС из 73 ныне действующих антидемпинговых мер – 56 применяются в отношении импорта из Китая. Помимо ЕС, такую методику используют США, Канада, Индия, Мексика, Турция и другие.

Проблема присвоения КНР статуса рыночной экономики является актуальным на данный момент, т.к. в декабре 2016 г. завершается пятнадцатилетний переходный период, после которого этот статус должен быть автоматически присвоен Китаю, если странами ВТО не будет принято иное решение. В связи с этим данная проблема активно обсуждается Советом ЕС, но единого мнения по данному вопросу достигнуть не удаётся. Германия, Великобритания и другие крупные страны-экспортеры выступают за присвоение Китаю желаемого статуса, так как боятся потерять крупный рынок сбыта. К тому же экономическое развитие КНР является современным двигателем развития мировой экономики, и многие страны признают необходимость сотрудничества с Китаем в условиях серьезного экономического спада по всему миру. Однако Испания, Италия, Португалия и страны Восточной Европы придерживаются противоположного мнения: они считают, что цены дальневосточных производителей неприемлемы и угрожают существованию целых промышленных отраслей в Европе. Рыночный статус Китая сделает затруднительным обложение китайских товаров пошлинами и обеспечит их свободный приток в Европу. Против этого активнее всего

выступают представители европейской металлургической промышленности, для которых приток дешевой китайской стали на европейский рынок означает потери огромного числа рабочих мест [3]. Многие члены Евросоюза и США отмечают, что китайская экономика не соответствует критериям рыночной по ряду причин, основными из которых является применение нетарифных мер регулирования экономики, таких как лицензирование и квотирование, и субсидирование промышленных отраслей государством. Отмечается, что достигать таких низких цен для китайских экспортных товаров удаётся именно из-за государственной поддержки и субсидий.

Китай, безусловно заинтересован в получении рыночного статуса, и в последний год Пекин заметно активизировал кампанию за автоматическое присвоение Китаю статуса рыночной экономики в декабре. На одной из встреч, состоявшейся в 2016 году, европейские и китайские лидеры договорились создать рабочую группу для отслеживания цен и государственных субсидий, предоставляемых сталеварам в Китае. Рынки ЕС и США являются приоритетными и наиболее выгодными рынками сбыта китайского экспорта. Получение рыночного статуса позволит значительно увеличить доходы КНР от экспорта и расширить присутствие на своём рынке зарубежных инвестиций. Это даст еще один толчок развитию и без того преуспевающей китайской экономики.

Китайское правительство еще на этапе перехода к рынку отмечало, что многие черты китайской модели экономики входят в противоречие с рыночными, однако они направлены на развитие страны, что принесло определенный успех. И действительно, объективно оценивая китайскую экономическую модель, нельзя отнести ее к традиционной рыночной модели, которой придерживается большинство стран ВТО. Всего для получения статуса рыночной экономики от Евросоюза необходимо соответствовать пяти основным критериям. Единственным критерий, которому отвечает экономика Поднебесной, – отсутствие нерыночных форм платежей, таких как бартер, например. С момента вступления в ВТО КНР сделала определенные шаги на

пути соответствия трем другим критериям: конкурсному праву, защите интеллектуальной собственности и защите права собственности. И совсем не значительно изменилась ситуация с вмешательством государства в регулирование уровня цен.

Но поскольку единогласного мнения в ЕС по данному вопросу так и не достигнуто, китайская экономика, скорее всего, получит статус рыночной. В этой связи дискуссии в Евросовете переключились с вопроса о присвоении данного статуса на вопрос о защите европейского рынка. То есть формальное присвоение рыночного статуса определенно не будет означать «зелёный свет» для всей дешевой китайской продукции. Введение таможенных пошлин будет затруднено после присвоения данного статуса, поэтому в ЕС сейчас обсуждаются серьезные меры против китайского экспорта вплоть до пересмотра торгового законодательства ВТО. США также допускает возможность признания рыночного статуса Китая, но в то же время проявляет тенденции к повышению тарифов на китайский экспорт.

Но, несмотря на все эти возможные действия со стороны ЕС и США, рыночный статус положительно скажется на экономической ситуации в Китае и его присвоение - одна из наиболее желанных политических целей Китая на данный момент. Анализируя политику стран ЕС и США, можно говорить о том, что статус рыночной экономики становится своего рода формальностью и жестом вежливости по отношению к КНР. Так, немецкое издательство *Der Spiegel* отметило: «Китай уже пятнадцать лет состоит в ВТО. Не признавать китайскую экономику рыночной, не оскорбляя при этом пекинское правительство, больше невозможно» [1]. Присвоение рыночного статуса, безусловно, облегчит экспорт китайских товаров в Европу, которые будут освобождены от большинства пошлин, действующих на данный момент. Кроме того, налагать новые пошлины на китайский товар после получения им рыночного статуса станет гораздо сложнее, т.к. у стран Евросоюза и США будет меньше возможностей для манипуляций в процессе антидемпинговых разбирательств, и им придется искать новые способы для защиты своего рынка.

Экономическая политика, проводимая китайским правительством, позволяет обеспечить низкую цену не только для экспортных товаров, но и для товаров на внутреннем рынке, поэтому обвинить Китай в демпинге после получения статуса будет не просто. Это, безусловно, создаст благоприятную почву для последующего экономического развития Китая.

Список литературы:

1. Айзятупова И. Китай придавит Европу рынком. // Газета.Ru: – [Электронный ресурс] – <https://www.gazeta.ru/business/2016/10/20/10261493.shtml#page4>.
2. Генеральное соглашение по тарифам и торговле 1994 года. URL: <http://wto.gost.ru/wps/portal/agreement> (дата обращения: 15.01.2017).
3. Рыночный статус КНР отразится на европейских тарифах. / Брюссельское бюро Euronews – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://ru.euronews.com/2016/10/19/china-eu-dumping-great-wall> (дата обращения: 15.01.2017).
4. Селищев А.С., Селищев Н.А. Китайская экономика в XXI веке. СПб.: Питер, 2004. – 240 с.
5. Price Comparability in Determining Subsidies and Dumping // Protocol on the accession of the People's Republic of China (Decision of 10 November 2001) P. 9–10 – URL: <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/APCITY/UNPAN002123.pdf>.

СЕКЦИЯ 3. СОЦИОЛОГИЯ

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ СТИЛЯ ЖИЗНИ РОССИЯН

Исагалиева Айгуль Сабыргалиевна
студент Астраханского государственного университета,
РФ, г. Астрахань

Еще со времен классического периода в социологии возник интерес к исследованию стиля жизни. Достаточно вспомнить работы таких великих ученых, как М. Вебера, Т. Веблена, Г. Зиммеля, которые рассматривали стиль жизни через призму выражения классово-стратифицированных статусных групп. Возьмем, к примеру, тот факт, что в научных работах М. Вебера стиль жизни не играл ключевой роли, а оказывался производным от классовой позиции [1].

Необходимо отметить, что жизненный стиль – это, своего рода, распространенная концепция в описании потребительского поведения населения. Она более современна, чем концепция личности, и более всесторонняя, чем концепция ценностей.

В научной литературе одним из первооткрывателей определения стиля жизни, как феномена принято считать Э. Тоффлера, именно он связывает множественность стилей жизни с фрагментацией общества, которая может повлечь за собой быструю смену ценностей и мозаичность составляющих самого жизненного стиля. Ученый рассматривал стиль жизни, прежде всего, как способ самоидентификации личности с определенной субкультурой общества. Он первый, кто обратил внимание на различия в выборе человеком стиля жизни в традиционном и постиндустриальном обществах. В первом случае, стиль жизни определялся происхождением и показывал классовую принадлежность, где индивид является отстраненным от процесса выбора стиля жизни. В

постиндустриальном обществе, наоборот, человек является активным творцом и выстраивает свой стиль жизни подобно картине. Именно это, по мнению Э. Тоффлера, позволяет человеку осуществить выбор стиля жизни [2].

Среди отечественной науки можно выделить работы И. В. Алешиной, Г.А. Ильина, Т.Н. Макаровой и Н.И. Лыгиной, которые анализируют потребительские модели поведения, в основе которых лежат психологические особенности людей, объясняющие стиль жизни.

Рассматривая социально-экономические факторы, определяющие стиль жизни и характер потребительских установок населения современной России, стоит отметить научное исследование Д.Г. Цыбиковой, которая смогла проанализировать советский образ жизни и сделала сравнение с современностью [3]. Результатом данного анализа социально-экономических условий, определяющих характер формирования потребительских установок россиян, стало расширение их континуума за счет введения полюса «традиционализма».

Согласно анализу проведенного исследования, можно сделать вывод, что главная ориентация большинства россиян направлена на выгодное соотношение цены и качества товара. В поисках такого соотношения цен больше половины россиян (2/3) готовы посещать разные торговые точки, где товарные марки/бренды выступают, прежде всего, знаком качества, которые помогают ориентироваться на покупательском рынке. В результате такого поведения резко возрастает готовность переплачивать за более высокое качество товара, и низкая готовность переплачивать только за бренд. При этом, стоит отметить, россияне сохраняют достаточно высокую лояльность к отечественным, особенно продовольственным товарам, хотя потребление импортных товаров постоянно растет.

Другое интересное исследование, направленное на изучение стиля жизни и потребительских настроений молодежи, проводилось в г. Уфе в 2009 году. В данном исследовании выборка составила 400 человек, отобранных на основе квотной выборки, квотирование осуществлялось по признакам «пол» и

«возраст» молодых людей. В процессе исследования было опрошено 45,8% мужчин и 54,2% молодых женщин, стоит отметить, что 48% респондентов из той численности варьировались в возрасте 18–24 года, 52% в возрасте 25–35 лет.

Главной целью исследования заключалась в выявлении среди молодежи групп потребителей, реализующих тот или иной тип потребления. По результатам данного исследования были выделены три типа потребления, и их обозначили как «хаотичное», «плановое» и «потребление на основе увлечения (хобби)».

При «хаотичном» типе потребления распределение доходов и расходов протекает беспорядочно, где основные расходы приходятся на развлечения, одежду и питание.

«Плановый» тип потребления характеризуется контролируемой и планируемой системой распределения финансов, ограничением собственных потребностей и откладыванием средств на планируемые нужды.

Потребление «на основе увлечения, интереса» связано с расходованием большей части средств на узкую область. К примеру, люди, придерживающиеся данного типа потребления, большую часть средств расходуют на свое увлечение, а остальное идет на другие нужды.

Сравнение этих типов потребительского поведения позволило охарактеризовать каждый тип не только с экономической точки зрения, но и с позиций отношения к самому себе, ценностных ориентаций и проведения досуга. Так, большинство россиян придерживаются «планового» типа потребления, они четко распределяют свои затраты чем-то себя ограничивая.

Таким образом, основываясь на определении и анализе шкал Рокича, а также на анализе суждений, которые свидетельствуют о той или иной ориентации в потреблении респондента было выделено пять основных групп. В первую группу входят так называемые люди-обыватели, для них характерно планируемое распределение доходов, они обычно ориентированы на семью, домашний очаг, не имеют выраженных карьерных устремлений и четких жизненных целей, менее остальных ориентированы на образование, познание,

самостоятельность. Для гедонистов характерно хаотичное распределение доходов, такие люди в большей степени склонны совершать импульсивные покупки, более других групп ориентированы на развлечения. Они на первое место ставят материальную обеспеченность, комфорт и общение. Люди-интеллигенты обычно планомерно распределяют свои доходы, а также ориентированы, прежде всего, на внутренний мир. Карьеристы, в отличие от интеллигентов, ориентированы на внешний мир, высокий уровень дохода и карьеру. И, последняя группа – это люди-новаторы, для них характерно специфическое распределение доходов, при котором основная часть доходов расходуется на увлечение и интерес, который составляет основу целеполагания их жизнедеятельности. Основные ценности таких людей сосредоточены на уверенности в себе, независимости, чуткости и рационализме. Необходимо отметить, что в сводном исследовании «Мега Аналитика Retail Business Russia 2012» эксперты утверждали, что в 2013–2015 годах рост потребительского рынка в Москве замедлится. Это будет связано рядом причин, а именно с повышением значимости семейных ценностей, здоровья и благополучия. Там же и отмечается, что на протяжении нескольких десятилетий россияне демонстрируют низкий уровень удовлетворенности жизнью. Это подтверждает их ответы на вопрос «Как на Ваш взгляд изменилась ситуация в стране за последние 10 лет?», практически 57% респондентов отметили, что заметно возрос уровень неравенства и ограничений возможностей повышения своего социального статуса. Также они слабо удовлетворены заработной платой, уровнем стабильности и успеха. Однако Россия занимает лидирующие позиции по количеству людей, считающих, что покупки являются отличным способом сделать жизнь счастливее.

Таким образом, исследования, касающиеся стиля жизни россиян, носят актуализированный характер, так как потребительское поведение является формой экономического поведения человека и в полной мере отражает социальный статус группы и личности. Ключевым проявлением стиля жизни является потребительское поведение, именно такое поведение, как показатель

социальной активности личности является внешним проявлением потребительских ориентаций, которые включают в себя предпочтения, возможности и установки личности удовлетворять свои потребности в товарах и услугах.

Возможности стилевого разнообразия жизни социальных групп непосредственно зависят от уровня жизни и демократичности условий её существования. Чем выше уровень жизни социальной группы и чем она демократичнее, тем лучшие условия в ней складываются для развертывания многообразия стилей жизни.

Список литературы:

1. Бодрийяр Ж. Система вещей / Ж. Бодрийяр, – М.: Рудомино, 1999. – 133 с.
2. Вебер М. Основные понятия стратификации / М. Вебер // Социологические исследования. –1994. – № 5. – С. 169–183.
3. Цыбикова Д.Г. Потребительские установки населения современной России: социальная гетерогенность: автореферат канд. соц. наук. – М., 2010. – 126 с.

ФАКТОРЫ, СПОСОБСТВУЮЩИЕ ПРОТИВОДЕЙСТВИЮ НАРКОТИЗАЦИИ МОЛОДЕЖИ

Кукса Александр Юрьевич

*студент, Брянский государственный университет
им. академика И.Г. Петровского,
РФ, г. Брянск*

Марченко Ольга Юрьевна

*студент, Российская академия народного хозяйства и государственной
службы при Президенте Российской Федерации, Брянский филиал,
РФ, г. Брянск*

Силаева Валентина Валентиновна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доц. кафедры таможенного дела
и маркетинга, Брянский государственный университет
им. академика И.Г. Петровского,
РФ, г. Брянск*

Наркотизм является одной из сложнейших, глобальных социально-правовых проблем, стоящих перед человечеством. Особую актуальность она приобретает в связи с неблагоприятным развитием наркоситуации в подростковой среде и молодежи, поскольку две трети потребителей наркотиков – это люди в возрасте от 14 до 30 лет. Поэтому необходимо изучать факторы, способствующие противодействию наркотизации молодежи, а также факторы наркотизации как таковой.

Факторы наркотизации – это стимуляторы явления, результат внешних эффектов, связанных с влиянием социальных сил. Поскольку стимулы носят социальный характер, правомерно говорить только о социальных факторах, которые являются своего рода актуализированными причинами и в том числе включающие элемент субъективности. В конечном счете факторы указывают на отсутствие основной профилактической работы социальных институтов: семьи, здравоохранения, образования, социального обеспечения, правоохранительных органов, средств массовой информации, молодежных учреждений, комиссий по делам несовершеннолетних и защите их прав, общественных организаций и религиозных объединений.

Ведущие факторы в наркотизации современного российского общества это: плохое семейное воспитание; сбои в профилактической деятельности образовательных организаций; распространение идеологии наркотиков в средствах массовой информации; неэффективное распространение медицинских знаний среди учреждений здравоохранения; ошибки органов внутренних дел Российской Федерации и Федеральной службы Российской Федерации по контролю за оборотом наркотиков в предотвращении и подавлении активации банд, в том числе международных, по вовлечению молодежи в наркоманию и незаконного оборота наркотиков; несовершенство законодательной базы; отсутствие контроля внутренних дел и миграционной службы в России. Непрекращающийся рост наркотизма российской молодежи и обострение связанных с ним проблем актуализируют постановку задачи противодействия этому явлению [3].

В соответствии с Федеральным законом от 8 января 1998 г. №3-ФЗ «О наркотических средствах и психотропных веществах», один из главных принципов государственной политики в области оборота наркотических средств, психотропных веществ выступает поощрение деятельности, направленной на антинаркотическую пропаганду. Антинаркотическая пропаганда Федеральным законом от 25 октября 2006 г. №170-ФЗ определяется как пропаганда здорового образа жизни, в том числе физической культуры и спорта, направленных на формирование негативного общественного отношения к наркомании [2].

Важным элементом социальной модели профилактики наркомании выступает антинаркотическая пропаганда. Кроме того, эта модель является основой для пропаганды в целях предупреждения злоупотребления наркотиками и их незаконного оборота. С учетом позитивной профилактики в качестве основы информационно-пропагандистской деятельности, следует отметить, что личностно-ориентированный подход к профилактике наркомании предполагает публикации в средствах массовой информации на тему психоактивных веществ. Практика показывает, что первичная профилактика

реализуется в области пропаганды через информирование общественности о вредных последствиях употребления наркотиков и других психоактивных веществ и является не очень эффективной, поскольку не позволяет достичь поставленных целей.

Темы злоупотребления наркотиками и, в целом, девиантного поведения (наркопреступность, насилие, самоубийства, связанные со злоупотреблением психоактивными веществами т.д.) должны подаваться в СМИ дозированно и лишь в контексте формирования позитивных жизненных условий.

Другим важным принципом является принцип антинаркотической пропаганды координации территориальных органов федеральных органов исполнительной власти, органов исполнительной власти субъекта Российской Федерации, органов местного самоуправления.

Помимо данных направлений противодействию наркотизации способствуют такие факторы как: институт семьи, религия и педагогическая профилактика.

Идея о том, что семья – это зеркало, которое отражает то, что происходит в обществе, не нова. Тем не менее, следует иметь в виду, что с точки зрения увеличения масштабов молодежи, семье нужно уделять особое внимание, способствуя как ее сохранению, так и укреплению, дальнейшему развитию. Несомненно, семья – один из ключевых профилактических факторов наркомании, но в нынешних условиях, как отмечают исследователи, все более заметным становится семейный кризис на уровне общества – макросреды, и малой социальной группы – микросреды. Основные формы и средства помощи по профилактике наркотизации для семей включают в себя: лекции; индивидуальные консультации по семейным вопросам родителей «проблемных» детей, неблагополучных и конфликтных семей; формирование групп активов родителей, родительской поддержки для «проблемных» семей, входящих в группы «риска», злоупотребляющих алкоголем и наркотиками и предоставление им поддержки в обеспечении социальной, медицинской и

психологической помощи; социальное вмешательство в семьи с антисоциальным образом жизни, жестоким обращением и д. р. [4].

Деятельность религиозных организаций может вызывать вопросы о том, может ли религия противодействовать наркотизации. На наш взгляд может, но есть проблема, заключающаяся в отсутствии поддержки со стороны государства, общественных и религиозных организаций, потенциально способных активно противодействовать пропаганде наркотиков. В настоящее время существует необходимость в создании на базе религиозных учреждений специальных реабилитационных центров, обеспечивающих как физическое, так и духовное исцеление. Важную помощь в профилактических мероприятиях по борьбе с наркотиками могут предоставить общественные организации, развивающие инновационный подход к решению проблемы наркотиков [3].

Подготовка будущих учителей к деятельности по профилактике наркомании среди детей и молодежи является важным элементом учебного процесса в педагогическом вузе. Он должен начинаться за счет повышения компетентности педагогов в системе высшего образования в этой области, моделирования педагогической среды для студентов, информационных процессов и учета индивидуальных особенностей студентов. Среди основных педагогических условий такой деятельности можно отметить необходимость формирования здорового образа жизни и установления высокого уровня автономии в ситуациях сложных жизненных выборов, расширение активных молодежных мероприятий в области работы с детьми разных групп в том числе и риска, использование технологии «молодежь обучает молодежь», взаимодействие государственных и общественных институтов в профилактике асоциальных явлений среди учащихся [5]. Профилактическая работа среди учащихся средних школ должна быть начата с 10 лет, так как в этом возрасте дети часто еще не вовлечены в деятельность употребления наркотиков, не испытывает трудности подросткового кризиса и не представляют интереса для торговцев наркотиками в качестве потенциального покупателя [1].

Таким образом, факторами противодействия наркотизации молодежи являются: государственная политика; система образования; институт семьи; здравоохранение; средства массовой информации; поддержка религиозных объединений, способных к противодействию наркотизации. Только когда данные факторы будут работать системно, уровень наркомании среди молодежи и населения в целом можно будет снизить. Нельзя недооценивать эффективность этих факторов, они действительно способны улучшить ситуацию в области противодействия наркотизации. Рассмотренный перечень факторов не являются исчерпывающими, их существует множество помимо перечисленных, но приведенные в статье можно считать наиболее важными.

Список литературы:

1. Магомедова С.Ш. Современные технологии педагогической профилактики наркомании // Современные проблемы науки и образования – 2013. №5 – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru> (дата обращения 10.11.2016).
2. Махров И.Е. Социальная модель первичной наркопрофилактики как основа антинаркотической пропаганды Вестник Челябинского государственного университета – 2008 №32. С. 162–168. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru> (дата обращения 10.11.2016).
3. Федеральная служба Российской Федерации по контролю за оборотом наркотиков // Технологии профилактики наркомании Курс лекций – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://textarchive.ru/c-2731944.html> (дата обращения 10.11.2016).
4. Хабибова Н.Е. Институт семьи в системе профилактики наркомании // Вестник экономики, права и социологии – 2012 №1. С. 365–367 – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru> (дата обращения 10.11.2016).
5. Rebrina T.G., Muraveva M.A., Silaeva V.V., Nazarova O.G., Glushak N.V. The implementation of new educational technologies as a tool for innovation management. // Mediterranean Journal of Social Sciences. – 2015. – №5/ С. 276–282.

ФОТОГРАФИЯ КАК СПОСОБ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Лисина Анна Сергеевна

*магистрант, Омский Государственный Университет им. Ф.М. Достоевского,
РФ, г. Омск*

В данной статье раскрыто значение фотографии в условиях развития новых информационных технологий, а также предпринята попытка охарактеризовать сеть Интернет как альтернативную социальность или новую реальность.

Одной из наиболее активно развивающихся областей исследований в современном социальном знании является изучение особенностей коммуникации и самопрезентации в условиях ее протекания с помощью новых информационных технологий, а именно сети Интернет. Где одним из важнейших вопросов является проблема «человеческой составляющей» виртуального мира – мира массовых коммуникаций и социальных сетей, так как по данным Internet World Stats, на июнь 2015 года Россия занимает шестое место в мире по числу интернет пользователей – около 87,5 млн. человек и первое в Европе. Общее количество интернет пользователей в мире достигает порядка 3,2 млрд. человек [9].

Изучение особенностей коммуникации и самопрезентации в условиях новых информационных технологий является важной исследовательской задачей, где в центре внимания «человеческий» аспект проблемы, поскольку сеть Интернет, а именно социальные сети, позволяют конструировать свой образ и выдавать желаемое за действительное.

В силу этого, информация, предоставляемая индивидами о себе, определяется не только своей массовостью или общедоступностью, но и возможностью персонализации и самоидентификации. Наиболее полно эта возможность представлена в социальных сетях. Одними из наиболее известных и используемых являются *Vk.com* – российская социальная сеть ВКонтакте, *Facebook.com* – международная социальная сеть, *Odnoklassniki.ru* – социальная

сеть для поиска одноклассников и коллег, *Instagram.com* – социальная сеть, ориентированная на представление фотографий.

Предоставляя возможность связи с любым из миллионов подключенных к сети Интернет пользователей, «всемирная паутина» побуждает к поиску способов самопрезентации. Иными словами, самопрезентация становится ресурсом, повышающим возможности пользователя заинтересовать собеседников своей личностью в виртуальной среде, а также способствующим его социальной интеграции, как в виртуальной среде, так и в повседневной жизни. И в первую очередь, осуществление этого возможно за счет публикации фотографий на просторах сети Интернет.

На протяжении последних лет как зарубежные, так и российские ученые уделяют все большее внимание виртуальной реальности, процессам, происходящим в сети Интернет, взаимодействию людей по средствам сетей и, конечно же, проблемам идентичности и самопрезентации в Интернет пространстве. Очевидным является тот факт, что в современном мире Интернет служит средством самовыражения, самопрезентации личности, где главным инструментом является фотография, особенно в социальных сетях. Подтверждением тому служат работы отечественных ученых, среди которых можно отметить В.Л. Круткина [6], чьи работы посвящены фотографии как явлению повседневной реальности, визуальной антропологии бытовой фотографии, В.Левашова, который попытался обозначить пути развития фотографии в культурном контексте в XIX–XXI веков [7].

Впервые фотографирование появилось в девятнадцатом веке, практически одновременно с социологией. Изобретение фотографии связывают с такими фамилиями как Л. Дагер и Н. Ньепс. Изначально объектом фотографирования был, прежде всего, человек и его деятельность, затем мода распространялась на панорамные снимки, снимки городов и т.д. Интерес к фотографии со стороны социологии проявляется в 1970-х годах.

Сегодня же современный мир символизируется массовым распространением визуальной культуры, исследователи современности

называют нашу эпоху «цивилизацией образа» [2]. Действительно, по статистике *Instagram*, количество активных пользователей каждый месяц насчитывает 90 миллионов человек, ежедневно в сеть загружается 40 миллионов фотографий, а каждую секунду фотографии получают по одной тысяче комментариев. Помимо фотографий самого себя, люди выкладывают множество фотографий своей деятельности, окружающего мира, демонстрируют на фотографиях свои навыки и таланты. Однако стоит отметить, что за прошедший год в *Instagram* также появилось более 30 миллионов фотографий с подписью “Selfie” [8].

“Selfie” (селфи) – фотографический автопортрет человека, наиболее удобная визуальная автопрезентация личности в Интернет – пространстве. Первое упоминание о селфи относят к 2002 году и связывают с проходящим в то время интернет форумом в Австралии. Однако наиболее масштабно феномен селфи захлестнул Интернет – пространство в 2005–2011 годах. Уже в 2013 году термин был введен в Оксфордский словарь, а сотрудники Оксфордского университета, назвали “Selfie” словом года, в связи с ростом использования данного термина [3].

Выбор фотографии, как одного из способов самопрезентации, обусловлен ее социальной природой. Обращаясь к Э. Дюркгейму, который особое место отводил изучению социальных фактов, обладающих двумя характерными признаками: внешним существованием по отношению к индивидам и принудительной силой по отношению к ним, можно говорить о том, что фотография сама по себе является социальным фактом.

Во-первых, фотография отражает установку и ценности определенной исторической эпохи, коллективные впечатления и коллективное сознание. Коллективное сознание, в свою очередь, представляет духовное единство общества [4]. Оно не является суммой индивидуальных сознаний, оно существует независимо от воли человека, оказывая влияние на индивидуальное сознание каждого. В фотографии выражаются представления фотографа, его пристрастность, а также ценности, доминирующие в его сознании.

Во-вторых, фотография, сама оказывает влияние на коллективное сознание, на систему ценностей и мотивирует людей на определенное поведение и действие, формирует общественное мнение.

Социальная природа фотографии выражается также и в ее функционировании. Фотография выполняет функции социального контроля, социальной интеграции, социализации, манипуляции массовым сознанием, выступает средством формирования социальной идентичности, имеет инновационные характеристики. Фотография является не только отражением реальности, но и ее конструктором. Так, например, Ж. Бодрийяр приписывает фотографиям особую важность, позволяющую проводить анализ культурных исследований. По его мнению, фотография способствует моделированию в воображении современного человека и во всей современной культуре [1].

Сегодня же благодаря широкому распространению сети Интернет, а именно социальных сетей, характер и функции фотографии меняются, и примером тому служит такой феномен, как “Selfie”. В практике фотографии реализуется позиция наблюдателя не только за другими, но и по отношению к самому себе. Самоидентификация через фотографию позволяет человеку не просто увидеть себя со стороны, но благодаря использованию компьютерных технологий и специальных программ презентовать «себя другого» в социальных сетях, что невозможно сделать в повседневной жизни.

Однако малоизученным является факт влияния самих социальных сетей на то, что мы делаем, что пишем, какую информацию публикуем, как строим коммуникацию и как презентуем себя. Ни для кого не секрет, что по средствам социальных сетей сегодня можно получать информацию, как о состоянии отдельных социальных объектов, так и в целом нашего общества, но достоверна она будет только в том случае, если поведение в сети Интернет является отражением нашей повседневности, нашей социальности.

Понимая социальность, как набор приобретенных человеком свойств, способствующих его жизнедеятельности и интеграции в социум, а социальные сети, как своего рода социум. А также, опираясь на модель «виртуализации

социального» М. Паэтау, где наряду с интеракцией и организацией, коммуникация посредством компьютера вносит вклад в производство социальности, можно предположить, что жизнь в социальных сетях протекает по тем же законам и с тем же влиянием характеристик самих индивидов, то есть является альтернативной социальностью. С другой стороны, мы можем говорить об абсолютно новой реальности, если будем опираться на свойства виртуальной реальности, выдвинутые Д.В.Ивановым, такие как: нематериальность воздействия (изображаемое производит эффекты, характерные для вещественного), условность параметров (объекты искусственны и изменяемы), эфемерность (свобода входа/выхода обеспечивает возможность прерывания и возобновления существования) [5].

Список литературы:

1. Бодрийяр Ж. Фотография, или письмо света. – [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://media-shoot.ru/publ/18-1-0-185>.
2. Вирилио П. «Информационная бомба. Стратегия обмана» Перевод И.Окуневой – М; 2002, 192с.
3. Гринькова Е.А. Селфи – взгляд на историю культурного феномена // Современные научные исследования и инновации. 2015. №1 – [Электронный ресурс]. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2015/01/40930>.
4. Дюркгейм Э. Метод социологии // О разделении общественного труда. Метод социологии. – М., 1991– 432 с.
5. Иванов Д.В. Виртуализация общества. – СПб.: Петербургское востоковедение, 2000. – 92с.
6. Круткин В.П. Антропологический смысл фотографий семейного альбома // Журнал социологии и социальной антропологии. 2005. Том VIII. № I.
7. Левашов В. Фотовек. Краткая история фотографии за 100 лет. Н. Новгород, Кариатида, 2002. – 126 с.
8. Instagram.com. URL: <https://instagram.com/press/>.
9. Internet in Europe Stats. URL: <http://www.internetworldstats.com/stats4.htm>.

КАЧЕСТВО ТРУДОВОЙ ЖИЗНИ В ОРГАНИЗАЦИИ: ПОДХОДЫ К ПОНИМАНИЮ

Лисина Анна Сергеевна

*магистрант, Омский Государственный Университет им. Ф.М. Достоевского,
РФ, г. Омск*

Как известно, успешное развитие любой организации зависит от полноценного функционирования социально-трудового механизма организации, а именно социальных условий, которые может предоставить организация своим сотрудникам.

Совершенствование социальных условий в организации может осуществляться за счет четко выстроенной социальной политики, главным элементом которой является качество трудовой жизни персонала.

Сегодня интерес к теме качества трудовой жизни и необходимости ее повышения высок и вполне закономерен, поскольку по данным Европейского социального исследования (European Social Survey – ESS), проведенного в 2006г., в котором приняли участие 25 стран, Россия занимает последнее место по среднему значению удовлетворенности трудом (6,14). В тройку лидеров вошли: Дания (7,82), Швейцария (7,72), Кипр (7,70). Важно отметить, что отношение к труду в России изучалось в основном социальными психологами и социологами. При этом российские исследования основаны на данных отдельных предприятий, носят не регулярный характер, слабо представлены в межстрановом разрезе и сфокусированы в большей степени на оценках рабочих [7].

Качество трудовой жизни (КТЖ) – это сложное интегральное понятие, которое включает в себя множество факторов, связанных с социальным обеспечением, условиями труда, заработной платой, возможностями роста и т.д. Перед руководством любой организации стоит важная задача: задача совершенствования социально-трудовых отношений, которая может быть решена с помощью выработки стратегии повышения КТЖ. Однако, выработка

такой стратегии возможна только при условии применения обоснованных методологических подходов к исследованию качества трудовой жизни.

На сегодняшний день нет единого общепринятого подхода к оценке КТЖ, но есть множество различных узконаправленных подходов к пониманию и оценке КТЖ в организации.

Несмотря на то, что формирование концепции качества трудовой жизни (КТЖ) начало происходить лишь в 80-х гг. XX века в США, когда исследования трудовых проблем стали вызывать интерес не только у ученых, но и владельцев различных предприятий, истоки интереса к теме трудовой жизни можно отнести еще к XIX веку. Мысли о возможности роста производительности труда стали появляться в условиях усиления разделения труда и появления наемных работников, а также в условиях интенсивного развития капитализма и связаны с именем К. Маркса, который в 1844 г. в Парижских экономическо-философских рукописях описал такой процесс, как «отчуждение труда».

Позже научно-техническая революция усилила разделение труда, что привело к отчуждению труда от процесса производства. В связи с этим многие собственники столкнулись с проблемой уменьшения или даже невозможности роста производительности труда с помощью существующих на тот момент методов управления.

Поиски новых способов увеличения производительности труда привели к введению понятия «качество трудовой жизни» и разработке новых принципов и основ управления [4].

Впервые термин «качество трудовой жизни» был использован С.Робинсоном в 1972 г. на международной конференции, посвященной проблемам трудовых отношений. Под качеством трудовой жизни понималась деятельность организации, направленная на удовлетворение потребности ее работника путем создания механизмов, при помощи которых сотрудник получает полный доступ к процессу принятия решений, определяющих его жизнь на работе [10].

Вклад в разработку данного подхода внесли такие экономисты, как Э. Лоулер, Ж. Роде, Р. Уолтон, А. Чернс, В. Эльскер и др. Смысл данного подхода заключался в том, что главным стимулом труда работника должна быть удовлетворенность от достижений в трудовой сфере в результате самовыражения и самореализации. В свою очередь это возможно лишь в условиях трудовой демократии, а такие стимулы, как заработная плата и карьерный рост имеют второстепенное значение. Важно отметить, что данный подход получил широкое распространение в западноевропейских странах, а затем был признан и Международной организацией труда (МОТ) [2].

Еще одним подходом, получившим широкое распространение среди зарубежных исследователей, являлся подход, рассматривающий качество трудовой жизни с точки зрения мотивации работников. Данный подход представлен содержательными и процессуальными теориями. К сторонникам первого типа теорий относятся А. Маслоу [5], Ф. Герцберг, Д. МакКлеланд и др. [6]. Содержательные теории акцентируют внимание на анализе факторов, лежащих в основе мотивации, однако не уделяют должного внимания самому процессу мотивации. Процессуальные теории, напротив, не касаются содержания мотивации, а заключаются в объяснении механизмов восприятия воздействий извне. К сторонникам процессуальных теорий можно отнести С.Адамса, В. Врума, Д. МакГрегора и др. [9].

Такие ученые, как П.Э. Шлендер, Ю.П. Кокин считают качество трудовой жизни интегральным понятием, которое включает в себя уровень и степень благосостояния, социального и духовного развития человека через его деятельность в организации [11].

Среди российских ученых понятие «качество трудовой жизни» также не имеет единого толкования. Суть данного понятия заключается в том, что благополучие человека определяется трудом, его продуктивностью и качеством, содержанием, условиями, оплатой и т.д.

Такие исследователи, как П.В. Журавлев и С.А. Карташов под качеством трудовой жизни понимают степень удовлетворения важных личных

потребностей работника через деятельность в организации [3]. Схожим мнением обладает Е.Н.Поп, который считает, что качество трудовой жизни ни что иное, как совокупность условий труда, процесса труда, а также результатов трудовой деятельности, способствующих удовлетворению потребностей [8].

В.М. Маслова в своей работе говорит, что качество трудовой жизни выступает главным показателем оценки социально-духовных отношений в организации [10], а В.И. Янковская, напротив, считает, что данное понятие включает в себя комплекс факторов, характеризующих как объективные параметры жизнедеятельности субъектов в труде, так и их отношение к условиям своей деятельности [12].

Б.М. Генкин под качеством трудовой жизни понимает условия, в которых осуществляется трудовая деятельность. В широком смысле к ним относятся характеристики рабочего места, производственной среды (температура, влажность, запыленность и т.п.), организация и оплата труда, взаимоотношений в производственных коллективах [1].

Более глубокий подход к пониманию качества трудовой жизни дан Н.А. Гореловым. По его мнению, качество трудовой жизни – это, в первую очередь, трудовая деятельность работника и предприятия, на котором он трудится. Осуществляемая деятельность находится в соответствии с определенными, установленными в трудовом законодательстве, нормами, которые направлены на предоставление работникам возможности в полной мере развивать свои творческие способности и рационально их использовать в процессе профессионального труда. Помимо этого, не исключается возможность участия работниками в управлении производством и принятии решений [2].

В заключение следует сказать, что исходя из определенного понимания термина «качество трудовой жизни», способ его оценки будет отличаться, в связи с чем, способы оценки качества трудовой жизни в организации требуют отдельного освещения.

Список литературы:

1. Генкин Б.М. Экономика и социология труда. – М.: НОРМА-ИНФРА-М, 1998.
2. Горелов Н.А. Политика доходов и качество жизни населения. // СПб: Питер, 2003.
3. Журавлев П.В., Карташов С.А, Персонал. Словарь понятий и определений // – М.: Экзамен, 1999.
4. Игнатенко М.Н. Качество трудовой жизни в свете концепции долгосрочного социально-экономического развития России до 2020 года // Уровень жизни населения регионов России. – М., 2010 – 64–72с.
5. Маслоу А. Мотивация и личность. – СПб.: Питер, 2008.
6. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента, 3-у изд.: Пер. с англ. – М: ООО «И. Д. Вильямс», 2007 – 672с.
7. Монусова Г. Удовлетворенность трудом: межстрановые представления. "Мировая экономика и международные отношения" №12 2008, С. 74–83. Выборка (для 20 стран) составила 20890 человек, в том числе 1300 в России.
8. Поп Е.Н. Управление качеством трудовой жизни: автореф. ... дис. канд. экон. наук. Барнаул. 2003.
9. Процессуальные теории мотивации // Научная электронная библиотека Доступ через: <http://monographies.ru/ru/book/section?id=6583>.
10. Третьяк С. Качество трудовой жизни: как его измерить и обеспечить в сфере услуг? // Бизнес-консалтинг. 2005г. №3. С. 39–43.
11. Шлендер П.Э. Экономика и социология труда: учебник // под ред. П.Э. Шлендера и Ю.П. Кокина. – М.: Юристъ, 2004.
12. Янковская В.И. Основные составляющие качества трудовой жизни // Стандарты и качество. 2003. №2.

ОТНОШЕНИЕ СТУДЕНТОВ САМАРСКОГО УНИВЕРСИТЕТА К ФРИЛАНСУ

Шелест Светлана Михайловна
студент, Самарский Университет,
РФ, г. Самара

Чикин Александр Иванов
студент, Самарский Университет,
РФ, г. Самара

Часто студенту крайне тяжело обеспечить удовлетворение материальных потребностей из-за обучения в ВУЗе: постоянное трудоустройство, гарантирующее финансовую стабильность, проблемно в условиях академической занятости. По данным Экспертного сайта Высшей школы экономики [4], лишь 32% студентов трудоустроены по договору или контракту. В этой ситуации встаёт вопрос о целесообразности рассмотрения дополнительных источников заработка.

Фриланс – самостоятельное планирование рабочего времени, самостоятельная организация рабочего места, часто – отсутствие договора о найме, трудовая деятельность у нескольких работодателей [1].

Фриланс, то есть осуществление трудовой деятельности без заключения договора с работодателем и привлечение работника для выполнения определённых в данный момент времени задач, является реальной альтернативой постоянному трудоустройству как основной источник заработка. Самым главным преимуществом работы в фрилансе заключается в независимости. Независимость заключается в отсутствии работодателя, отсутствие контроля со стороны. Человек может сам распределять своё рабочее время. Но свободная занятость требует неординарного подхода к поиску работы, отношения к работодателям, и, само собой, не каждый способен сам организовать своё рабочее время и найти мотивацию, хотя в настоящее время все больше и больше сотрудников компаний, выпускников и молодых специалистов ориентируются именно на более гибкие формы работы.

Но основная проблема фрилансера (человека, занимающегося фрилансом) – отсутствие социальных гарантий и возможность невыплаты заработной платы вследствие удалённой работы. В настоящее время ситуация на рынке фриланс-услуг складывается так, что многие фрилансеры работают по заключенным краткосрочным трудовым договорам, которые характеризуются гражданско-правовым характером, или вовсе по устной договоренности с работодателем совсем незащищены соответствующим трудовым законодательством [2].

Рассмотрев явление фриланса с юридической стороны, следует проанализировать его психологические компоненты. Фриланс является трудовой деятельностью, а трудовая, как и любая другая деятельность, является порождением сразу нескольких компонентов сознания.

Когнитивный компонент сознания, показателем которого являются знания, отвечает за проецирование накопленного опыта и полученных знаний на нашу деятельность. Нельзя заниматься фрилансом (рерайтингом текстов, переводом и т.д.) без определённого набора навыков и умений, полученных в результате когнитивных процессов.

Ценностно-мотивационный компонент сознания является основным побудителем к деятельности. Показателем данного компонента является наше отношение к чему-либо. Неудовлетворительно оценивая характер своего материального положения, индивид мотивирован на получение прибыли, а фриланс как трудовая деятельность является выходом из сложившейся ситуации.

Следующий компонент сознания, в призме которого можно рассмотреть фриланс, является ориентационным аспектом. Индивид, нуждающийся в источнике доходов, в качестве установки может иметь получение прибыли, не идущее в разрез с учебной деятельностью. Фриланс как непостоянная занятость является лучшим ответом на установку индивида улучшить материальное положение, не нанося вред учебному процессу.

Последним рассматриваемым компонентом сознания будет конативный компонент. Сознание в данном случае выступает как механизм «внутреннего регулятора социальной деятельности и поведения личности». Поведение личности образовано системой мотивов, потребностей, интересов и установок, характеризующих отношение человека к социальному окружению и самому себе, особенности восприятия личности каждой конкретной ситуации. Иными словами, конативный компонент является неким «пастырем» индивида на пути к деятельности, координирующим его поступки, которые, в свою очередь, и воплощаются в деятельность [3].

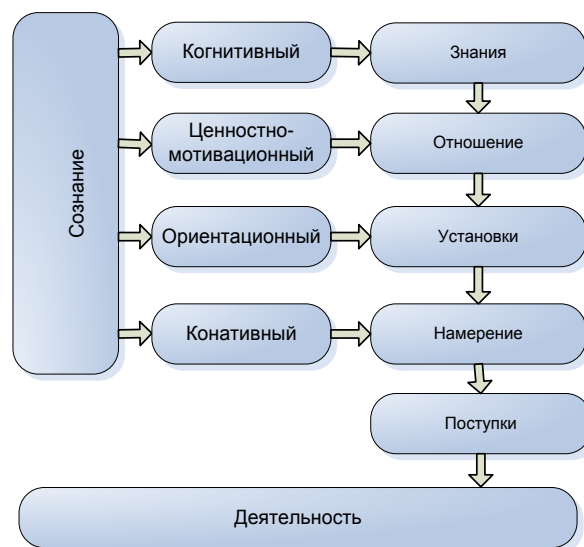


Рисунок 1. Структура сознания личности

На основе некоторых результатов исследования, которые были получены путём анкетного опроса (опрошено 300 студентов Самарского Университета), можно говорить о том, что:

65% опрошенных молодых людей не удовлетворены своим материальным положением, 25% студентов своим материальным положением довольны, а остальные не смогли дать точного ответа.

Из всех опрошенных лишь 23% студентов занимаются фрилансом. А 53% считает, что не подкреплённая контрактом трудовая деятельность приемлема для них.

Что касается информированности о фрилансе, то 77% из всех опрошенных отлично информированы о таком виде заработка.

58% студентов считают главным достоинством фриланса – гибкий график.

Но при этом более половины студентов отметили, что фриланс не приносит больших доходов.

В свою очередь, самих фрилансеров больше всего привлекает интересная, творческая работа и удобный график работы, так ответили 55 и 63% фрилансеров соответственно. Интересно то, что размер оплаты труда у фрилансеров стоит на 3-м месте (46%).

Результаты опроса были проанализированы, сделаны следующие выводы: студенческая молодёжь открыта инновациям и нестандартным подходам, интенсивная социализация, осуществляемая индивидом в процессе обучения в высших учебных заведениях, мотивирует личность к творческой деятельности. Творческий компонент фриланса позволяет данному виду деятельности попадать в информационное поле студента, о чём говорит высокая информированность о данном явлении. Но фрилансом занимаются менее четверти опрошенных, и тому есть объяснение – более половины студентов назвали его низкооплачиваемым вариантом трудовой деятельности. Несмотря на явный плюс – свободный график, студенты ставят материальную выгоду выше свободного времени, и получение прибыли – основной мотив деятельности, следовательно, в иерархии ценностей материальное благосостояние может стоять выше осуществления научно-познавательной деятельности в стенах университета. Несмотря на то, что фриланс в пирамиде доходов занимает 3-е место в качестве источника прибыли, можно говорить о расположении на третьем месте среднего значения заработка фрилансера, так как студенты высказывались о низком уровне дохода от данной трудовой деятельности: фриланс – явление неоднородное, и некий процент фрилансеров может иметь сравнительно большой заработок от своей деятельности, что и позволило этому виду получения прибыли занять в списке 3-е место, однако в среде фриланса доминирует малый размер заработной платы.

Список литературы:

1. Планета HR. URL: <http://planetahr.ru/publication/1794> (дата обращения 3.04.16г.).
2. Стребков Д., Шевчук А. Фрилансеры в информационной экономике: как россияне осваивают новые формы организации труда и занятости (по результатам «Первой всероссийской переписи фрилансеров»). Препр. WP4/2009/03. Сер.: WP4. М.:Изд-во Гос. ун-та – Высш. шк. экономики, 2009.
3. Чердымова Е.И., Сорокина Т.М. Организационно-психологическое сопровождение формирования экопрофессионального сознания студентов. – Самара: Издательство «Самарский университет», 2013. – 390 с.
4. Экспертный сайт Высшей школы экономики. URL:<http://opes.ru/1746328.html>; (дата обращения: 28.03.2015).

ВЛИЯНИЕ РЕКЛАМЫ НА ПСИХИКУ ПОДРОСТКОВ

Яковлева Екатерина Александровна

*студент, кафедра «Управление и информатика в технических системах»,
БИТИ НИЯУ МИФИ,
РФ, г. Балаково*

Горкун Ольга Павловна

*студент, кафедра «Управление и информатика в технических системах»,
БИТИ НИЯУ МИФИ,
РФ, г. Балаково*

Зеленов Александр Алексеевич

*студент, кафедра «Управление и информатика в технических системах»,
БИТИ НИЯУ МИФИ,
РФ, г. Балаково*

В данной статье речь идет о влиянии рекламы, ежедневно транслирующейся по телевидению и в сети Интернет, на неокрепшую детскую психику и сознание.

Одним из спорных вопросов среди рекламодателей является вопрос о влиянии рекламы на детей. Исследования доказали, что телевидение является важным источником информации для подрастающих поколений. Критики утверждают, что дети особенно подвержены влиянию рекламы, потому что, в силу возраста и недостатка опыта, не могут противиться убедительным рекламным обещаниям. Ввиду этого, многие считают, что вводящая детей в заблуждение реклама должна быть запрещена.

С другой стороны, реклама является неотъемлемой частью жизни, и дети должны научиться иметь дело с этой важным моментом потребительской социализации, чтобы приобретать навыки, необходимые для рыночных отношений. Некоторые считают, что родители должны помогать детям понимать суть рекламы, вместо того, чтобы просто отказывать в покупке разрекламированной вещи, которая, по их мнению, является ненужной для ребенка.

Помимо этого, растут волнения по поводу того, что рекламодатели используют сеть Интернет, чтобы агитировать детей на покупку чего-либо.

Кажется, что значение рекламы в жизни подрастающих поколений всегда будет оставаться спорной темой.

Однако, современные реалии тяжело представить без средств массовой информации и коммуникации. Реклама стала незаменимым способом взаимодействия магазинов с покупателями. А рекламные объявления являются своеобразными сообщениями, направленными на информирование людей, которые их получают.

Важность рекламы неуклонно растет. Современные бренды для различных маркетинговых целей (повышения продаж и т.д.) полагаются в большей степени на средства массовой информации. Реклама продолжает активно расти и развиваться. Также она играет очень важную роль в формировании постоянно меняющихся норм общества на национальном и глобальном уровнях.

В результате проводимых исследований выяснилось, что дети во всем мире тратят от трех до четырех часов в день на просмотр телевизора. Первоначально дети сталкиваются с проблемами в понимании телевизионных программ.

Например, дети в возрасте до двух лет не видят разницы между рекламой и обычными телевизионными программами.

Дети в возрасте 3–6 лет:

- могут идентифицировать рекламу и отличать ее от телевизионных программ, однако не понимают, что реклама пытается что-то продать;
- склонны думать о рекламе как о развлекательных, смешных или полезных роликах;
- в целом, не оказывает на ребенка должного впечатления (желания завладеть рекламируемым товаром).

В 7–11 лет, дети:

- понимают, что рекламные объявления пытаются что-то продать;
- могут распознавать некоторые рекламные методы, такие как завышение цен на хорошие продукты;
- не всегда могут защитить себя от влияния рекламных объявлений;

- возможно, не всегда понимают, что продукты не так хороши, как обещает реклама, или что рекламодатели могут умалчивать о тех или иных недостатках рекламируемого товара.

Однако позже обнаружилось, что, будучи под непосредственным присмотром родителей, дети вполне могут принимать взвешенные решения о том, правдива ли реклама. Таким образом, рекомендуется, чтобы родители маленьких детей контролировали просмотр телевизора их чадом.

В 12–13 лет, дети:

- как правило, понимают основную цель рекламы, и могут использовать информацию, полученную из рекламного ролика, чтобы решить, хотят они приобретать вещь или нет;

- могут не осознавать, что реклама делает вещь дороже;

- не разбираются в сложных стратегиях размещения продукта.

В 14 лет дети понимают «рыночные правила» и могут скептически относиться к заверениям рекламодателей.

Ведь рекламодатели стараются рекламировать свою продукцию, часто ориентируясь именно на детей из-за их легкой внушаемости.

Ниже приведен список наиболее распространенных рекламных стратегий:

- Взятка: Вы получаете бесплатную игрушку, когда покупаете продукты на определенную сумму (например, от пятисот рублей), и, разумеется, рекомендуется собрать все игрушки серии. Также такой «трюк» применяется для различных снеков, пачек с хлопьями, готовых завтраков и т.д. (игрушка – сюрприз в коробке).

- Приз: Вы можете найти какой-либо промо-код на упаковке различных продуктов, и, в последствии, выиграть приз.

- Большие обещания: производитель уверяет, что его продукт на вкус бесподобен и это самое лучшее, что Вы когда-либо пробовали. Или продукт принесет вам удовольствие и радость, сделает Вашу жизнь лучше - например, вы заведете много друзей, Ваши зубы будут сиять или Вас повысят в должности. Подобные обещания часто доходят до абсурда.

- Суперзвезда: популярные, известные люди становятся «лицом» рекламируемого продукта, мелькают в телевизионных роликах, что наверняка заставит вас думать, что Вы можете быть точно такими же как они, если купите рекламируемый знаменитостью товар. Причем, в большинстве случаев, знаменитые люди не пользуются рекламируемыми ими средствами.

- Мультипликационный персонаж: герой вашего любимого мультика в рекламном ролике заверяет, что именно этот продукт – то, что Вам нужно. Мало кто из детей (и даже взрослых) устоит перед подобным соблазном.

- Специальные эффекты: компьютерная обработка, съемка крупным планом, мягкое освещение и искусственные продукты заставляют выглядеть рекламируемый товар в десятки раз лучше, чем на самом деле.

- Повторение: показ одного и того же рекламного ролика снова и снова, что заставляет постоянно вспоминать рекламируемый продукт.

- Музыка: запоминающиеся («въедливые») мелодии или популярные песни являются одним из самых успешных рекламных ходов.

Таким образом, рекомендуется соблюдать следующие правила, для того, чтобы оградить ребенка от навязчивого влияния рекламы:

1. Эффективная коммуникация между подростками, их сверстниками и семьей. Детские психологи утверждают, что если подростки, окружены хорошей компанией и родительской заботой, они сами будут менее склонны к такого рода развлечениям, как телевидение или Интернет.

2. Родители и другие члены семьи играют ключевую роль в ограничении просмотра ребенком телевизионных программ. Также умеренный родительский контроль позволит ребенку более разумно использовать сеть Интернет и другие средства коммуникации.

3. Активное участие ребенка в спортивных играх способствует умственной стимуляции, автоматически делая ребенка более подвижным.

4. Просмотр таких каналов как: Discovery, Россия К, History Chanel, Animal Planet и других познавательных программ, не так вреден, как просмотр 2x2, Hollywood и т.п.

5. Также такие привычки, как чтение книг, игра на музыкальных инструментах, рисование или танцы повышают уровень эндорфинов («гормоны счастья») в крови, что в свою очередь повышает психофизический статус подростка.

6. Программы, просматриваемые родителями или другими членами семьи должны быть также тщательно отобраны. Очень часто, телепередачи, которые смотрит мать или отец, могут иметь содержание, которое не подходит для детского ума. Ведь ребенок, так или иначе, невольно впитывает информацию, поступающую из телевизора.

7. Как только дети становятся старше, родители и школьные учителя должны выделить время, чтобы объяснить подрастающему поколению о так называемых «взрослых» увлечениях, таких как: употребление наркотических средств, алкоголя и т.д.

8. Предупреждения и возрастные ограничения при просмотре фильмов и т.д. должны быть неукоснительно выполнены.

Список литературы:

1. The australian parenting website. – [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://raisingchildren.net.au/articles/advertising.html>.

СЕКЦИЯ 4. ЭКОНОМИКА

УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ КОММЕРЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯ ГЛОБАЛЬНОЙ ТУРБУЛЕНТНОСТИ ЭКОНОМИКИ

Абгарян Мелине Норайровна
магистрант, Ивановский государственный университет, РФ, г. Иваново

Малкова Татьяна Борисовна
научный руководитель,
д-р экон. наук проф., Ивановский государственный университет,
РФ, г. Иваново

Конкурентоспособность предприятия – это его свойство, характеризующееся степенью реального или потенциального удовлетворения им конкретной потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке. Конкурентоспособность определяет способность выдерживать конкуренцию в сравнении с аналогичными объектами на данном рынке, считает Филип Котлер.

В условиях рыночной экономике очень сложно добиться стабильности и успешного функционирования предприятия, если не планировать заранее его эффективное развитие, не собирать информацию о перспективах возможностях и изменениях, о состоянии целевых рынков, а также положении и успехах своих конкурентов. Кроме того, необходимо постоянно наращивать собственную конкурентоспособность, дабы находиться в одном временном промежутке с развитием рынка.

Конкурентоспособность предприятия можно понимать, как относительную характеристику выражающей отличия данной фирмы в части превосходства от аналогичных фирм в сфере удовлетворения потребности клиентов. С позиции менеджмента конкурентоспособность можно понимать, как преимущество в качестве управления предприятием.

Высокую конкурентоспособность означает удовлетворённости потребителей товарами и услугами данной фирмы и готовность повторно сотрудничать с ней. С позиции качества управления и репутации фирмы конкурентоспособность трактуется как отсутствия отрицательных качеств и в работе фирмы, отсутствие претензий со стороны общества, акционеров, партнёров, а также положительным имиджем и престижностью работы на данном предприятии, обусловленном высоким спросом на рынке труда.

В условиях глобальной турбулентности мировой экономики и экономики России конкурентоспособность каждой фирмы приобретает все больший вес среди всех факторов успешного развития предприятия. В особенности это стало актуально после введения антироссийских санкций.

В частности, при отсутствии качественного импортного товара, возникает необходимость создания новых и совершенствования существующих фирм в России для восстановления необходимого баланса товаров и услуг. Чтобы обеспечить конкурентоспособность отечественных товаров, необходимы как количественные, так и качественные улучшения производства, а также совершенствование управления фирмой.

Конкурентоспособность предприятия как неоднозначное и многогранное понятие включает в свою категорию не только качественные и количественные, а также ценовые факторы продукции и обслуживания. Более того, она зависит и от уровня управления, сложившейся системы менеджмента, структуры управления финансовыми потоками, инвестиционной и инновационной деятельностью предприятия. Кроме того, на конкурентоспособность предприятия оказывает влияние структура и конъюнктура рынка, сложившиеся в данной сфере, а также давление конкуренции, которое фирма испытывает со стороны других предприятий.

В целом, понятие конкурентоспособности можно трактовать как сложный, комплексный процесс, который подразумевает умение предприятия осуществлять деятельность в условиях чисто рыночных отношений и получать при этом прибыль, которая будет эквивалентна не только плановым

показателям эффективности деятельности, прописанным в стратегии и финансовом плане фирмы, но и составит конкуренцию ближайшим предприятиям.

Процесс управления конкурентоспособностью предприятия подразумевает под собой комплексную систему менеджмента, которая охватывает все сферы деятельности фирмы.

Такая деятельность должна осуществляться не только менеджерами по развитию компании и высшим руководством предприятия, но и рядовыми руководителями, так как качество управления зависит от уровня организации управленческой цепи в компании, хорошей организации делегирования полномочий, командной работы и согласованности персонала. Прежде чем разрабатывать стратегию управления конкурентоспособностью в условиях кризиса, необходимо сформулировать систему конкурентных преимуществ предприятия. Эти преимущества можно объединить в следующие группы с позиции функциональной принадлежности:

- структурные;
- ресурсные;
- технические;
- управленческие;
- рыночные;
- преимущества эффективности.

В качестве основного индикатора конкурентоспособности можно использовать размер относительной доли рынка фирмы, а также имидж, известность фирмы, ее финансовую устойчивость, и, несомненно, – прибыльность и эффективность.

В качестве фундаментальных подходов к управлению конкурентоспособности можно выделить следующие аспекты.

1. С позиции маркетинга в основе конкурентоспособности лежат параметры качества, сервиса, цены и послепродажного обслуживания,

обеспечивающего преимущества изделия на рынке среди других предприятий и тем самым программируя его на успех.

2. С позиции стратегического планирования в основе конкурентоспособности лежит моделирование показателей прибыльности и эффективности ещё на стадии проектирования товара.

3. С позиции экономического планирования в фирме должен соблюдаться строгий баланс между возможностями фирмы, ее ресурсной обеспеченностью и плановыми показателями производства и объема продаж.

4. С позиции менеджмента обеспечение конкурентоспособности заключается в грамотном соотношении норм ресурсов целей и способностей персонала, который в свою очередь должно находиться в безупречном балансе.

5. С позиции бухгалтерского учета можно отметить строгое ведение отчетности, своевременное ее предоставление и следование всем нормам налогового и гражданского законодательства.

Кроме того, с учётом нарастающих кризисных явлений в современной экономике качества управления должно сочетаться гибкостью решений и адаптивностью системы менеджмента в быстро меняющихся условиях.

Более того, политика управления ресурсами финансовыми потоками не должна носить агрессивный характер, идеально присутствие диверсификации активов фирмы для нивелирования рисков.

Как правило, усилия менеджеров направляются на достижение следующих целей предприятия:

- повышение качества производимой продукции;
- снижение издержек производства и обслуживания;
- повышение экономичности эргономичности и оперативности послепродажного обслуживания;
- повышение качества и технологичности оборудования;
- стимулирование маркетинговых усилий.

В условиях глобальной турбулентности экономики особую важность приобретает гибкий подход к управлению производством и реализации

продукции на предприятии, а также обслуживанием маркетингом и работой с персоналом. Особенную актуальность приобретает адаптация фирмы в ситуации во время её изменения – так называемые agile-технологии. Этот подход заключается в разработке комплексной системы решений с учётом быстро меняющихся факторов и регулярная корректировка ситуации в соответствии с требованиями клиентов. Такой подход позволяет быстро ориентироваться в ситуации принимать многие изменения до того, как это сделают конкуренты.

Кроме того, в современном мире широкое развитие приобретают Интернет технологии и различные способы дистанционного обслуживания клиентов, электронный документооборот, совершенствуются технологии бухгалтерского учета, планирования и управления рисками фирмы. Такие факторы также нельзя упускать из виду, и одной из объективных причин, обеспечивающих высокое положение фирмы на рынке, является использование передовых технологий.

Таким образом, управление конкурентоспособностью предприятия в кризисной ситуации плавно перетекает в управление кризисной ситуацией для обеспечения конкурентоспособности фирмы.

Список литературы:

1. Мазилкина Е.И., Паничкина Г.Г. Основы управления конкурентоспособностью. Саратов, 2005. С. 23–24.
2. Улмер Р., Селлнау Т., Сиджер М. Эффективная кризисная коммуникация. Харьков, 2011. С. 43–45.
3. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент. – М., 2000. С. 223.

ОСНОВНЫЕ ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ НАЛОГОВОЙ СИСТЕМЫ РФ

Велибекова Мальвина Велибеговна

*студент, Институт сервиса, туризма и дизайна(филиал)
СКФУ в г. Пятигорске,
РФ, г. Пятигорск*

Титова Валерия Владиславовна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доц., Институт сервиса, туризма и
дизайна(филиал) СКФУ в г. Пятигорске,
РФ, г. Пятигорск*

В последние годы Российская Федерация переживает важный экономический эксперимент, связанный с переходом от планового управления народным хозяйством к использованию рыночных механизмов экономического развития. Новые экономические инструменты сосуществуют с элементами предыдущей экономической системы. Процесс осложняется тем, что в стране с переходной экономикой необходимо провести реформы в области права, экономики и политики [1, с. 107]. На данный момент практически все признали, что эффективная реформа налоговой политики и системы налоговых органов в стране являются ключевым фактором успеха в деле перевода экономики на рыночные рельсы.

Налоговая система – это важнейший элемент рыночных отношений и от нее зависит успех экономических реформ в стране [2, с. 151]. Проблема налогов является одной из наиболее сложных экономических реформ в России.

На современном этапе развития государства, стабильность налоговой системы является важнейшим механизмом, воздействующим на уровень экономики. Но часто налоговая система не соответствует в полном объеме рыночной экономике, так как является довольно не простой по исчислению и уплате налогов, характеризуется сложностью ведения налогового учета, документирования, составления отчетности и заполнением налоговых деклараций.

Проблем в сфере налогообложения существует слишком много, чтобы можно было решить в том порядке, в котором они были определены

отдельными указами и поправками. Только незначительная их часть будет так или иначе решена в ближайшее время.

Создание устойчивой налоговой системы является важнейшей задачей правительства. Эффективное налогообложение может быть достигнуто путем гармоничного сочетания выбранного налогового механизма с целями и задачами, которые ставит государство при управлении экономикой.

В области налогообложения, конечно же, есть ряд проблем, которые необходимо решить. По-прежнему, присутствует высокая доля теневой экономики и распространены уклонения от налогов. Это подрывает не только систему поступления налоговых доходов в бюджет, но и способствует неравной конкуренции, так как ставит добросовестных налогоплательщиков в неблагоприятные условия.

Согласно основным направлениям налоговой политики Российской Федерации на 2016 год и на плановый период 2017 и 2018 годов является создание эффективной и стабильной налоговой системы, которая будет обеспечивать финансовую устойчивость в среднесрочной и долгосрочной перспективе. Основными целями налоговой политики продолжают оставаться поддержка инвестиций и стимулирование инновационной деятельности.

Так, например, основные направления налоговой политики позволяют экономическим агентам определить свои бизнес – цели с учетом планируемых изменений в налоговой сфере [6, с. 81]. В ходе последующего трехлетнего периода приоритетом Правительства Российской Федерации остается недопущение какого-либо увеличения налоговой нагрузки на экономику. В то же время, планируется применять налоговые меры для стимулирования инвестиций, проводить антикризисные налоговые меры, повышать эффективность системы налогового администрирования.

Также в целях противодействия неправомерному возмещению НДС и занижению налоговой базы предлагается:

- установить обязанность при реорганизации юридического лица, восстанавливать НДС по имуществу, передаваемому правопреемнику, который уже не облагается налогом на добавленную стоимость;

- уточнить размер НДС, подлежащего восстановлению покупателю в случае перечисления авансовых платежей;

- уточнить порядок определения налоговой базы при реализации права собственности на нежилые помещения;

- ввести обязанность налогоплательщика к возмещению НДС, принятого к вычету по авансовому платежу, если поставка не состоялась в течение определенного периода времени.

С 1 января 2016 года были введены трехлетние «надзорные каникулы» для организаций, которые в течение трех лет не имели серьезных нарушений в соответствии с установленными правилами по ведению деятельности. Все требования для определенных видов деятельности будут упорядочены, систематизированы и находится в открытом доступе [4, с. 64].

С целью предоставления налогоплательщику возможности получать информацию о налоговых последствиях сделки, которую он только планирует совершить, предполагается ввести институт предварительного налогового контроля, который уже успешно функционирует в зарубежных правовых системах. Такой институт позволит существенно снизить налоговые риски, сыграет важную роль в стимулировании деловой активности за счет повышения стабильности и определенности правового регулирования налогообложения, предоставит налогоплательщику гарантию в отношениях с налоговым органом.

Для обеспечения устойчивости бюджетов субъектов Российской Федерации и местных бюджетов предлагается «отказаться от установления новых льгот (включая освобождения от налогообложения, исключения из налоговой базы объекта налогообложения) по региональным и местным налогам».

Наиболее важными изменениями в системе налогообложения, планируемые на ближайшие годы, являются:

- создание специальных условий для ведения предпринимательской деятельности в области обеспечения социально-экономического развития на Дальнем Востоке и в Восточной Сибири;

- содействие развитию малого предпринимательства;

- противодействие уклонению от уплаты налогов с помощью низконалоговых юрисдикций, в том числе путем введения института контролируемых иностранных компаний.

Для того чтобы предотвратить резкий рост налоговой нагрузки на налогоплательщиков, планируется предусмотреть в Налоговом кодексе Российской Федерации введение специальных переходных положений (планируется распределять повышение налога на 4–5 лет, применяя понижающие коэффициенты).

Трудно представить себе эффективную налоговую политику, которая формируется без определения механизма контроля правильности и своевременности уплаты налогов и сборов. В этой связи, состав надзорных органов может пополниться службой предварительного контроля. В данный орган компания сможет обратиться за консультацией еще на стадии подготовки хозяйственных операций и четкого представления ее результатов в налоговой сфере. Также будет сокращен перечень сведений, составляющий налоговую тайну, что положительно скажется на информированности налогоплательщиков по отношению к своим партнерам.

Налоговая политика Российской Федерации формируются на данном этапе Министерством финансов, который публикует ежегодно информацию о планируемых направлениях ее развития, предоставляет данные о том, какой будет налоговая политика в ближайшие два года. В частности, подобный проект на 2016–2018 годы размещен на сетевом ресурсе ведомства в 2015 году. Предполагается, что в ближайшее время регулирование налоговой политики обеспечит решение сложных задач по стимулированию экономической активности, противодействию кризисным явлениям, повышению наполняемости государственной казны. Состояние системы налогообложения

при выполнении всех необходимых задач может быть улучшено, путем создания эффективной, конкурентоспособной, устойчивой и, самое главное, удобной налоговой системы.

Список литературы:

1. Айдинова А.Н., Титова В.В. Трансформация социально-экономической модели развития современной России. В сборнике: Результаты научных исследований. Научно-издательский центр «Аэтерна»; Ответственный редактор: Сукиасян А.А. 2015. С. 106–108.
2. Миляков Н.В. Налоги и налогообложение: Учебник. – М.: ИНФРА-М., 2013. – 269 с.
3. Налоговый кодекс РФ, часть 1 от 31.07.1998 №146-ФЗ (с изменениями и дополнениями от 27.07.2014).
4. Павлова Л.П., Понкратов В.В. Отдельные аспекты совершенствования налоговой политики // Финансы. №14, 2014. – С. 64.
5. Федеральный закон от 08.06.2015 №150-ФЗ.
6. Шаталов С.Д. Какой быть налоговой системе РФ? // Финансы. №16, 2014. – С. 81.

СПОСОБЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ И УСЛУГ НА СОВРЕМЕННОМ РЫНКЕ

Каюмова Юлия Маратовна

*студент, Ульяновский государственный технический университет,
РФ, г. Ульяновск*

Гурьяшкина Татьяна Александровна

*студент, Ульяновский государственный технический университет,
РФ, г. Ульяновск*

Смоленская Светлана Владимировна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доц. кафедры «Экономическая
теория», Ульяновский государственный технический университет,
РФ, г. Ульяновск*

Каждая фирма заинтересована в своём положении на рынке. Но прежде чем начинать продвижение, необходимо изучить показатели конкурентоспособности фирм-конкурентов. В процессе анализа их сильных и слабых сторон, можно составить результативный план продвижения товаров на рынке.

Для увеличения конкурентоспособности применяются меры различного воздействия на каждого потенциального потребителя, поскольку очень важно, чтобы он судил о товаре на основе достоверных знаний о продукции фирмы, делающих привлекательным «образ» товара в его глазах. Одной из таких мер является создание бренда. Брендинг – инструмент продвижения товаров и услуг, формирующий долгосрочные связи с потребителями на основе актуальных для них ценностей и манипуляций. Бренд включает разработку названия фирмы, ее логотипа, а также ряда особенностей, зачастую обеспечивающих известность и укоренение в потребительском сознании. Система брендинга на сегодняшний день является прямым путем к успеху. На примере многих ведущих торговых лидеров можно сделать вывод о том, что бренд является основой процветания и существования фирмы и оказывает значительное влияние на формирование представлений о ней и ее взаимоотношениях с реальными и потенциальными потребителями. Но далеко

не каждая фирма способна создать собственный бренд и удерживать его на высоком уровне.

Успешный бренд должен иметь коммерческую выгоду для потребителя и общественную значимость (обладание марочным продуктом должно вызывать одобрение в некоторой социальной группе), вызывать положительное эмоциональное расположение покупателя ко всем продуктам данной марки. Убедиться в этом можно на примере Apple, одного из крупнейших мировых брендов, которому уже на протяжении нескольких лет удается продавать товары в большом количестве по достаточно высокой цене, потому все устройства Apple являются «статусными». Приобретая продукцию этой марки покупатель становится членом «закрытого клуба» – огромной сети пользователей и услуг. Главная идеология Apple базируется на «самовыражении» и удобстве, что вызывает явное удовлетворение продукцией.

Бренд должен иметь некоторый набор ценностей, олицетворяющих некую его миссию в обществе. Подозрение на преследование каких-либо коммерческих целей будет рассматриваться потребителем как предательство, что, несомненно, вызовет негативный эффект. При формировании бренда нужно учитывать ценности и менталитет общества, доверие которого необходимо получить. Следует учесть, что при выходе на “новую территорию” некоторые установки потребуются скорректировать, поскольку каждая социальная группа имеет уникальный набор ценностей.

Зачастую, потребители при выборе товара отдают свое предпочтение тому, чье имя закрепилось в их сознании, поэтому любой фирме важно сформировать долгосрочные связи со своими реальными и потенциальными клиентами. «Это взаимосвязь между торговой маркой как образом и потребляющим ее обществом, обусловленная уникальной комбинацией ассоциаций, вызываемых товаром (название, упаковка, история, реклама, продвижение и т.д.), благодаря которой потребители отличают один товар от другого» [1, с.62].

Однако не только сам бренд оказывает манипулятивное воздействие на потребителя, но и люди, рекламируя и рассказывая о той или иной марке своим

окружающим. Таким образом, при постоянной видимости и слышимости о данном бренде складывается впечатление его постоянного присутствия в жизни потребителей, что играет немаловажную роль при выборе им продукта.

Реклама бренда – это очень эффективное средство, которое помогает не только распространить информацию, о том или ином товаре (услуге), но и повлиять на психологическое состояние человека, вызвать у него некие эмоции, что зависит от оригинальности рекламы.

Экономическое целеполагание рекламной деятельности заключается в следующем:

- информационная поддержка партнеров печатной продукции (плакаты, буклеты, листовки, блокноты);
- создание и формирование в сознании клиентов виртуального образа компании с помощью логотипа, слогана, цветовой гаммы (*В результате проведения небольшого опроса было установлено, что большинство участников хотели бы видеть в рекламе яркую и запоминающуюся «изюминку», в качестве которой можно применить интригу или звучный слоган).

Если бы рекламную продукцию можно было применять в деле, то она смогла бы сформировать привязанность клиента к компании. После создания яркого виртуального образа, человек захочет поделиться новой информацией со своими родственниками, коллегами и т.д. То есть происходит процесс доведения до широкой аудитории. Очевидно, что в последнее время, именно общественное мнение влияет на принятие решения клиента о покупке товара (услуги).

В качестве примера хочется привести рекламу известной многим марки машины TOYOTA (Рис.1).



Рисунок 1. Эмблема TOYOTA

Слоган звучный, логотип интересный, даже «изюминка» есть, о которой мало кто знает (Рис. 2).

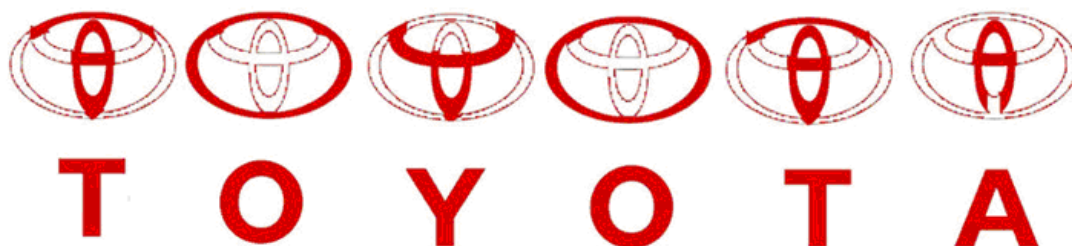


Рисунок 2. Расшифровка эмблемы TOYOTA

Но конечно, не столько реклама радует клиентов, как само качество машины. Тем не менее она обеспечивает хороший стиль и высокий статус.

Большое значение имеет реклама и продвижение бренда в интернете. Под интернет-маркетингом следует понимать все элементы традиционного маркетинга в интернете, а именно цену, товары, место продажи, продвижение. Интернет-маркетинг стал популярным, благодаря большому числу пользователей Всемирной сети. На 2017 год их количество составляет уже более 3 млрд.

Основными способами продвижения продукции в интернете являются:

- собственный сайт (просто необходим для успешной продажи в интернете, так как на нем размещается подробная информация об организации, фотографии товаров и т.д. Важной особенностью для сайта является его «раскрутка», возникает задача поисковой оптимизации);

- поисковая оптимизация (меры для поднятия сайта, которые способствуют быстрой выдаче ответов на запросы пользователей, цель – увеличить количество посетителей сайта);

- социальные сети (Вконтакте, одноклассники и др. – реализуют мгновенное распространение информации между пользователями);

- вирусный маркетинг (в основе лежит передача информации через социальные сети. При каждом удобном случае, подобно вирусу, сообщение мгновенно передается другим пользователям. Существует много видов таких вирусов, самым распространенным среди которых является видео).

Продвижение продукции в интернете имеет много достоинств:

- возможность разузнать всю необходимую информацию гораздо дешевле и быстрее;

- можно спросить советов у других людей по продаже;

- простота при заказе товара;

- покупка товара непосредственно на дому;

- возможен вариант бесплатной доставки.

Огромным плюсом является скидка или небольшие подарки. В качестве примера можно рассмотреть торговую площадку в Китае, принадлежащую огромному холдингу Алибаба – Aliexpress. Один из самых популярных сайтов в России, которым пользуется огромное количество людей. Любой товар можно с легкостью подобрать под свой вкус, очень большой выбор, продукция фактически по «себестоимости», следовательно недорогая. А это основное, что ценят потребители. Продавцы в Китае, часто кладут бесплатные подарки вместе с покупкой, что очень нравится большинству покупателей.

Еще одним инструментом продвижения товаров является франчайзинг – это закрепленная законодательством лицензия на использование бренда и технологии производства между франчайзером (фирмой, предоставляющей право пользования) и франчайзи (человеком или фирмой, получающими эту лицензию), предусматривающая определенную компенсацию, взаимные обязательства и льготы по ведению бизнеса. Также франчайзинг можно определить, как форму ведения бизнеса, в которой одна сторона (франчайзер) передает другой (франчайзи) право на продажу продукта и услуг первой стороны по заранее оговоренным правилам. Франшиза (франчайзинговый пакет) — бизнес-модель, которую франчайзер продает франчайзи.

Крупными представителями, использующими франчайзинговую систему, являются Coca-Cola, Pepsi и McDonald's. Coca-Cola и Pepsi продают местным разливающим компаниям технологию приготовления концентратов и ингредиенты, необходимые для производства напитков. На местах смешивают компоненты, разливают в фирменные бутылки и распространяют на своей территории под именем этих компаний. McDonald's вместе с брендом и технологией приготовления имеет свои стандарты внутреннего и внешнего дизайна помещений, поэтому от франчайзи требуется также соблюдение фирменного стиля в организации приготовления блюд и обслуживания клиентов.

Франчайзинговое соглашение оказывается выгодным для обеих сторон. Франчайзер получает ежемесячные выплаты со стороны франчайзи за «аренду» товарного знака. Стоит отметить, что такое сотрудничество как нельзя лучше способствует продвижению товарной марки [4, с.105]. Увеличивается оборот продукции, повышается известность бренда.

Франчайзинг также предоставляет прекрасную возможность для развития малого бизнеса, «арендующего» имя известных крупных компаний, поскольку нет необходимости вкладывать значительные средства в рекламу. Для успешного ведения бизнеса франчайзер обеспечивает франчайзи различными формами поддержки и пользуется правом регулирования деятельности

франчайзи с целью сохранения репутации на рынке, не нарушая при этом его юридической и экономической самостоятельности [6, с.107].

На образ товара в глазах потребителей значительное влияние оказывает умение конкретным магазином его представить. Мерчендайзинг – это комплекс мер по эффективному размещению продукции и рекламных материалов в торговом зале, который позволяет максимального объема сбыта товара в торговой точке [3, с.215]. Иными словами – это «продажи без продавца». Мерчендайзинг занимается выкладкой и оптимальным расположением продукции относительно потоков движения покупателей в магазине, учитывая при этом торговые марки, вкусы потребителей, особенности упаковки (форма, размер, дизайн, цвет), а также запасы, имеющиеся на складе.

Мерчендайзинг оказывает значительное влияние на продвижение товара, поскольку 40–60% всех покупок не планируются заранее, а происходят непосредственно в торговой точке. Многие современные крупные производители пересматривают свою политику в продвижении товаров, уделяя значительное внимание мерчендайзингу. Так, компания Procter&Gamble (P&G) перенаправила часть средств, выделяемых на рекламу, на развитие новой торговой политики. Компания разработала маркетинговую концепцию под названием FMOT (the First Moment of Truth – Первый Момент Истины), согласно которой наибольшая эффективность влияния на решение о покупке наблюдается именно в местах продаж товара. По данным исследований компании, посетитель магазина становится покупателем товара в первые 3–7 секунд после того, как он его видит [5, с.9].

На размещение и представление товара в конкретной розничной точке существенное влияние оказывают взаимоотношения фирмы с этой точкой. Вот почему для успешного развития мерчендайзинга важно создавать позитивные рабочие отношения, а также регулярно собирать достоверную информацию о деятельности конкурентов.

Еще одним популярным способом продвижения и продажи товаров в России является проведение выставок и ярмарок. Именно на них продавцы

непосредственно контактируют с покупателями, причем что встречи могут быть даже случайными.

Выставки – это демонстрация достижений своего предприятия, необходимая для установления новых связей с клиентами, информирования по вопросам, касающихся товара (услуг), а также заключение крупных контрактов с потенциальными потребителями продукции. Главным элементом выставок является стенд. Его наличие необходимо для активного привлечения клиентов, причем его расположение должно быть в начале или центре экспозиции. Конечно, стенд нужно оригинально оформить, чтобы вызвать интерес и желание приобрести что-либо. Стендист в начале разговора мысленно должен оценить покупателя, понять его вкусы, статус, выбрать определенный стиль общения.

В России самой крупной компанией, занимающейся организацией выставок, является ЦВК «Экспоцентр». Ее целью является активное продвижение товара в массы, помогая большому и малому бизнесу.

Ярмарка – кратковременное мероприятие, проводимое чаще всего в одном и том же месте, где большое число производителей представляют свой товар. Товары на ярмарках могут быть представлены в образцах, буклетах, чертежах, фотографиях. Участие в ярмарках зарубежных фирм специалистов и гостей способствует упрочнению связей отечественных фермеров с зарубежными. Выходу на престижные европейские ярмарки (в Англии, в Германии, во Франции и др.) Россия обязана именно ярмарке «Российский фермер». Люди, которые устраивали эту ярмарку, немало почерпнули знаний из опыта выставок-ярмарок начала XX века. Из этого следует, что уровень знаний наших предшественников, был весьма высок, ведь они смогли предугадать необходимость в тех или иных начинаниях.

Положительной стороной выставок и ярмарок прежде всего является нейтрализация размеров предприятий, ведь все сосредоточены в одной среде, и там уж только покупателям судить, у кого товар лучше.

Большим преимуществом, кроме предприятий-экспонентов, пользуются и потребители:

- у покупателей есть возможность сравнить цены и качество, выбрать нужный товар по своему вкусу;
- можно получить бесплатную консультацию;
- часто владельцы фирм устраивают дегустацию (если говорить про ярмарку продуктов), что вызывает большое удовольствие у покупателей;
- экспозиции предоставляют посетителям опробовать товар в действии.

Важное замечание для организаторов выставок и ярмарок сделала Ия Имшинецкая: «Надо заботиться о том, чтобы ассортимент ваших товаров и услуг был как можно шире, неважно, продаете ли вы стройматериалы или компьютеры. Что же касается максимально широкого выбора, то здесь при ближайшем рассмотрении может оказаться, что «реальный» выбор подменяется «мнимым». Другими словами, если вы пришли в магазин за светильником и увидели там 345 видов примерно одинаковых по функциональности, дизайну и цене светильников, вы ничего не выберете, решив пойти еще подумать» [2, с. 19–20].

В заключении хочется отметить, что качественно пустить продажу товара в оборот, просто изготовив его, нельзя. Продажи могут быть, а могут и не быть вообще. И это не значит, что товар не нужен людям. Он новый, никем не опробованный, еще вызывает мало доверия. И чтобы продукт начали покупать, его необходимо продвигать в массы, поставить высокую планку в качестве. Этой реализацией и занимаются современные способы продвижения, которые описаны в данной статье.

Список литературы:

1. Джоунс Д.Ф. Роль рекламы в создании сильных брендов: – М.: Издательский дом «Вильямс», 2005. – 496 с.
2. Имшинецкая И. Как продавать дорогие и очень дорогие товары. – СПб.: Питер, 2006. – 112 с.

3. Мазилкина Е.И. Маркетинговые коммуникации: Учебно-практическое пособие / Е.И. Мазилкина. – 2-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2014. – 256 с.
4. Мартыненко Е.А., Смоленская С.В. Современные методы продвижения товаров на рынке и их влияние на потребительский спрос // Взаимодействие науки и общества: проблемы и перспективы: сборник статей Международной научно-практической конференции (1 марта 2016 г, г.Уфа). В 4 ч. Ч. 1 / – Уфа: Аэтерна, 2016. – С.103–106.
5. Толмачева И.А. Эффективный мерчендайзинг. Взгляд поставщика. – Спб.: БХВ-Петербург, 2012. – 160с.
6. Ягудин С.Ю. Венчурное предпринимательство. Франчайзинг / С.Ю. Ягудин. – Спб.: Питер, 2011. – 256с.

АНАЛИЗ СТРУКТУРЫ ВЫРУЧКИ ПАО «ТРАНСНЕФТЬ»

Джулай Дарья Вячеславовна

*студент, Самарский государственный экономический университет, СГЭУ,
РФ, г. Самара*

АО «Транснефть – Верхняя Волга» реализует мероприятия по увеличению поставок дизельного топлива на экспорт через Балтийскую трубопроводную систему (БТС) в направлении нефтеналивного порта Приморск в рамках инвестиционного проекта «Север». Условием увеличения поставок дизельного топлива в экспортном направлении является реконструкция магистральных насосных нефтеперекачивающих станций (НПС) ранее задействованных только для транспорта нефти [2].

Добываемая Компанией нефть поставлялась на внутренний российский рынок и рынки дальнего и ближнего зарубежья. Экспорт нефти в страны дальнего зарубежья составил 10,4 млн. тонн нефти. В страны ближнего зарубежья поставлено 1,3 млн. тонн нефти. Основной объём поставок нефти на внутренний рынок направлен на обеспечение загрузки сырьём нефтеперерабатывающих заводов «ТАНЕКО» и «МЕРО-ЧР». В 2015 году подготовлено и сдано в систему транспорта 26 424,8 тыс. тонн ресурсов ПАО «Транснефть», с учетом вовлечения остатков поставлено потребителям 26 699,8 тыс. тонн. Кроме собственных ресурсов в 2015 году было реализовано 2,1 млн. тонн нефти независимыми нефтяными компаниями (ННК), в том числе:

- на экспорт (дальнее и ближнее зарубежье) – 0,4 млн. тонн;
- на внутреннем рынке (НПЗ России) – 1,7 млн. тонн [1].

Изменение выручки от продажи товаров в 2015 по сравнению 2014 произошло в результате:

- Роста выручки от оказания услуг по транспортировке нефтепродуктов в результате изменения тарифов и объемов транспортировке нефтепродуктов и грузопотоков;

- Снижения выручки от реализации нефти на экспорт в рамках договора с Китайской национальной объединенной нефтяной корпорацией, в основном, за счет снижения цены на нефть при росте курса доллара США;
- Роста выручки от оказания услуг по компаундированию нефти за счет повышения объемов компаундирования;
- Роста выручки от сдачи в аренду объектов связи [3, с. 117].

Таблица 2.

«Выручка от продажи товаров»

Наименование показателя	Сумма, тыс. руб.		Изменение, тыс. руб.	Изменение, %
	2015 год	2014 год.		
1	2	3	4	5
Выручка-всего	756936378	717346491	399589887	5,5
в том числе:				
Услуги по транспортировке нефти	555764721	499570524	56194197	11,3
Услуги по транспортировке нефтепродуктов	48539932	42016927	6523005	15,5
Реализация нефти на экспорт	143589097	168514599	-24925502	-14,8
Услуги по компаундированию нефти	5329348	4633427	695921	15,0
Сдача имущества в аренду	784417	258721	528696	204,3
Прочее	2925863	235293	573570	24,4

Таблица 3.

«Выручка от продаж товаров»

Наименование показателя	Сумма, тыс. руб.		Изменение тыс. руб.	Изменение %
	За 2014 год	За 2013 год		
1	2	3	4	5
Выручка всего:	717 346 491	704 714 002	12 632 489	1,8
Услуги по транспортировке нефти	499 570 524	506 443 550	-6 873 026	-1,4
Услуги по транспортировке нефтепродуктов	42 016 927	37 225 171	4 791 756	12,9
Реализация нефти на экспорт	168514599	153 687 945	14 826 654	9,6
Услуги по компаундированию нефти	4 633 427	5 309 743	-676 316	-12,7
Сдача имущества в аренду	258 721	517 426	-258 705	-50,0
Прочее	2 352 293	1 530 167	822 126	53,7

Изменение выручки от продажи товаров (работ, услуг) в 2014 году по сравнению с 2013 годом произошло в результате: снижения выручки от оказания услуг по транспортировке нефти, что обусловлено, в основном,

снижением объема оказанных услуг (грузооборота); роста выручки от оказания услуг по транспортировке нефтепродуктов в результате увеличения объемов транспортировки и изменения тарифов на услуги по транспортировке нефтепродуктов; роста выручки от реализации нефти на экспорт в рамках договора с Китайской национальной объединенной нефтяной корпорацией, в основном, за счет роста курса доллара США; снижения выручки от оказания услуг по компаундированию нефти за счет снижения объемов компаундирования. Снижение выручки от сдачи имущества в аренду обусловлено передачей объектов связи в качестве оплаты за дополнительно выпущенные обыкновенные акции АО «Связьтранснефть» в 2013 году.

Таблица 4.

«Прибыль Транснефть 2014–2013»

Наименование показателя	2014	2013	Изменения
Чистая прибыль	11783833	11260439	523394

Таблица 5.

«Стоимость чистых активов»

Наименование показателя	На 31.12.2014	На 31.12.2013	На 31.12.2012
Стоимость чистых активов	155691822	151419887	1455126570

Чистая прибыль в 2014 году по сравнению с 2013 годом увеличилась на 523 млн. руб., что связано, в основном, с увеличением прибыли от продаж, а также ростом положительного сальдо процентов к получению и процентов к уплате.

Таблица 6.

«Прибыль Транснефть 2014–2015»

Наименование показателя	2015 год	2014 год	Изменения
Чистая прибыль	12801410	11783833	1017577

Чистая прибыль в 2015 году по сравнению с 2014 годом увеличилась на 1018 млн. руб. и составила 12801 млн. руб.

Список литературы:

1. Бухгалтерская отчетность ПАО «Транснефть».
2. О компании. 01.02.2017. URL: <https://www.transneft.ru/about/story/> (дата обращения 04.02.2017).
3. Печерская Э.П., Юдина О.В. Технологии проектного управления в профессиональной подготовке современных менеджеров: Информатика и образование. 2007. № 12. С. 117.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ФОРМ ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ В РАМКАХ СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА

Иванов Леонид Дмитриевич
студент, Южно-Уральский государственный университет,
РФ, Челябинск

Одной из главных проблем построения SMM-кампании является отсутствие целей, исходящих из потребностей организации, в том числе и образовательной. Основным смыслом, который чаще всего закладывается в продвижение бренда в социальных сетях – это увеличение количества подписчиков на официальных каналах в социальных сетях [3]. По мнению многих компаний панацеей становится то, что при большем количестве участников сообществ и аккаунтов, будет большая площадь покрытия информацией [5]. Исходя из этого многие организации считают правильным привлекать в группу огромное количество людей, не попадающих в целевую аудиторию, тем самым распределяя свою работу на неэффективные каналы.

Преимуществом грамотно и четко написанных задач SMM-кампании является эффективный анализ итогов, понятный механизм измерений и выбор специализированных метрик. Другими словами, при правильной постановке задач мы можем получить эффективно спланированную и измеримую кампанию [4].

Формулируя стратегию программы продвижения бренда, необходимо учитывать цели SMM-кампании, выбор целевых аудиторий, позиционирование учреждения, а также площадки продвижения в Социальных сетях.

Цель SMM-кампании: привлечение абитуриентов в образовательную организацию, путем присутствия бренда образовательной организации в социальных сетях.

Задачи SMM-кампании:

- повышение узнаваемости бренда образовательной организации, путем присутствия в социальных сетях [1];

- перенаправление потоков целевой аудитории на официальный сайт образовательной организации;
- получение обратной связи от целевых аудиторий стратегии SMM-кампании образовательной организации;
- развитие корпоративной культуры среди целевых аудиторий SMM-кампании образовательной организации;
- мониторинг и контроль упоминаний бренда образовательной организации в социальных сетях;
- работа с лояльностью аудитории по отношению к образовательной организации;
- управление репутацией образовательной организации в социальных сетях;
- предоставление информации об услугах образовательной организации.

Опишем целевые аудитории программы продвижения бренда образовательной организации в социальных сетях.

1. Ученики школ до 10 класса. Аудитория, подверженная влиянию брендов. Аудиторию необходимо знакомить с самим брендом, показывать престиж и уникальность предлагаемых востребованных профессий на рынке труда. Для аудитории подходит игровой контент с двухсторонней коммуникацией. Необходим глубокий посев (размещение рекламы в сообществах целевой аудитории, в комментариях на форумах) внутри целевой аудитории, таргетированная реклама. Аудиторию интересуют образовательные проекты (олимпиады, курсы, школы, форумы, выездные семинары), спортивные мероприятия на базе университета, культурные мероприятия, чемпионаты, крупные информационные поводы, научные открытия, историческая значимость, студенческая жизнь и культура, игрофицированный материал.

2. Ученики школ 10–11 класса. Более глубокая работа надо лояльностью к бренду, работа с обратной связью. Бренду важно находиться в нужный момент в нужном месте. Усиленная таргетированная реклама в момент подготовки и

сдачи экзаменов. Включение участников аудитории в корпоративную культуру. Построение коммуникации с помощью предоставления информации о программах подготовки и предоставляемых услугах, перенаправление трафика на сайт. Аудитория отличается заинтересованностью к вопросам поступления в университет. При этом, в данном возрасте значительно повышается информационная грамотность, что дает шансы бренду на построение двухсторонней коммуникаций. Аудитории интересны показатели университета, крупнейшие информационные поводы, научные успехи, успехи студентов и сотрудников, программы лояльности, образовательные модули, дополнительное образование, мероприятия на базе университета, причастность школьной жизни к жизни университета, мероприятия на базе университета, историческая и культурная ценность для развития города и региона, информация о дисциплинах, игрофицированный контент.

3. Студенты университета. Пользователи от 17 до 25 лет. На данный момент самая крупная аудитория официальных сообществ и аккаунтов образовательных организаций на площадках в социальных сетях. Объясняется тем, что в социальных сетях распространяется самый большой поток информации о студенческой жизни, связано множество межличностных контактов. Студенты являются главными генераторами и распространителями контента. В течении всего периода обучения аудитория способна выступать мощным транслятором информации для остальных аудиторий. Необходимо сегментировать эту аудиторию по зонам интересов и по принадлежности к другим социальным группам. Необходимо разделение по факультетам, филиалам, интересам (спорт, творчество, наука), по месту проживания, по географическому расположению, по курсам обучения и т. д. Стоит отметить, что присутствие бренда в социальных сетях важно для корпоративной составляющей среди студентов университета. Официальные сообщества могут выступать корпоративными изданиями, освещающими студенческую жизнь самими студентами. Аудиторию интересует новостной контент, игровой, образовательный, игрофицированный контент.

Родители и родственники абитуриентов. Аудитория, которая имеет прагматичный подход в рамках присутствия и участия в жизни бренда образовательной организации в социальных сетях, но при этом требует не меньше внимания [2].

4. Лицом, принимающим решение в пользу того или иного университета становятся родители (родственники) абитуриента. Самым важным фактором при работе с этой аудиторией является повышение лояльности к бренду, присутствие аудитории в корпоративной культуре университета, получение обратной связи и перенаправление на сайт университета.

Учитывая специфику социальных сетей, зная медиа предпочтения наших целевых аудиторий и имея информацию о позиционировании, сформулируем формы продвижения для каждой площадки социальной сети SMM-кампании образовательной организации.

1. Вконтакте: размещение рекламы в группах и сообществах, таргетированная реклама, ведение официальных страниц, мониторинг упоминаний, работа с мнениями. Проведение конкурсов, работа с хештегом, новостное освещение, освещение внутренней жизни университета, корпоративный контент, история университета, информация по поступлению, медиа контент.

2. Twitter: короткие информационные сообщения, связь с VIP-лицами, работа с мнениями, мониторинг. Новостная лента, экспорт новостей, ретвиты (перенос сообщения из одного источника в свой) популярных сообществ, работа с хештегом, корпоративная культура.

3. Facebook: размещение рекламы на страницах, таргетированная реклама, ведение официальных страниц, мониторинг упоминаний, работа с мнениями. Проведение конкурсов, работа с хештегом, новостное освещение, освещение внутренней жизни университета, корпоративный контент, история университета, информация по поступлению, медиа контент, связь с международными университетами, связь с VIP-лицами.

4. Instagram: фотографии с коротким описанием, отслеживание хештег, геолокация, пользователей. Фотографии от первого лица с места проведения

мероприятия, художественная фотография, видеоролики с мероприятий (не более 1 минуты), конкурсы, корпоративная культура, квесты.

Определив формы продвижения бренда в социальных сетях, можно приступить к формированию креативной стратегии и плану реализации программы продвижения под конкретные задачи образовательной организации.

Список литературы:

1. Навыки SMM-специалиста – [Электронные ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cossa.ru/articles/234/19497> (дата обращения: 18.11.16).
2. Портрет целевой аудитории ВК – [Электронные ресурс]. – Режим доступа: https://vk.com/page-76735162_49692543 (дата обращения: 18.11.16).
3. Развитие SMM на территории РФ – [Электронные ресурс]. – Режим доступа: <http://salesgeneration.ru/budushhee-smm-rol-i-puti-razvitiya>.
4. Ромат Е.В. Учебник для вузов. 8-е изд. Стандарт третьего поколения / Е.В. Ромат. Издательский дом «Питер». – 2013. – 512 с.
5. Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях / Д. Халилов. Издательство «Манн, Иванов и Фербер». – 2013. – 240 с.

ПОЧЕМУ «ПРОВАЛИВАЮТСЯ» ПРОЕКТЫ?

Красковский Алексей Александрович

*студент магистратуры по направлению «Информационный менеджмент»,
Университет ИТМО; менеджер по внедрению программного обеспечения,
МИС «Ариадна»,
РФ, г. Санкт-Петербург*

Успешные проекты — сколько их?

Множество исследований показывают, что значительная часть проектов превышают свои исходные сроки реализации или даже никогда не завершаются. В исследовании PricewaterhouseCoopers [5], в котором изучено 10640 проектов (200 компаний различных отраслей из 30 стран), было обнаружено, что только 2,5% компаний успешно (укладываясь в запланированные сроки, бюджет и качество) завершают 100% своих проектов. Исследование, опубликованное в Harvard Business Review [2], в котором проанализирован 1471 IT-проект, обнаружило, что среднее превышение запланированной стоимости проекта составило 27%, а каждый шестой проект имеет превышение стоимости в среднем в 200% (т. н. «черный лебедь») и удлинение графика работ почти на 70%. Также широко известны крупные строительные проекты – Евротоннель (Channel Tunnel), Диснейлэнд (Euro Disney) и Большой Бостонский тоннель (“Big Dig”), – затраты на которые почти в два раза превзошли запланированные.

Плохое управление проектами приводит к большим затратам, но они далеко не всегда относятся к финансовым. Семь смертей при катастрофе шаттла “Columbia” были отнесены на счет организационных проблем, включая недостаточно развитую культуру безопасности в NASA.

Причины провала проектов

Типичный подход к управлению проектами фокусируется на процессах, политиках и процедурах. Каждая задача и каждый шаг детально описаны в каком-либо наборе правил. Множество компаний внедряют жесткие процессы, которые задают поведение, и используют статистические методы контроля

качества (такие, как комплексное управление качеством, методология кайзен, бережливый менеджмент и метод «6 сигма»). Достаточно открыть «Руководство к Своду знаний по управлению проектами» (A Guide to the Project Management Body of Knowledge, PMBoK) и ознакомиться с подробным комплексом методов управления качеством, рисками, бюджетом, расписанием и содержанием.

Эти руководства по управления проектами важны и незаменимы. Однако в основном они сфокусированы на рациональных факторах, таких как планирование и управление. Они предлагают методологии и процессы, а также множество диаграмм и графиков, которые с трудом можно назвать эмоционально захватывающими вещами для членов проектной команды и руководителей проектов.

Проблема однобокой фокусировки на процессах и методологиях заключается в том, что как только людям предлагаются процедуры, которым необходимо следовать, соответствие им заменяет достижение результатов. Все озабочены тем, КАК выполнить работу, а не тем, какой будет результат, если даже работа будет выполнена отлично.

Компании, применяющие такой подход, имеют для этого веские основания: они не могут управлять тем, что они не могут измерить. Что еще более важно, они не могут позволить развиваться проектам без всякого направления в надежде на лучшее. Однако полагаясь только на управление этими рациональными факторами, организации не используют всю мощь человеческой природы, которую можно задействовать путем эмоционального вовлечения сотрудников.

Необходимо обновить методики управления проектами не только новыми методологиями, но и эмоциональным наполнением. Отсутствие вовлеченности сотрудников и заинтересованных сторон проекта может привести и часто приводит к срыву проектов. Управление на основе поведения [4] является эффективной альтернативой традиционной методике управления проектами. Руководителям проектов стоит учитывать эмоциональные потребности членов

команды и заинтересованных сторон, а не полагаться только на рациональные процессы.

Вторым крайне важным фактором является недостаточное разделение сфер ответственности между членами команды. Сотрудники часто не знают, кто и за что отвечает в команде. В итоге работы не выполняются, поскольку каждый из сотрудников думает, что эту работу делает кто-то другой. Одной из причин этого является проблема в коммуникациях, о чем я писал в статье «Коммуникации в организации. Причины проблем и способы их предупреждения» [5].

Задача руководителя проекта – отслеживать, что работа назначена не только в программе управления проектами, но и в реальности. Важно развивать умение четко ставить задачи подчиненным. В качестве ориентира можно использовать систему SMART (Конкретность (specific); Измеримость (measurable); Достижимость (attainable); Значимость (relevant); соотносимость с конкретным Сроком (time-bounded)).

Третьим существенным фактором является умение назначить правильных людей на правильные места. Для этого руководителю проекта важно развивать умение оценивать способности сотрудников, их интересы, мотивацию, сильные и слабые стороны.

Четвертой важной причиной провала проектов является их навязывание сверху, что приводит к недостаточной заинтересованности конечных пользователей (как рядовых сотрудников, так и их руководителей). Для решения этой проблемы необходимо доводить информацию о целях проекта до всех заинтересованных сторон, объяснять, как реализация проекта скажется не только на глобальных целях организации, но и на каждом конкретном сотруднике. И делать это важно с учетом мотивации и целей каждой отдельной групп сотрудников. Необходимо уметь найти в проекте положительные и важные стороны для каждой заинтересованной стороны.

Скрытые сигналы проблем проекта

Matthew McWha предложил [3] несколько рекомендаций по выявлению скрытых проблем проекта на основе исследования, которое он проводил для SEB PMO Leadership Council, проанализировав более 100 крупных организаций с годовым доходом более \$1 млрд:

1. Регулярно проверять и уточнять проект.

Поскольку рынки и конкурентная среда постоянно меняются, необходимо регулярно пересматривать, что именно делается в проекте, и что еще более важно – зачем и почему это делается. Это критично не только для выявления скрытых проблем, но и может помочь направить проект на достижение его бизнес-результатов, которые в ходе проекта могут меняться.

2. Уделять внимание тому, что на самом деле происходит на совещаниях.

Сбор большого количества данных не является единственной составной частью управления проектами и тем более не является его конечной целью. Как люди себя ведут – также важно, если не сказать больше. Если в ходе совещания по проекту не появилось никаких задач и не возникло никаких спорных и неоднозначных моментов, то это индикатор потенциального риска. То же самое верно, если люди остаются после совещания с различными взглядами на происходящее.

3. Распространять знание о проекте повсеместно.

В обсуждениях должен участвовать не только костяк команды проекта. Желательно по возможности объяснить спонсорам проекта, как быстро замечать признаки проблем. А также помогать людям, не вовлеченным в ежедневную работу по проекту, понимать его цели и потенциальные опасные места. Поскольку руководитель проекта находится в центре работ, зачастую необходим кто-то со взглядом со стороны, чтобы заметить проблему, которую не замечают все остальные.

4. Отслеживать не потраченные средства.

Если деньги, которые были запланированы на расходы, не тратятся, это означает, что или не были выявлены правильные цели, на которые их стоит

тратить, или сотрудники медлят с принятием решений, потому что цели проекта не вполне им ясны.

5. Нанять руководителя проектов с характером предпринимателя.

Самым главным двигателем успешных проектов является сильный менеджер. Нанимаемый человек должен быть «предпринимателем» – тем, кто сможет управлять заинтересованными сторонами и принимать риски, а также комфортно себя ощущать в процессе адаптации к новому или при изменении направления проекта. «Ничего не остается постоянным, – говорит Matthew McWha. – Необходимо находить и развивать руководителей проектов, которые могут рассуждать, а не только слепо следовать процессу».

Список литературы:

1. Красковский А.А. Коммуникации в организации. Причины проблем и способы их предупреждения // Студенческий форум: научн. журн. 2017. № 1(1). URL: <https://nauchforum.ru/journal/stud/1/18406>.
2. Flyvbjerg B., A. Budzier. Why Your IT Project May Be Riskier Than You Think // Harvard Business Review. - September 2011. URL: <https://hbr.org/2011/09/why-your-it-project-may-be-riskier-than-you-think>.
3. Gavett G. The Hidden Indicators of a Failing Project // Harvard Business Review. - 23.10.2013. URL: https://hbr.org/2013/10/the-hidden-indicators-of-a-failing-project&ab=Article-Links-End_of_Page_Recirculation.
4. Hardy-Vallee B. The Cost of Bad Project Management // Business Journal. – 07.02.2012. – URL: <http://www.gallup.com/businessjournal/152429/cost-bad-project-management.aspx>.
5. PricewaterhouseCoopers. Boosting Business Performance through Programme and Project Management. – June 2004. URL: <https://www.pwc.com/us/en/operations-management/assets/pwc-global-project-management-survey-first-survey-2004.pdf>.

ДОСУДЕБНЫЙ ПОРЯДОК УРЕГУЛИРОВАНИЯ СПОРОВ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ НАЛОГОВЫХ ПРОВЕРОК И ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЕГО ЭФФЕКТИВНОСТИ (ПО МАТЕРИАЛАМ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ)

Мельникова Анна Сергеевна

*студент, Кубанский государственный аграрный университет,
РФ, г. Краснодар*

Левшукова Ольга Анатольевна

*научный руководитель,
старший преподаватель, Кубанский государственный аграрный университет,
РФ, г. Краснодар*

Споры налогоплательщиков с налоговыми органами разрешаются как в судебном, так и досудебном порядке. На данный момент перед органами налоговой системы стоят задачи снижения количества жалоб и урегулирования налоговых споров в досудебном порядке. Для решения этих проблем ФНС России утвердила «Концепцию развития досудебного урегулирования налоговых споров в системе налоговых органов Российской Федерации на 2013–2018 годы». В концепции указываются права налогоплательщиков в обжаловании любых актов налоговых органов, а также действие (бездействия) налоговых органов, нарушающие их права. Поводами для подачи жалобы служат:

- не согласие с результатами акта проведения налоговой проверки;
- неправильность оформления результатов налоговой проверки;
- итоговое решение по проверке.

В новой концепции указаны основные направления деятельности налоговых органов: сокращение судебных споров, оперативное реагирование на нарушения, выявленные при рассмотрении жалоб и устранение внутриведомственных ошибок. Наиболее важной целью является развитие механизмов урегулирования налоговых споров без участия суда, с помощью развития примирительных процедур, повышение прозрачности процедуры рассмотрения жалоб.

Принят новый срок вступления в силу решений налогового органа с 10 дней до 1 месяца, что позволяет улучшить положение налогоплательщиков, поскольку срок подачи апелляционной жалобы также возрастает.

Также изменились сроки рассмотрения жалоб. Жалобы принятые в течение 1 месяца (с правом продления на месяц), для иных жалоб – 15 рабочих дней (с правом продления на 15 дней). На сайте ФНС действует сервис «Узнать о жалобе», где налогоплательщик может узнать сроки рассмотрения своей жалобы и о результатах ее рассмотрения. Этот сервис существенно влияет на эффективность проведения досудебного урегулирования налоговых споров.

Рассмотрим стадии досудебного урегулирования налоговых споров:

1) рассмотрение материалов налоговой проверки, возражений налогоплательщика по акту налоговой проверки, а также вынесение инспекцией решения по результатам такого рассмотрения;

2) производство по жалобе налогоплательщика в вышестоящем органе.

Необходимо отметить, что в действительности урегулирования налогового спора не происходит; после подачи в вышестоящий налоговый орган налогоплательщик фактически отстранен от участия в данном процессе. Об это свидетельствует следующий пример: решением УФНС России по Краснодарскому краю от 12 ноября 2016 года удовлетворена апелляционная жалоба ООО «Авангард», решение инспекции от 11 сентября 2016 г. № 30376 «О привлечении к ответственности за совершение налогового правонарушения» отменено, принято по делу новое решение.

УФНС России по Краснодарскому краю установлены существенные нарушения проведения процедуры рассмотрения материалов налоговой проверки – необеспечение возможности заявителя участвовать в процессе рассмотрения указанных материалов и представить по ним объяснения. Согласно материалам жалобы уведомление о вызове налогоплательщика на рассмотрение материалов на 11 сентября 2016 г., направлено в адрес ООО «Авангард» 13 сентября 2016 г. и получено заявителем 17 сентября 2016 г., т.е.

рассмотрение материалов проверки состоялось без участия налогоплательщика, не извещённого надлежащим образом о дате и времени рассмотрения материалов проверки. Согласно п. 14 ст. 101 НК РФ данное нарушение явилось основанием для отмены оспариваемого решения инспекции.

Многие вышестоящие налоговые органы не всегда бывают объективны. Об этом свидетельствуют следующие статистические данные по количеству исковых заявлений, направляемых в арбитражные суды об оспаривании их решений. Наибольшее число жалоб приходится на результаты проверок, они составляют 26% (или 291 жалобу) от общего количества жалоб. Если говорить о результатах досудебного урегулирования налоговых споров в Краснодарском крае, то можно увидеть, что по результатам рассмотрения материалов налоговых проверок территориальным органом Краснодарского края и представленных возражений за 2016 г. размер удовлетворенных требований налогоплательщиков составил 37%.

УФНС России по Краснодарскому краю за IV квартал 2015 г. рассмотрено 724 жалобы, что на 18% меньше по сравнению с аналогичным периодом 2016 г. (883 жалобы). Удовлетворено 292 жалобы, или 40% от общего количества, что на 12% меньше по сравнению с аналогичным периодом 2016 г.

Основными причинами удовлетворения налоговых споров является неверное применение норм налогового законодательства, отсутствие надлежащей доказательственной базы, нарушения налоговым органом установленных НК РФ процедур взыскания налогов, процедуры рассмотрения материалов налоговых проверок и установленных процедур, регулирующих порядок и сроки проведения мероприятий налогового контроля и оформление их результатов. В качестве повода для обжалования позиции налоговых органов выступает факт предоставления налогоплательщиком новых, ранее не представленных в ходе проверки, документов, вследствие чего в настоящее время указывают причину невозможности представить документы в инспекцию в ходе проверки. В противном случае в принятии этих необходимых документов будет отказано.

Проанализировав, рассмотренные территориальными налоговыми органами возражений на акты налоговых проверок, а также жалоб, рассмотренных вышестоящим налоговым органом, можно сделать вывод, что процедура досудебного урегулирования споров является самым эффективным способом преодоления конфликтных ситуаций, возникающих между налогоплательщиками и инспекцией. Совершенствование и повышение эффективности досудебного урегулирования налоговых споров важно для обеих сторон налоговых споров.

Рассмотрим зарубежные механизмы урегулирования споров до суда, применяемые в России. В качестве превентивных мер используется проведение налоговых разъяснений. В качестве превентивных мер используется проведение налоговых разъяснений. При запросе налоговый орган оперативно реагирует и дает некое правило для дальнейшего использования, чтобы минимизировать налоговые риски для налогоплательщика. Так, в США в ряде случаев делаются разъяснения для отраслевых крупнейших налогоплательщиков по определенным отраслевым вопросам. Для России это также актуально: в стране насчитывается девять межрегиональных инспекций по крупнейшим налогоплательщикам. В каждой отрасли: энергетике, нефтегазовой отрасли и других – есть своя специфика. Очевидно, что каждый раз рассматривать одни и те же вопросы довольно неэффективно. При применении данного механизма налоговая служба будет собирать вопросы и давать глобальные рекомендации, вытекающие из практики применения.

Следует уделить внимание введению примирительных процедур. К их числу относят институты медиации, мирового соглашения. Анализ зарубежного опыта показал, что широкое применение имеют процедуры медиации.

Самый большой опыт в применении медиации сегодня накоплен в США, где этот институт начал развиваться еще в 60-е годы XX в. как ответ на огромную загруженность судов. При этом нередко медиаторами (или посредниками в споре) являются и сотрудники инспекций, которые осуществляют функции медиатора в свободное от основной работы время. В

Германии, Великобритании и Австралии существует обязательный досудебный порядок урегулирования налоговых споров, в том числе и с использованием медиации, который способствует тому, что до стадии судебного разрешения доходит менее 10% споров.

Термин « медиации» в России является сегодня довольно новым. Еще не созданы нормы, регулирующие проведение медиативной процедуры как одного из методов досудебного урегулирования налоговых споров. В 2011 г. глава ФНС М.В. Мишустин заявил о том, что ФНС России готова учувствовать в эксперименте по применению медиации, но до сих пор эта идея не воплощена в реальность. Так как необходимо создание субъектов независимых от налоговых органов, полномочных к разрешению налоговых споров до суда.

Следующим направлением в развитии партнерских взаимоотношений в рамках налоговых правоотношений – заключение мировых соглашений. Например, главная цель проверки в англосаксонских странах состоит в том, чтобы дойти до компромисса, заключить соглашение (the settlement agreement), поэтому широкие полномочия предоставляются налоговым инспекторам. Заключение подобного соглашения приводит не только к быстрому урегулированию спора, но также к сокращению санкций. В Испании отсутствует правовой институт мирового соглашения, но в случае согласия налогоплательщика с предложенными по результатам налоговой проверки выплатами происходит автоматическая скидка, размер которой может достигать 30% от суммы штрафных санкций.

В части соглашения предлагается дополнить налоговое законодательство новым положением. В нем будет указано до какого момента вынесения решения налогоплательщик вправе представлять проект соглашения по налоговому конфликту. При получении этого проекта инспекция обязана сделать заключение с правом внесения изменений или представления встречного проекта. Далее такое соглашение должно быть удовлетворено руководителем или заместителем руководителя инспекции. Заключение соглашения на стадии рассмотрения документации по проверкам не входят в

противоречие с положениями публично-правовой сущности решения, выносимого инспекцией.

Таким образом, положительными эффектами от применения примирительных процедур являются:

- сокращение сроков рассмотрения дел;
- экономия на судебных расходах;
- снижение нагрузки на арбитражные суды;
- сокращение временного разрыва между доначислением сумм налога и уплатой в бюджет;
- снижение расходов государственного бюджета.

Выдвинутые направления совершенствования налогового законодательства в части досудебного урегулирования налоговых споров не являются исчерпывающими. Формирование эффективного досудебного порядка разрешения налоговых споров требует более углубленного его исследования, на основе которого могут быть выдвинуты другие предложения и идеи по повышению эффективности внесудебных процедур разрешения налоговых споров. Новая система внесудебного разрешения споров в сфере налогов и сборов должна обеспечивать урегулирование подавляющего большинства налоговых споров. Преимуществом данной системы должно стать расширение прав и возможностей налогоплательщиков в части защиты своих интересов, что обусловит качественное преобразование налоговых отношений в обществе.

Список литературы:

1. Концепция развития досудебного урегулирования налоговых споров в системе налоговых органов Российской Федерации на 2013–2018 годы (утв. приказом Федер. налоговой службы от 13 февр. 2013 г. № ММВ-7-9/78). Доступ из СПС «КонсультантПлюс».
2. Мишустин М. Развитие досудебного урегулирования налоговых споров и возможности внедрения медиации // Медиация – инвестиция в будущее: матлы IV Междунар. конф. URL: http://www.nalog.ru/rub_mns_news/3856115/.

ОПТИМИЗАЦИЯ ЭЛЕМЕНТОВ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ СУБЪЕКТОВ АГРАРНОГО БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИКИ (ПО МАТЕРИАЛАМ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ)

Мельникова Анна Сергеевна

*студент, Кубанский государственный аграрный университет,
РФ, г. Краснодар*

Гончарова Наталия Александровна

*научный руководитель,
канд. экон. наук, доц. ВАК, Кубанский государственный аграрный университет,
РФ, г. Краснодар*

В условиях трансформации налогообложения в РФ, направленной на сокращение налоговой нагрузки, основным условием эффективной деятельности сельскохозяйственных предприятий является стратегическое налоговое планирование.

Налоговое планирование – составная часть налогового планирования, а также процесс исследования концепции налоговых проектов и основных показателей, обеспечивающих эффективную работу хозяйствующего субъекта в результате оптимизации налогообложения на предприятии.

Планирование налоговых платежей является составляющей общей стратегии оптимизации затрат, поскольку налоги – это одна из статей затрат. Для субъектов АПК определяющим признаком оптимизации налоговых платежей должно стать достижение наибольшего объема ресурсов, обеспечивающих увеличение прибыли предприятий.

В настоящее время субъекты АПК имеют возможность планировать собственные налоговые обязательства путем выбора одной из систем налогообложения: общая система налогообложения или в виде единого сельскохозяйственного налога (ЕСХН).

Рассмотрим подробнее налоговую оптимизацию для субъектов аграрного бизнеса в рамках применения ЕСХН.

Для сравнения ЕСХН с общи режимом взимания налогов необходимо определить налоговое бремя, которое будет нести предприятие при выборе рационального режима налогообложения.

Таблица 1.

Динамика основных показателей сельскохозяйственных предприятий в Краснодарском крае 2014–2016 гг.

Показатель	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2015 к 2014, %	2016 к 2015, %
Выручка от реализации продукции (работ, услуг), млн. руб.	15339,0	18920,0	31292,0	23,3	65,3
Себестоимость реализованных товаров (работ, услуг), млн. руб.	15035,0	18702,0	30998,0	24,3	66,0
Число сельхозпредприятий, ед.	5704	5302	5066	- 7,0	- 4,5
Число сельхозпредприятий, применяющих общий режим налогообложения, ед.	114	192	160	66,7	- 16,6
Число сельхозпредприятий, применяющих ЕСХН, ед.	5590	5110	4906	- 8,6	- 4,0
Сумма уплаченного ЕСХН, тыс. руб.	12420,0	10590,0	8249,0	- 14,7	- 22,1
Сумма уплаченного налога на прибыль, тыс. руб.	238100,0	272408,0	711812,0	14,4	161,3
Сумма уплаченного НДС, тыс. руб.	747919,0	551684,0	1009465,0	- 26,2	82,4
Сумма уплаченного налога на имущество организаций, тыс. руб.	682756,0	705373,0	598282,0	3,3	- 15,2

Из таблицы 1, мы видим то, что количество сельскохозяйственных организаций сократилось на 4,5% относительно 2015 г. и составило 5066, при этом число плательщиков ЕСХН уменьшилось на 4% от числа всех сельхозпредприятий Краснодарского края.

Реальная выгода ЕСХН зависит от финансовой политики региона и учетной политики организации. В Краснодарском крае из всех сельскохозяйственных организаций 80,1% уплачивают ЕСХН и только 19,9% - налоги в рамках общего режима налогообложения. Исходя из этого, можно сделать вывод о том, что специальный налоговый режим – ЕСХН, имеет наибольшую привлекательность для аграрного бизнеса, чем общий режим налогообложения.

При определении налогового бремени так же необходимо учитывать и негативные стороны применения ЕСХН, являющиеся упущенной или недополученной выгодой. По этой причине расчет налоговой нагрузки осуществляется по следующим стадиям:

1. Определение перечня предполагаемых налоговых затрат при обще режиме налогообложения и ЕСХН;
2. Выявление возможности получения недополученной выгоды;
3. Сопоставление налогового бремени ЕСХН и общего режима налогообложения и принятие решения о рациональном режиме налогообложения.

При проведении более точных расчетов необходимо принимать во внимание статус налогоплательщика, т.е. выявить кем он является – предприятие или ИП.

При расчете налоговой нагрузки принимаются во внимание следующие условия:

- рентабельность хозяйства;
- степень износа основных средств на предприятии;
- режим налогообложения;
- наличие финансовых ресурсов;
- часть заработной платы в расходах организации;
- категория потребителя;
- применение налоговых льгот и др.

ЕСХН для сельскохозяйственных предприятий подразумевает замену 3-х налогов, поэтому разумно учитывать налоговую нагрузку именно по этим трем налогам [1, с. 43].

При определении величины конкретного налога необходимо учитывать, что суммы, уплаченные предприятием в качестве налогового агента, не принимаются в расчет, т.е. подлежат вычету.

Предполагаемые налоговые расходы определяются по формуле:

$$NP = Hn + НДС + Ним, \quad (1)$$

где: HP – налоговые расходы;

Hn – сумма подлежащая уплате за год налога на прибыль;

$НДС$ – сумма подлежащая уплате за год НДС;

$Hим$ – сумма подлежащего к уплате за год налога на имущество;

Таким образом, расчет данных налоговых обязательств при применении ЕСХН выглядит следующим образом:

$$HP_{ЕСХН} = (D - P) 6\%, \quad (2)$$

где: $HP_{ЕСХН}$ – налоговые расходы ЕСХН;

D – доходы, принимаемые для целей исчисления ЕСХН;

P – расходы, учитываемые при исчислении ЕСХН.

Исходя из формул (1), (2) можно оценить одну из альтернативных систем налогообложения.

Анализ расчетов налоговых платежей по двум системам налогообложения позволяет сделать вывод, что на итоговый результат исчисленных налоговых обязательств значительное воздействие оказывают платежи по НДС. Поэтому при переходе на ЕСХН должны приниматься данный факт во внимание.

На выбор системы налогообложения влияет финансовый результат деятельности экономических субъектов. Если предприятие на протяжении долгого времени, является убыточным, то переход на ЕСХН позволяет получить доход в виде экономии по налогу на прибыль. Отметим, что ставка НПО на данный момент равна 20%, что почти в три раза выше ставки по ЕСХН.

Структура доходов предприятий оказывает существенное влияние на выбор режима налогообложения. Если часть дохода от реализации сельскохозяйственной продукции собственного производства, стабильно превышает 70%, организация может перейти на ЕСХН.

Кроме того, вновь созданные предприятия не утрачивают право на ЕСХН, если за первый год существования у них вообще отсутствовали доходы от сельскохозяйственной деятельности, которые должны составлять не менее 70%.

Есть изменения и касательно исчисления налоговой базы – к расходам будут относиться все уплаченные предприятием налоги и сборы, кроме сельхозналога, что позволит уменьшить налоговую базу.

Еще один недостаток ЕСХН связан с последующим увеличением роста цен на аграрную и промышленную продукцию на сумму налога на добавленную стоимость. Плательщики ЕСХН не имеют налогового вычета на добавленную стоимость, а в отдельных случаях должны начислять налог на добавленную стоимость, следовательно, неэффективен переход на ЕСХН для аграрных предприятий и индивидуальных предпринимателей, у которых высока часть расходов, оплачиваемых с НДС. Так, в Краснодарском крае сельхозпредприятия уплатили НДС за 2016 г. в размере 1009465,0 тыс. руб. (таблица 1).

Для АПК свойственно превышение суммы вычетов по этому налогу над суммой начислений. При выставлении счета-фактуры покупателю предприятие – плательщик ЕСХН обязано начислять НДС к выплате в госбюджет и использовать соответствующие налоговые вычеты при условии предоставления декларации по НДС в налоговые органы.

Один из вариантов решения проблемы – расчетным методом исчислять входящий НДС от стоимости сырья, закупаемого у сельхозпредприятий – пользователей ЕСХН. Однако это изменение приведет к существенным потерям бюджета страны, ведь фактически данное предложение сводится к распространению льготы на перерабатывающие компании. Согласно данным Минсельхоза России, 121 тыс. юридических лиц, использующих ЕСХН, обеспечивают более 30% от общей годовой выручки российских сельскохозяйственных организаций.

При реализации предложенной схемы возникает большое количество возможностей для злоупотреблений. Данное решение не позволяет избавиться от главной проблемы для пользователей ЕСХН – использование посредников в виде фирм-однодневок для уплаты НДС с реализованной сельхозпродукции.

Из-за того что ЕСХН слабо вовлечен в общую систему налогообложения крупных оптовиков и переработчикам, которым невыгодно закупать продукцию у сельхозпредприятия, так как они вынуждены уплачивать НДС дважды:

- при покупке товара у пользователя ЕСХН;
- при продаже готовой продукции.

При этом в первом случае НДС уплачивается из полной стоимости сырья, приобретенного у производителя. Поэтому во избежание двойного налогообложения приходится создавать посреднические фирмы, использующие УСН.

Как показало исследование, проведенное комиссией РСПП по рыбному хозяйству и аквакультуре, разрыв в финансовом балансе аграриев России в 2016 г. составил около 2,3 трлн руб. – это денежная разница между стоимостью произведенной и отгруженной продукции, и оседающая именно в финансовых прослойках, созданных поставщиками – плательщиками ЕСХН для работы с крупными компаниями.

Реализация большинства продовольственных товаров (например, мяса, молока и зерна) облагается по ставке НДС 10%. В то же время сельхозпредприятия приобретают почти все товары (сельхозтехнику, ГСМ и пр.), которые облагаются по ставке 18%. Следовательно, сумма вычетов по этому налогу у сельхозпредприятий, как правило, превышает сумму начислений.

Таким образом, госбюджет обязан вернуть аграрному предприятию часть «входного» НДС. У плательщиков ЕСХН нет права на вычет «входного» налога. Для аграрных предприятий это обстоятельство является минусом, который кардинально влияет на эффективность производства. При переходе на уплату ЕСХН у аграрных товаропроизводителей возникает проблема ценовой политики.

Уравнивание ставок НДС по ресурсам, приобретаемым с 18%-ной ставкой, и реализуемой сельскохозяйственной продукцией с 10%-ной ставкой является решением проблем по снижению налоговой бремени. Это способствует усилению экономической эффективности сельхозпредприятий, что позволяет

решить вопрос с возвратным НДС, например, при покупке сельхозтехники, на который в настоящее время пользователи ЕСХН претендовать не могут.

В то же время следует отметить, что, как известно, снижение налоговой ставки по налогу приводит к существенным бюджетным потерям. Это оправдывается, например, сокращением объемов выплат пособий по безработице.

На третьем этапе расчета для определения выгодного режима налогообложения необходимо сравнить показатели налоговой нагрузки при применении общего режима налогообложения и ЕСХН. Для выбора оптимального режима налогообложения рекомендуется величину налоговой нагрузки при применении ЕСХН определять исходя из суммы налоговых расходов и упущенной выгоды [4, с.51].

Если предприятие перешло на общий режим налогообложения, то в этом случае налогоплательщику необходимо учитывать несколько факторов:

- применяемая на протяжении уплаты ЕСХН амортизация основных средств при применении общего режима налогообложения перестает являться «ускоренной», вследствие чего появляется необходимость пересчета их остаточной стоимости.

- если затраты на приобретение основных средств за период выплаты ЕСХН превысили суммы амортизации, то в случае перехода на общий режим налогообложения полученная разница будет признана доходом предприятия.

Эти утверждения ограничивают возможности активно функционирующих сельхозпредприятий при смене налоговых режимов налогообложения. На уплату ЕСХН не могут перейти предприятия, применяющие систему налогообложения в виде ЕНВД на отдельные виды деятельности. Для определенных товаропроизводителей это ограничение невыгодно, так как розничная торговля способствует созданию новой стоимости сельскохозяйственного продукта, в отдельных случаях более высокой, чем стоимость процесса производства. Создание собственной торговой сети является наилучшим способом реализации сельскохозяйственной продукции, ускоряет оборачиваемость денежных средств, и у аграрного хозяйства появляется возможность стать торговым посредником.

Итак, заключению о целесообразности перехода на ту или иную систему налогообложения должны непременно предшествовать расчеты налоговой нагрузки, т.е. экономических выгод и потерь. Для сельскохозяйственных товаропроизводителей, не перешедших на уплату ЕСХН, законодательством с 2006 до 2016 г. были предусмотрены льготные ставки налога на прибыль от деятельности, связанной с реализацией произведенной и собственной переработанной сельскохозяйственной продукции. Размер льготных ставок по налогу на прибыль для предприятий аграрного бизнеса распределялся следующим образом: в 2006–2008 гг. – 6%; в 2009–2011 гг. – 12%; в 2012–2015 гг. – 18%; с 2016 г. – 20%. Следовательно, с 2016 г. сельхозпредприятия будут стремиться увеличить долю реализованной сельхозпродукции для снижения налоговой нагрузки и перехода на ЕСХН.

Таким образом, реализация обоснованных в данной статье выводов, предложений и рекомендаций будет способствовать достижению оптимизации налоговых платежей сельскохозяйственных предприятий, которая существенно повысит эффективность их функционирование в условиях трансформации экономики.

Список литературы:

1. Дубынина А.В., Демьянов Д.Г. Структурный потенциал малого и среднего предпринимательства: тенденции и векторы развития // Региональная экономика: теория и практика. 2015. № 4. С. 47–59.
2. Иманшапиева М.М. Анализ применения налоговых льгот как инструмент повышения инвестиционной активности региона // Финансовая аналитика: проблемы и решения. 2014. № 9. С. 22–31.
3. Налоговая политика России – непростые задачи и сложные вызовы // Финансы. 2014. № 11. С. 51–53.
4. Нестеренко И.Ю. Механизм формирования региональной политики регулирования предпринимательской деятельности // Региональная экономика: теория и практика. 2015. № 3. С. 46–55.
5. Ремиханова Д.А., Джафарова З.К. Совершенствование налогообложения производства сельскохозяйственной продукции в РФ // Проблемы развития АПК региона. 2013. № 15. С. 124–131.

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА И РЕГУЛИРОВАНИЕ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ

Перепелица Алина Сергеевна

*студент, Орловский государственный аграрный университет
имени Н.В. Парахина,
РФ, г. Орел*

Малый бизнес играет в экономике любой страны довольно большую роль, так как является её неотъемлемой частью социально-экономической системы. Он обеспечивает стабильность рыночных отношений, способствует снижению уровня безработицы, создает рабочие места, повышает эффективность производства путем кооперации и специализации производства. Все это благоприятно сказывается на экономическом росте национальной экономики.

Для бизнеса в РФ в настоящее время характерно импортозамещение. С введением санкций против РФ ответными мерами стало развитие производства отечественной продукции. В целях смягчения негативного влияния кризисных явлений на экономику распоряжением Правительства РФ от 27 января 2015 г. утвержден План первоочередных мероприятий по обеспечению устойчивого развития экономики и социальной стабильности в 2015 году.

Согласно, этому плану, были изменены критерии, согласно которым, организация будет являться малой по размеру. Эти изменения позволяют расширить круг предприятий, имеющих право принимать участие в государственных и муниципальных программах поддержки малого и среднего предпринимательства. Они наглядно представлены в таблице 1.

Таблица 1.

Критерии, малых предприятий на 2014 и 2015 год

Критерии	2014	С 2015 (согласно Плану по обеспечению устойчивого развития экономики в 2015 году от 27.01.15 N 98-р)
Доля участия в уставном капитале: • субъектов РФ, • муниципальных образований, • иностранных организаций, • общественных и религиозных организаций, • фондов, • организаций не являющимися малыми и средними по размеру	не должна превышать 25%.	не должна превышать 49%.
Средняя численность работников	<ul style="list-style-type: none"> • до 15 человек – микро п\п; • от 15 до 100 человек – малые п\п; • от 101 до 250 – средние п\п. 	
Предельные значения выручки	<ul style="list-style-type: none"> • микро п\п – 60 млн. руб.; • малые п\п – 400 млн. руб.; • средние п\п – 1 млрд. руб.. 	<ul style="list-style-type: none"> • микро п\п – 120 млн. руб.; • малых п\п – 800 млн. руб.; • средних п\п – 2 млрд. руб.

Для развития и устойчивого функционирования малого бизнеса необходимы четкие и простые в использовании и понимании схемы учета, которые станут для руководства основой стабильного функционирования. Для этого необходимо сформировать единую учетно-информационную систему, включающую в себя бухгалтерский, налоговый учет, а также данные оперативно-технического учета, отражающие объективную информацию.

Сейчас в упрощении бухучета малым организациям можно выделить следующие послабления:

- Кассовый метод признания доходов и расходов.
- Обобщенный план счетов - возможность утвердить в учетной политике сокращенный план счетов и обобщать хозяйственные операции на основных счетах.

- Упрощенные регистры бухучета. Минфин разрешает вести только журнал учета хозяйственных операций, при условии, что организация не занимается производством, и у нее не более 30 операций в месяц.

- Разрешено вести учет, не применяя целый ряд ПБУ, исключением являются эмитенты публично размещаемых ценных бумаг.

- Возможность предоставления сокращенной бухгалтерской отчетности.

- Книга доходов и расходов или книга доходов при упрощенной системе налогообложения.

Также, в целях уменьшения налогового бремени для малых предприятий, используются специальные налоговые режимы: упрощенная система налогообложения; ЕСХН для сельскохозяйственных товаропроизводителей; ЕНВД для отдельных видов деятельности; патентная система налогообложения (введена с 2013 года). При использовании специальных налоговых режимов, организации освобождается от уплаты таких налогов как: НДС, налог на прибыль, налог на имущество, транспортный налог, налог на землю.

Сейчас имеется положительная тенденция развития малого предпринимательства, несмотря на некоторые законодательные барьеры. Так из-за повышения отчислений в пенсионные фонды за период 2012–2013 гг. зарегистрировалось всего 305500, а прекратили свою деятельность 874300 индивидуальных предпринимателей [2].

Бухгалтерский учёт в 2016 году для малого бизнеса характеризуется рядом нововведений, таких как – отсутствие штрафных санкций за первые незначительные нарушения, не несущие угрозы жизни, здоровью и заработным выплатам сотрудников предприятия. Это освобождает предприятия от нецелесообразных и излишних проверок.

Вступает в силу постановление Правительства РФ об исключении субъектов малого предпринимательства из графика надзорных проверок. Президентом подписан закон о трёхлетних (2016–2018 гг.) – надзорных каникулах для организаций в сфере малого бизнеса. Также, на 2017 год в

некоторых регионах снижены льготные налоговые ставки (для УСН – от 1%, для ЕНВД – от 7,5%).

Для оказания помощи и содействия малому бизнесу в России существуют программы поддержки малого и среднего предпринимательства различных уровней и организации, формирующие инфраструктуру поддержки малого предпринимательства. Наиболее распространённой, является финансовая поддержка субъектов малого предпринимательства: кредитование, субсидирование и выделение грантов. Грамотная финансовая поддержка малого бизнеса является необходимым фактором для его развития и процветания.

В настоящее время осуществляется финансовая поддержка компаний и выделение бюджетных средств на их развитие. Стимулирующими действиями также является упрощенная система сертификации и лицензирования продукции, участие в выставках и рекламные акции. Выдача целевых субсидий на развитие бизнеса также практикуется государственными органами. Такие субсидии обычно выдаются для возмещения затрат по договору лизинга, на частичную компенсацию ставки по кредиту.

Государственные программы поддержки малого и среднего бизнеса уже позволили многим их участникам получить субсидии, льготные кредиты, а также иметь возможность использования прочих механизмов. Помощь может выделяться для реализации следующих целей: приобретения помещения; покупки оборудования, товара для последующей продажи; покупки нематериальных активов. Выделенные средства обязательно должны быть направлены на развитие малого и среднего бизнеса.

Виды финансовой помощи и условия поддержки малого бизнеса Гранты для предпринимателей, которые только начинают бизнес, – в сравнении с 2015 годом, в 2016 году увеличили размер субсидии, которая выросла с 300000 до 500000 рублей. Гранты выдаются на конкурсной основе для направления их на нужды бизнеса (кроме аренды помещений и выплаты зарплаты работникам).

Чтобы получить субсидию на развитие малого бизнеса, предпринимателю необходимо: подготовить и защитить проект развития бизнеса и предоставить полный пакет документов по требованию комиссии. В 2017 году государство имеет возможность предоставлять субсидии от Центра занятости до 58800 рублей для открытия небольшого частного бизнеса.

Также имеется возможность обучения за счет государственных средств, профессиональная переквалификация. Бизнес-инкубаторы (в основном на базе Фондов поддержки малого предпринимательства) – помощь для расширения области рабочей площади, обучение азам предпринимательства, помощь в составлении бизнес плана для получения субсидии. Аутсорсинг -помощь в ведении бухгалтерского и налогового учета на безвозмездной основе. На содействие развитию инновационных технологий 2017 государством выделяются средства для покрытия затрат на продвижение нового продукта, приобретения на него патента и лицензионных прав (максимум 2500000 рублей).

С программами субсидирования подробно можно ознакомиться на сайте портала Правительства РФ и Министерства социальной политики. В 2017 году государственная поддержка малого бизнеса стала более усовершенствованной и позволяет выделять помощь различным слоям населения на любые виды деятельности.

На сегодняшний день государство старается создавать наиболее благоприятные условия для развития и функционирования малого и среднего предпринимательства в России. В свою очередь, адаптируясь к нововведениям и внешним условиям, малые и средние организации в нашей стране успешно развиваются.

Список литературы:

1. Ермошкин В.П., Зотиков Н.З., Оборин Е.А., Христолюбова В.В. Методическое пособие для малого бизнеса – 2012 [режим доступа] <http://www.yasniy.ru/biznes/metodicheskoe-posobie-dlja-malogo-biznesa-chast-1-buhgalterskii-uchet-v-malom-biznese.html> (дата обращения: 20.01.2017).

2. Ксанаева М.Б., Аликаева М.В. Современные тенденции в развитии малого предпринимательства // Российское предпринимательство. – 2013. – № 4 (226). – С. 26–32. – <http://www.creativeconomy.ru/articles/28117/> (дата обращения: 20.01.2017).
3. Постановление от 9.02.2013 г. № 101 «О предельных значениях выручки от реализации товаров (работ, услуг) для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства».
4. Потехина Е.Н. Проблемы и пути совершенствования учета на малых предприятиях // Фундаментальные исследования – 2014 №9 [режим доступа] – <http://cyberleninka.ru/article/n/problemy-i-puti-sovershenstvovaniya-ucheta-na-malyh-predpriyatiyah> (дата обращения: 17.12.2016).
5. Распоряжение от 27 января 2015 г. № 98-р «ПЛАН первоочередных мероприятий по обеспечению устойчивого развития экономики и социальной стабильности в 2015 году». Ксанаева М.Б., Аликаева М.В. Современные тенденции в развитии малого предпринимательства // Российское предпринимательство. – 2013. – № 4 (226). – С. 26–32. – <http://www.creativeconomy.ru/articles/28117/> (дата обращения: 20.01.2017).
6. Субсидии для малого и среднего бизнеса от государства в 2017 году [режим доступа] – <http://yconsult.ru/biznes/subsidii-dlya-biznesa-2015/> (дата обращения: 10.01.2017).
7. Федеральный закон от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации».
8. ФЗ от 06.12.2011 № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете», принятый Государственной Думой **22.02.2011.**

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИННОВАЦИОННОГО ПРОЦЕССА

Петросов Артем Сергеевич

*студент, Санкт-Петербургский государственный университет,
РФ г. Санкт-Петербург*

Особенностью современного развития технологий является переход к единым технолого-экономическим системам высокой эффективности, включающим производственный процесс от первой до последней операции и оснащенным прогрессивными техническими средствами.

Технологический прогресс – основа развития производственной деятельности и общества.

Технологический прогресс в экономической теории означает процесс внедрения новой техники и технологии в организацию производства на основе достижений и реализации накопленных знаний. Проявляется он в нововведениях, или по-другому в инновациях.

Именно Йозеф Шумпетер оказался первым экономистом, который ввёл понятия «нововведение» и «инновация» и связал их экономического развития. В микроэкономике нововведения обеспечивают получение прибыли и реализуются благодаря активному участию в инновационном процессе. В макроэкономике влияют на общий экономический рост и лежат в основе понимания экономического роста.

Существует несколько подходов толкования термина «инновации». Наиболее встречаемыми оказались два определения. Первый из них характеризует инновации как результат творческого процесса в виде созданных (либо внедренных) новых потребительных стоимостей, применение которых требует от использующих их лиц либо организаций изменения привычных стереотипов деятельности и навыков. Иное определение инноваций изъясняется как процесс введения именно этих результатов творческой деятельности в производство вместо действующих.

Мы будем рассматривать первый вариант, так как неправомерно относить к термину «инновации» их разработку, создание и внедрение в производство.

Эти этапы относятся к инновационному процессу. Заметим, инновация имеет практически синонимичное значение с нововведением, но разное по сравнению с изобретением и новшеством. Новшеством и изобретением принято считать потенциальные инновации, другими словами инновация начинается с новшества или изобретения, но чтобы предстать в виде инновации, им нужно пройти практическое использование и выйти на рынок как товар или услуга.

При этом не стоит забывать, что важнейшим признаком инноваций в условиях экономических отношений является именно наличие новых (или значительно улучшенных) потребительских свойств.

Источником инноваций выступают научные исследования и разработки, которые стремятся усовершенствовать процесс производственной деятельности.

Инновации так же обладают индивидуальными свойствами или критериями:

- 1) Научно-техническая новизна;
- 2) Практическая воплощенность или промышленная применимость, т.е. возможность использования в производстве;
- 3) Коммерческая реализуемость, т.е. способность удовлетворить запросы или потребности потребителей.

В Осло в 1992 году были созданы международные стандарты, на которых базируется методология описания инноваций в условиях рыночной экономики. Настоящие стандарты записаны в документе «Руководство Осло». Они применяются для технологических инноваций и включают в себя новые продукты, процессы и их технологические изменения. «Инновация считается осуществленной только в том случае, если она внедрена на рынке или в производственном процессе» [2]. Различают два главных типа технологических инноваций: продуктовые и процессные.

Продуктовая инновация – внедрение в производство новых или гораздо усовершенствованных свойствами и способами пользования товаров и услуг. Это могут быть улучшения в комфортности эксплуатации, технических или

функциональных характеристиках, материальном составе продукта и др. Понятие «продукт» включает в себя как товар, так и услугу. Например, к продуктовым инновациям можно отнести первые 3D принтеры.

Продуктовые инновации в сфере услуг подразумевают улучшения в предоставлении данных услуг или внедрение совершенно новых услуг. Примерами могут служить возможность заказа ресторанной еды с доставкой на дом, предоставление необходимой экипировки в прокат на лыжном курорте и многое другое.

Процессная инновация есть внедрение нового или значительно улучшенного способа производства или доставки продукта. «Сюда входят значительные изменения в технологии, производственном оборудовании и/или программном обеспечении» [4]. Чаще всего процессные инновации внедряются с целью снижения издержек производства или затрат на доставку продукта, для улучшения качества услуги или для производства и доставки абсолютно новых или значительно усовершенствованных продуктов. В качестве примеров процессных инноваций можно предложить добавление новой операции в организацию производства.

Понятие «инновационного процесса» шире понятия «инновации», т.к. инновация является структурным компонентом инновационного процесса. «Инновационный процесс – процесс преобразования научного знания в инновацию, т.е. последовательная цепь событий, в ходе которого инновация вызревает от идеи до конкретного продукта, технологии или услуги и распространяется при практическом использовании. В то время как инновационный процесс продолжается, инновационный продукт улучшается, открывает новые потребительские свойства и непредусмотренные области применения, так это приводит к привлечению новых рынков и потребителей.

Инноватика – область науки, изучающая закономерности развития инновационных процессов.

Процесс создания и освоения новой техники или технологии (ПСНТ) является основой инновационного процесса. Первой стадией ПСНТ служат

фундаментальные исследования (ФИ), которые стремятся обрести новые научные знания и выявить ранее неизученные закономерности. ФИ делятся на теоретические и поисковые.

Теоретические исследования направлены на научные открытия, на обоснование новых понятий и представлений и/или создание новых теоретических концепций. Задачей поисковых исследований есть открытие новых принципиальных правил создания изделий и технологий; не известных ранее особенностей материалов и их соединений; методов анализа и синтеза. Исходя из задачи, следует заметить то, что конкретных направлений поисковые исследования не имеют. Обычно известна цель анализа, и более или менее ясны теоретические основы.

Фундаментальная наука выступает в качестве генератора идей, открывает пути в новые области знания, тем самым определяя свое приоритетное значение в развитии инновационных процессов. В условиях рыночной экономики только с помощью финансирования государства возможно провести фундаментальные исследования, поскольку положительный выход ФИ в мировой науке составляет всего 5%, и совершенно нет гарантий успеха.

Прикладные исследования (ПИ) выступают в роли второй стадии инновационного процесса. ПИ направлены на исследование путей практического применения изученных явлений и процессов. Научно-исследовательская работа (НИР) прикладного характера ищет решение технических проблем, конкретизацию теоретических вопросов, получение реальных научных результатов, которые в ближайшем будущем будут использованы как наработки в опытно-конструкторских работах.

Опытно-конструкторские работы (ОКР) подразумевают применение результатов ПИ для воссоздания или усовершенствования образцов новой техники, материала, технологии. ОКР является завершающей стадией научного исследования и переходом к промышленному производству. К ОКР относится разработка целостной системы технологического производства. На данной стадии достигается цель создания или модернизации нового продукта,

проводятся испытания над полученными результатами, чтобы подтвердить ожидаемые итоги, и передаются непосредственно потребителю. Вероятность успеха повышается от НИР 85–90% к ОКР 95–97%.

Завершающей стадией научной сферы является освоение промышленного производства новых изделий (Ос), которое включает проведение тестирований нового или усовершенствованного продукта, техническую и технологическую подготовку производства.

На стадии освоения выполняются опытные, экспериментальные работы на опытной базе науки, нацеленные на фабрикацию и отработка опытных образцов новой продукции и технологических процессов.

Стоит учитывать факторы, которые будут мешать освоению инноваций в промышленности, такие как отсутствие достаточных финансовых средств, высокие учетные ставки на кредитование, экономический риск освоения новой продукции.

Затем следует стадия обычного промышленного производства (ПП), когда знания воплощаются в продукцию. На стадии ПП реализуются 2 этапа: производство новой продукции и реализация потребителям. Первый этап – непосредственно изготовление конечных продуктов на основе разработанной технологии в определенном запланированном количестве. В условиях рыночной экономики новая продукция реализуется с учетом спроса потребителей и рыночных цен.

Наконец, завершается все использованием конечного продукта потребителем, параллельно ему предоставляется техническое и/или сервисное обслуживание с целью продолжения анализа инновационной продукции, поддержания нового изделия в работоспособном состоянии и обеспечения высокого уровня сервиса.

«Период, который начинается с выполнения фундаментальных и прикладных исследований и включает последующую разработку, освоение и применение новой научно-технической идеи, улучшение технико-экономических параметров выпускаемой техники, ее ремонтное и иное

обслуживание, а заканчивается моментом, когда эта техника подлежит замене качественно, новой более эффективной, называется жизненным циклом» [3].

М. Портер однозначно соотносит конкурентные преимущества компании и ее способность к проведению и внедрению инноваций, то есть к организации инновационного бизнеса, как ключевого фактора успеха в глобальной конкуренции.

Таким образом, инновационный процесс начинается с зарождения научно-технической идеи и заканчивается реализацией на рынке с целью получения коммерческой выгоды.

Список литературы:

1. Базилевич, В.Д. Неортодоксальная теория Й. А. Шумпетера/ История экономических учений: учебник – 3-е изд. / В. Д. Базилевич. – К.: Знания, 2006. – С. 314.
2. Инновационный менеджмент: учебник / Л.Я. Аврашков [и др.]; под ред.: В.А. Швандара, В.Я. Горфинкели. – М.: Вузовский учебник, 2004. – 381 с.
3. Инновационный менеджмент: учебник / Л.С. Барютин [и др.]; под ред.: А.К. Казанцева, Л.Э. Миндели. – М.: Экономика, 2004. – 518 с.
4. Руководство Осло: рекомендации по сбору и анализу данных по инновациям / ОЭСР: 3-е изд. – М., ЦИСН, 2010 – 107 с.

АНАЛИЗ НЕОБХОДИМОГО УРОВНЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ ДЛЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ОБРАЗОВАНИЯ

Попков Александр Александрович

*студент экономического факультета,
Санкт-Петербургский государственный университет,
РФ, г. Санкт-Петербург*

Соловьев Илья Владиславович

*студент экономического факультета,
Санкт-Петербургский государственный университет,
РФ, г. Санкт-Петербург*

В современных социально-экономических условиях, нацеленных на рациональное распределение ограниченных ресурсов, странам необходимо знать собственные эффективные количественные соотношения средств бюджета для поступательного и устойчивого развития образования и науки. В статье рассматривается модель зависимости индекса образования ООН от макроэкономических показателей. Кроме того, приведена оценка ориентиров уровня финансирования образования в России для обеспечения устойчивого развития данной сферы.

Объектом данного исследования является сфера образования в масштабах всего международного пространства. Целью – выявление факторов и оценки степени их влияния на интегрированный показатель уровня образования стран – индекс образования ООН. Данные для исследования были взяты с официального сайта Программы развития ООН (UNDP) [3], а также Всемирного банка (World Bank) [4]. Выбор данных источников объясняется их наиболее общепринятыми и объективными в мире в качестве источников международной статистики.

Размер выборки составил 137 стран, взятых со всех существующих континентов. Все данные взяты по состоянию на 2012 год, который является промежуточным между двумя общемировыми кризисами с точки зрения авторов, и не содержит излишних искажений статистических данных. Для каждой страны использованы данные: расходы на сферу образования в

абсолютном выражении, млн. долл. США и относительном – в процентном отношении к ВВП по ППС соответствующего года.

Описание переменных

Введём обозначения: EDI – индекс уровня образования по данным ООН, SPEND – государственные расходы на образование в млн. долл. США 2012г., PERC_SPEND – процент расходов на образование к общему значению ВВП страны в ППС 2012г., DEVPD – фиктивная переменная для развитых стран (1 – если входит в группу развитых, 0 – в противном случае), DEVPG (1 – если входит в группу развивающихся, 0 – в противном случае) – фиктивная переменная для развивающихся стран, POSTSOV – фиктивная переменная для стран, входивших в состав СССР (1 – если входит в группы постсоветских стран, 0 – в противном случае). Группировка стран была осуществлена на основе разделения, предоставляемого МВФ (IMF) [5].

Для начала рассмотрим на первый взгляд логичную зависимость: зависимость индекса уровня образования (EDI) от количества высших учебных заведений в стране. Предполагается, что зависимость прямая и сильная. Построив простую парную регрессию, было выявлено, что коэффициент при независимой переменной (количество учебных заведений) значим лишь на 25% уровне. А коэффициент корреляции и вовсе равен всего 10%. Связь прямая, но не сильная, первоначальное предположение отклоняется. Большое количество ВУЗов в стране может быть следствием масштабов государства и не влиять на качество обучения. Также уровень образования зависит и от преподавательского состава, культурных особенностей и множества других факторов, учесть которые очень проблематично. О некоторых количественных факторах, всё же влияющих на уровень образования, поговорим далее.

Рассмотрим регрессионное уравнение: $EDI = \text{const} + \text{PERC_SPEND} + \text{DEVPD} + \text{POSTSOV} + \varepsilon$ (1). В данном уравнении EDI – зависимая переменная, const – некоторая константа, PERC_SPEND, DEVPD, POSTSOV – факторы, определяющие значение EDI – индекса уровня образования. С формальной точки зрения константа определяет среднее значение индекса в случае нулевых

значений включенных факторов, однако осмысленной экономической интерпретации в данном случае она не имеет. PERC_SPEND показывает, на сколько β_{PERC_SPEND} единиц изменится EDI при изменении в среднем при прочих равных условиях PERC_SPEND на единицу. Стоит отметить, что во избежание сингулярности матрицы $X^T X$ и возможности построения оценки коэффициентов регрессии методом наименьших квадратов (LS) [1–2] в модель не включена переменная DEVPG. Для выбранной модели она является базой сравнения по отношению к остальным группам стран. Предложенная модель (1) может быть базовой конструкцией для оценки необходимого уровня государственного финансирования сферы образования с целью повышения всеобщего качества образования страны на основе показателя эффективности – индекса образования ООН.

Для первого приближения построим модель (1) с указанными факторами. Результаты оценивания параметров в эконометрическом пакете gretl при ведены в рис. 1:

Модель 1 : МНК, использованы наблюдения 1-137
Зависимая переменная: EDI

	Коэффициент	Ст. ошибка	t-статистика	P-значение	
const	0,569786	0,0319794	17,82	4,81e-037	***
PERC_SPEND	9,17695e-06	0,00629048	0,001459	0,9988	
POSTSOV	0,180480	0,0388762	4,642	8,16e-06	***
DEVPG	0,269806	0,0297958	9,055	1,49e-015	***
Среднее зав. перемен	0,636190	Ст. откл. зав. перемен	0,170420		
Сумма кв. остатков	2,309783	Ст. ошибка модели	0,131783		
R-квадрат	0,415224	Испр. R-квадрат	0,402034		
F(3, 133)	31,47922	P-значение (F)	1,93e-15		
Лог. правдоподобие	85,27911	Крит. Акаике	-162,5582		
Крит. Шварца	-150,8783	Крит. Хеннана-Куинна	-157,8118		

Рисунок 1. Модель 1: Исследование зависимости индекса образования ООН

Как можно видеть по таблице, качество подгонки составляет 0,415, таким образом, только 41,5% вариации индекса образования объясняется включенными факторами в модель, остальные 58,5% вариации зависимой переменной приходятся на иные факторы и ошибку. В целом уравнение является значимым согласно p-value по F-статистике Фишера, в отдельности

все коэффициенты, кроме PERC_SPEND, также значимы, согласно p-value, на 1% доверительном уровне. Тестирование модели выявило наличие гетероскедастичности согласно тесту Вайта (White), тестирование приведено в рис. 2:

Тест Вайта (White) на гетероскедастичность
 МНК, использованы наблюдения 1-137
 Зависимая переменная: what^2

	Коэффициент	Ст. ошибка	t-статистика	P-значение
const	0,0110566	0,0102308	1,081	0,2818
PERC_SPEND	0,00442850	0,00366490	1,208	0,2291
POSTSOV	-0,0258774	0,0191449	-1,352	0,1788
DEVVPD	-0,0147655	0,0167827	-0,8798	0,3806
sq_PERC_SPEND	-0,000383736	0,000309716	-1,239	0,2176
X2_X3	0,00175903	0,00391088	0,4498	0,6536
X2_X4	-0,000966715	0,00308179	-0,3137	0,7543

Неисправленный R-квадрат = 0,140758

Тестовая статистика: $TR^2 = 19,283905$,
 p-значение = $P(\text{Chi-квадрат}(6) > 19,283905) = 0,003710$

Рисунок 2. Модель 1: Тест Вайта на гетероскедастичность

Как видно из таблицы, p-value для приведённого теста близко к нулю, поэтому нулевая гипотеза о наличии однородности дисперсии ошибок в модели отвергается. Для устранения последствий гетероскедастичности применяется взвешенный метод наименьших квадратов (WLS) [1–2].

Нетрудно предположить, что дисперсия ошибок зависит от величины расходов на сферу образования и науки в абсолютном выражении. Поэтому построим Модель 2, оставив в факторах PERC_SPEND, добавив SPEND в абсолютном выражении, а в качестве весового коэффициента из эмпирических соображений снова взяв переменную SPEND. Результаты оценивания модели приведены в рис.3.

Модель 2 : ВМНК, использованы наблюдения 1-137
 Зависимая переменная: EDI
 Весовая переменная: SPEND

	Коэффициент	Ст. ошибка	t-статистика	P-значение	
const	0,513273	0,0217135	23,64	2,80e-049	***
SPEND	8,04160e-08	2,01990e-08	3,981	0,0001	***
PERC_SPEND	0,0238337	0,00466604	5,108	1,11e-06	***
POSTSOV	0,162381	0,0257642	6,303	4,05e-09	***
DEVFPD	0,207402	0,0134272	15,45	2,22e-031	***

Статистика, полученная по взвешенным данным:

Сумма кв. остатков	15577,71	Ст. ошибка модели	10,86338
R-квадрат	0,781950	Испр. R-квадрат	0,775343
F(4, 132)	118,3418	P-значение (F)	1,16e-42
Лог. правдоподобие	-518,6472	Крит. Акаике	1047,294
Крит. Шварца	1061,894	Крит. Хеннана-Куинна	1053,228

Статистика, полученная по исходным данным:

Среднее зав. перемен	0,636190	Ст. откл. зав. перемен	0,170420
Сумма кв. остатков	2,854868	Ст. ошибка модели	0,147064

Рисунок 3. Исследование зависимости индекса образования ООН

Данная модель показывает относительно хорошие прогнозные качества: 78,1% вариации зависимой переменной объясняется включёнными в модель регрессорами, только 21,9% приходится на иные существующие макроэкономические факторы и ошибку. F-критерий Фишера, согласно p-value, показывает, что уравнение в целом является значимым. Кроме того, все коэффициенты при переменных значимы на 1% доверительном уровне. Тестирование модели на нормальность остатков показало p-value = 0,2, таким образом распределение остатков в приведённой модели соответствует нормальному распределению, что согласуется с теоремой Гаусса-Маркова [1–2].

Интерпретация коэффициентов модели соответствует экономическому смыслу поставленной цели. Коэффициент при PERC_SPEND показывает, что с ростом доли расходов на сферу образования и науки в ВВП на 1% индекс образования страны как показатель эффективности вложений увеличивается в среднем при прочих равных условиях на 0,02. Коэффициент при SPEND указывает, что с ростом абсолютного значения расходов на 1 млн. долл. США индекс образования увеличится в среднем на $8,04 \cdot 10^{-8}$. Коэффициент при фиктивной переменной POSTSOV показывает, что индекс уровня образования

в постсоветских странах в среднем выше на 0,16 по отношению к развивающимся странам, а коэффициент при DEVPD показывает, что развитые страны в среднем имеют индекс образования на 0,2 больше, чем развивающиеся, что согласуется с базовыми экономическими представлениями. Таким образом базовая конструкция (1) была улучшена, модель $EDI = const + SPEND + PERC_SPEND + DEVPD + POSTSOV + \varepsilon$ (2) имеет улучшенные прогнозные качества по сравнению с моделью (1), тестирование (2) не выявило нарушений предпосылок теоремы Гаусса-Маркова.

Применительно к России были сделаны точечные прогнозные ориентиры по модели (2) с целью достижения уровня образования по индексу ООН к 2035 г. до значения, превышающего 0,8. По результатам расчётов оптимальное соотношение госрасходов предусматривает неизменный рост их абсолютного значения на 5% в год в млн. долл. США 2012г., а также стабильный рост доли расходов в общем объёме ВВП по ППС на 0,5% в год. Подробные результаты приведены в таблице 1:

Таблица 1.

Плановые оценки, обеспечивающие устойчивый рост уровня образования в РФ до 2035 г. по показателю эффективности образования ООН

Год	EDI	SPEND	PERC_SPEND
2017	0,783	147000,00	4,02
2018	0,784	154350,00	4,04
2019	0,785	162067,50	4,06
2020	0,787	170170,88	4,08
2021	0,788	178679,42	4,10
2022	0,789	187613,39	4,12
2023	0,790	196994,06	4,14
2024	0,792	206843,76	4,16
2025	0,793	217185,95	4,18
2026	0,794	228045,25	4,20
2027	0,796	239447,51	4,23
2028	0,797	251419,89	4,25
2029	0,799	263990,88	4,27
2030	0,800	277190,42	4,29
2031	0,802	291049,95	4,31
2032	0,803	305602,44	4,33
2033	0,805	320882,56	4,35
2034	0,807	336926,69	4,38
2035	0,809	353773,03	4,40

Заключение

В статье проведён анализ модели зависимости индекса образования ООН как показателя эффективности от уровня государственных расходов на образование, подтверждена превалирующая роль государства в развитии сферы образования и науки, отмечено влияние принадлежности стран к группам развитых, развивающихся и постсоветских по методике МВФ. Помимо того, было показано отсутствие сильной зависимости между уровнем образования и количеством учебных заведений. В итоге, можно сделать вывод о том, что для развития образования в стране нужно не только вкладывать средства в образовательную сферу, но и развивать экономику страны. Связь ВВП и уровня образования давно доказана. Ведь не только ВВП страны зависит от образования и науки, но и наоборот: качество образования в стране зависит от её экономического положения.

Список литературы:

1. Доугерти К. Введение в эконометрику. – М.: ИНФРА-М, 2004.
2. Магнус Я.Р., Катышев П.К., Пересецкий А.А. Эконометрика. Начальный курс. – М.: Дело, 2004.
3. Human Development Reports. United Nations – [Электронный ресурс] сайт. – URL: <http://hdr.undp.org/en> (дата обращения: 25.12.2016).
4. World Bank Data Catalog – [Электронный ресурс] сайт. – URL: <http://data.worldbank.org> (дата обращения: 27.12.2016).
5. International Monetary Fund – [Электронный ресурс] сайт. – URL: <http://www.imf.org> (дата обращения: 27.12.2016).

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ КОМПАНИЙ В НОВОМ МИРЕ: ПРИМЕНЕНИЕ ПРОГРАММ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ

Ризванов Наиль Алтафович

*студент 4-го курса факультета Менеджмент Финансовый университет
при Правительстве РФ,
РФ, г. Москва*

Муракова Кира Константиновна

*студент 4-го курса факультета Менеджмент Финансовый университет
при Правительстве РФ,
РФ, г. Москва*

Пуляева Валентина Николаевна

*научный руководитель,
канд. экон. наук, Финансовый университет при Правительстве РФ,
РФ, г. Москва*

Человеческие ресурсы – это капитал компаний, благодаря которой возможна эффективная деятельность. Все больше руководителей осознают уникальность данного вида актива. Статья посвящена методам КСО, применяемых для укрепления лояльности сотрудников.

С каждым годом в России все больше людей начинают отстаивать свои права, опираясь на идею гражданского общества. Все больше профсоюзов, независимых ассоциаций обращают внимания на условия труда, на здоровье и питания персонала. Сегодня работнику мало получать зарплату, он стремится к самосовершенствованию и развитию.

Неслучайно и то, что все больше времени люди стали уделять своему здоровью. Ежедневные занятия спортом, правильное питание уже постепенно становятся нормой в нашем обществе. И это происходит не просто так. Дело в том, что все чаще люди с «сидячей» работой страдают от ухудшения здоровья из-за малоподвижного образа жизни. Эту закономерность заметили и многие руководители, которые с успехом стали применять концепцию ЗОЖ для поднятия корпоративного духа и улучшения работоспособности своих сотрудников. Именно поэтому мы считаем эту тему актуальной.

Цель данной работы – показать, как влияет применение концепции ЗОЖ на работоспособность, самочувствие и результаты работников, как меняется качество коммуникации и сплоченности коллектива. Этого мы планируем достичь через решения следующих задач: оценки влияния спорта, правильного питания и психологических тренингов на результаты деятельности сотрудников.

Для начала разберемся с тем, что такое ЗОЖ. ЗОЖ – это система поведения человека, направленная на профилактику болезней и укрепление здоровья. Это концепция включает различные мероприятия, такие как, например, мероприятия по борьбе с алкоголизмом, по борьбе с курением, стимулирование работников к занятиям физической культурой, мероприятия по психологической разгрузке и так далее.

Довольно популярным направлением ЗОЖ является спорт и различные соревнования, спартакиады и так далее. Для этого компании арендуют специализированные помещения, тренажерные залы, устраивает выезды на природу, проводит физразминки на рабочем месте и многое другое. Спорт сейчас это не только способ поддерживать себя в форме, это ещё и способ группового взаимодействия. Участие сотрудников в различных спортивных соревнованиях позволяет им развивать такие качества как: быстрое принятие решений, умение работать и доверять команде, развитие выносливости и терпения и это далеко не все. Это позволяет сотруднику чувствовать себя частью компании, что улучшает их приверженность данной фирме, развивает их и делает более эффективными.

Другим не менее популярным направлением является обеспечения правильного питания сотрудников. Это в первую очередь пересмотр режима работы столовой и разработка нового подхода к питанию. По желанию сотрудников пересматривается режим работы столовой, к завтракам и обедам добавляются полдники и ужины, а акцент в меню смещается в пользу более разнообразного здорового питания. Иногда меняются даже вендинговые автоматы. Если раньше в них продавались традиционные кофе и шоколадки со

снеками, то теперь в автоматах можно купить йогурты, морковку и сухофрукты. Это позволяет работникам получать суточную норму витаминов, а работодателям сократить прогулы и увеличить время работы за счет меньшего числа перекуров и отлучек от рабочего места.

Тренинги также являются неотъемлемой частью ЗОЖ. Применяя их на предприятии, фирма добивается следующих показателей: улучшение внимания сотрудников, повышение их эффективности и лояльности, позитивное воздействие на уровень вовлеченности персонала, а также улучшение их общего состояния психического здоровья и повышение мотивации.

Конечно, в идеале, всякое руководство заботится о своем персонале и стремится увеличить заинтересованность каждого в своем здоровье путем физического воспитания. Примеров очень много: одни арендуют спортивные залы для командных игр и занятия фитнесом, другие устраивают настоящие чемпионаты с призами, кубками и другими спортивными почестями. Это выгодно для компании, так как нездоровый образ жизни выливается в больничные листы и ведет к снижению уровня работоспособности. В последнее время руководители компаний стали чаще задумываться о том, как мягкими способами заставить сотрудников заботиться о своем здоровье. Приведем несколько примеров.

Летом 2013 года цены на алюминий на мировых биржах достигли своего минимума. И крупнейший в мире производитель алюминия РУСАЛ провел опрос среди своих сотрудников, чтобы понять, как их заинтересовать в работе кроме большой зарплаты и бонусов. В компании всерьез задумались, что могут предложить взамен. Обычно в кризисный период компании сокращают затраты и ужесточают условия работы. В РУСАЛе посчитали, что поскольку люди проводят много времени в офисе, то нужно сфокусировать изменения на повышении комфортности среды, предложить новые нефинансовые мотиваторы. Результаты опроса были удивительными: оказалось, что многие предложения касались изменения корпоративного питания и спорта. И люди хотят вместе после работы заниматься спортом.

Были арендованы залы, которые всего лишь год или два назад были совсем не востребованы. Образовалось несколько команд по футболу, волейболу и баскетболу.

«Материальная мотивация – вещь тупиковая. Это иллюзия думать, что чем больше заплатить денег, тем эффективнее человек будет работать. А вот нематериальная – работает всегда. Компания продемонстрировала сотрудникам, что она их видит, ценит и готова вкладываться в то, чтобы им было комфортно», – убеждена директор по организационному развитию WardHowell Анна Бурова.

Другой пример поддержания физической культуры персонала принадлежит одному из лидеров российского рынка быстрого обслуживания КФС. Уже четвертый год компания проводит Всероссийский чемпионат по мини-футболу среди сотрудников в более шестидесяти городах. В этом году чемпионат получил статус международного. В 2014 году кубок турнира и главный приз завоевала команда “Legion” из города Казань. Победители отправились в тренировочный лагерь академии испанского футбольного клуба «Барселона» для совершенствования навыков у лучших европейских тренеров. Такой подход позволяет компании занять молодых людей в свободное время и уменьшить текучесть кадров.

Проведенный нами опрос в свою очередь показывает на сколько работники преуспели в отстаивании своих прав. Так почти 84% опрошенных считают, что компаниям необходимо заботиться о здоровье сотрудников, так как это ведет к увеличению их прибыли. На вопрос о том, какое направление ЗОЖ для них предпочтительней: 65% указали спорт и физнагрузки, 15% – правильное питание и всего 10% – психологические тренинги. Это связано с российским менталитетом, в котором походы к психологу ещё не стали нормой. Что же касается «+» которые получает от данной системы работник, опрашиваемые выбрали: 40% – улучшение здоровья и самочувствия, 35% – самосовершенствование, 15% – развитие выносливости и 10 – развитие специфических навыков. «+» же для работодателя: 35% – повышения уровня

приверженности и лояльности работников, 20% – уменьшение текучести кадров, ещё 20% – увеличение работоспособности, и результатов персонала, 15% – улучшения корпоративного духа и 10% – уменьшение прогулов и больничных.

Это все показывает, как важно применять ЗОЖ в организациях и планируя активность в области управления здоровьем в компании, важно четко понимать, какие цели мы преследуем. Поэтому применять следует проектный подход. Учитывая потенциальные выгоды от корпоративных программ ЗОЖ, целесообразна их поддержка со стороны государства. Государство могло бы предоставлять компаниям, реализующим программы ЗОЖ, льготы – например, отнесение расходов на эти цели на себестоимость или специальные субсидии.

Список литературы:

1. Неверова О. Фитнес у станка / О. Неверова // Российская газета: Фармацевтика. – 2014. – 2 апреля. – С. 2.
2. Сайт международного общественного движения по охране здоровья населения Земли – zdorovajaplaneta.ru.

ТРЕНДОВЫЕ МОДЕЛИ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ НАЛОГОВЫХ ПОСТУПЛЕНИЙ ПО НДФЛ

Семакина Владлена Дмитриевна

*студент факультета «Налоги и налогообложение» ФГБОУ ВПО «Кубанский государственный аграрный университет»,
РФ, г. Краснодар*

Гончарова Наталия Александровна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доц. ВАК, ФГБОУ ВПО «Кубанский государственный аграрный университет»,
РФ, г. Краснодар*

Налоговое прогнозирование на государственном уровне и уровне органов местного самоуправления выступает в качестве основы для выработки социально-экономического прогноза государства, субъектов РФ и муниципальных образований на средне и долгосрочный периоды. Целью оперативного составления проектов бюджета федерального, регионального и муниципального уровней на предстоящий финансовый год, является принятие необходимых политических, экономических и социальных решений.

Государственное налоговое планирование представляет собой процесс планирования налоговых поступлений на макроуровне, то есть страны в целом, субъектов РФ и муниципальных образований.

При прогнозе налоговых поступлений происходит ориентация на максимально высокий их уровень, это объясняется постоянно растущими потребностями государства.

К объективным причинам увеличения потребностей государства можно отнести:

- необходимость развития научно-технического прогресса;
- обеспечение необходимой безопасности и обороноспособности государства;
- повышение качества жизни населения и другие.

К субъективным причинам:

- потребность органов управления и ведомств иметь более высокие финансовые возможности.

Следует также учитывать, что потребности увеличения расходов и вызванное этим ориентирование на максимальное изъятие средств налогоплательщиков имеют определенные экономические ограничения, связанные с:

- 1) возможностями экономического роста хозяйства государства и отдельных его отраслей, повышения эффективности экономики;

- 2) уровнем налоговых изъятий, за пределом которого налоги могут не только оказывать негативное влияние на развитие экономики, но и при определенных условиях привести к свертыванию предпринимательской деятельности.

Поэтому в ходе налогового прогнозирования данные факторы обязательно должны учитываться.

В ходе налогового планирования и прогнозирования применяются общеизвестные методы экономического и финансового планирования:

- балансовый метод;
- метод коэффициентов;
- нормативный метод;
- регрессивно-корреляционный метод;
- метод прогнозной экстраполяции с применением трендовых моделей и другие.

Рассмотрим более подробно налоговое планирование с помощью метода прогнозной экстраполяции с применением трендовой модели.

Под экстраполяцией понимается перенос закономерностей, взаимосвязей и соотношений, рассматриваемых в прошедшем периоде на будущее. В более широком значении слова ее рассматривают как получение представлений о будущем на основе данных, имеющей отношение к прошлому и нынешнему.

Тренд представляет собой направленность изменения финансовых показателей, которые формируются за счет обработки данных и определения на этой основе тенденций финансового роста либо спада.

Рассмотрим трендовый метод прогнозирования налоговых поступлений по налогу на доходы физических лиц.

Налог на доходы физических лиц является одним из самых значимых налогов по суммам поступлений в государственный бюджет, которые уплачиваются физическими лицами. Настоящий налог касается почти каждого гражданина Российской Федерации. Разберем его более детально.

Налог на доходы физических лиц (НДФЛ) – прямой федеральный налог, уплачивающийся от общей суммы доходов физического лица.

Методы исчисления НДФЛ довольно просты и понятны, ставки - фиксированы, объекты – конкретны. Все это делает налог на доходы физических лиц достаточно простым для налогообложения, однако в РФ данный налог является предметом острых дискуссий и споров, так как, несмотря на богатую историю, НДФЛ далёк от совершенства, поэтому крайне необходимо его реформирование, для улучшения системы налогообложения в целом.

Поступления от НДФЛ являются важным источником государственного бюджета. Они занимают большой удельный вес в структуре доходов бюджетов различных уровней. Проанализируем удельный вес НДФЛ в доходах консолидированного бюджета РФ и бюджета Краснодарского края за 2013–2015 гг. [5].

Таблица 1.

Удельный вес доходов от НДФЛ в бюджеты за 2013–2015гг.

Бюджет	2013г	2014г	2015г
Консолидированный бюджет РФ, %	22,1	21,3	20,5
Консолидированный бюджет Краснодарского края, %	39,5	41,8	35,3

Исходя из данных, приведенных в таблице, можно сделать вывод, что НДФЛ является одним из основных бюджетобразующих налогов. Объем поступлений от НДФЛ зависит от заработной платы и роста доходов населения.

Построим прогноз налоговых поступлений с помощью трендовой модели в бюджет Краснодарского края по налогу на доходы физических лиц на 2016–2017 года в программе Microsoft Excel (рисунок 1) на основе данных налоговой отчетности ФНС РФ за 2006–2015 гг (таблица 2).

Возможность и целесообразность применения трендовых моделей для прогнозирования обуславливается рядом условий:

1) период, используемый для построения тренда, должен быть необходимым для выявления тенденции развития, чем больше период, тем точнее прогноз;

2) анализируемый период должен быть динамически устойчивым, без резких скачков;

3) не должно быть значительных внешних влияний на рассматриваемый процесс, которые могут основательно оказать влияние на тенденцию развития [3].

Таблица 2.

Налоговые поступления в консолидированный бюджет Краснодарского края по НДФЛ за 2006–2015 гг.

Год	Налоговые поступления в доходы консолидированного бюджета по НДФЛ, тыс. руб.
2006	21587305
2007	29095168
2008	39871359
2009	41841732
2010	45898538
2011	52865453
2012	61181434
2013	68886384
2014	72003844
2015	73613305

Приведем наглядный пример того, как выглядит линия тренда налоговых поступлений в федеральный бюджет по НДФЛ (рис. 1).

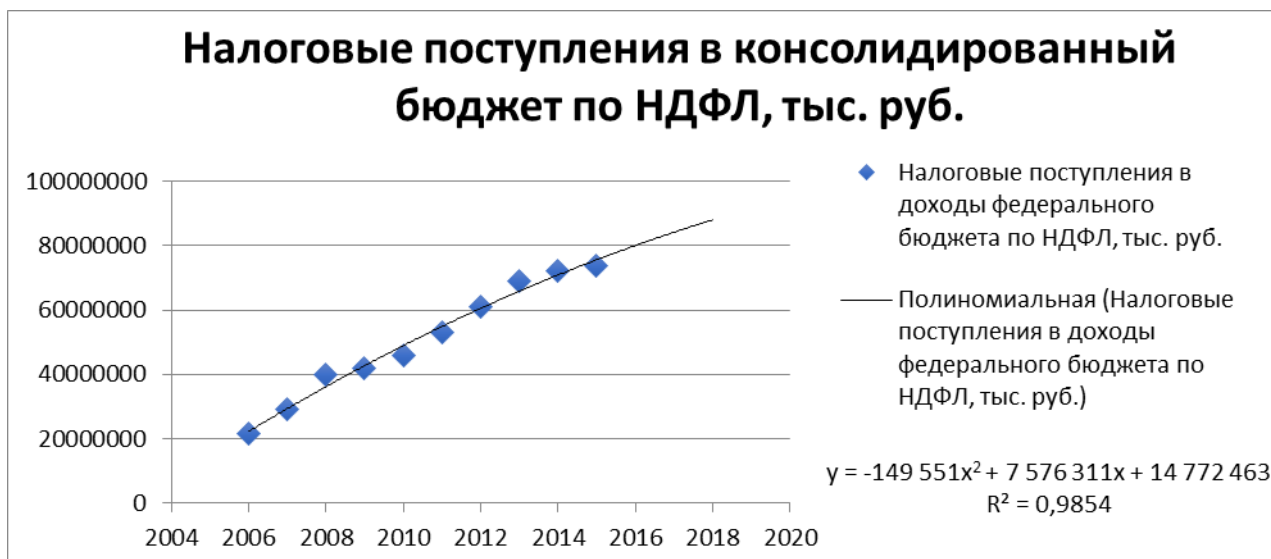


Рисунок 1. Линия тренда налоговых поступлений в консолидированный бюджет Краснодарского края по НДФЛ на 2006–2018 гг.

С помощью представленного метода планируются следующие показатели поступлений по НДФЛ в консолидированный бюджет Краснодарского края (таблица 3).

Таблица 3.

Налоговые поступления в консолидированный бюджет Краснодарского края по НДФЛ за 2016–2018 гг.

Показатель	2016г	2017г	2018г
Налоговые поступления НДФЛ, тыс. руб.	80016213	84152851	87990387

Как видно из представленной выше таблицы, поступления по НДФЛ в консолидированный бюджет Краснодарского года имеет тенденцию к увеличению.

С целью поддержания дальнейшей тенденции к увеличению налоговых поступлений по НДФЛ необходимо совершенствование данного налога. Проанализируем основные проблемы налога на доходы физических лиц, которые присутствуют на сегодняшний день в РФ:

1. Достижение рационального соотношения между экономической эффективностью и социальной справедливостью налога. Данная проблема заключается в выборе приоритета между социальной справедливостью и

экономической эффективностью, согласно чему и устанавливается та или иная шкала налогообложения.

2. Низкий уровень доходов населения России, по сравнению с развитыми странами. Особенно это проявляется в периоды экономического кризиса.

3. Применение вычетов по НДФЛ. Большая часть населения не знает о том, что имеет возможность на ежегодное возвращение денежных средств из бюджета страны, а достигается это посредством предоставления налоговых вычетов.

4. Выбор ставок для НДФЛ. В настоящее время активно обсуждается вопрос относительно социальной справедливости, рациональности и эффективности принятых ставок по НДФЛ.

В августе 2016 года депутаты ЛДПР внесли в Госдуму законопроект по установлению прогрессивной шкалы по НДФЛ. В нем предлагается установить дифференцированные ставки в зависимости от уровня годового дохода налогоплательщика и ввести прогрессивную шкалу налогообложения.

В настоящем законопроекте предлагается установить следующие налоговые ставки:

- размер налогооблагаемого совокупного годового дохода до 180 000 рублей – 0%;
- от 180 001 до 2 400 000 рублей – 13% с суммы, превышающей 180 тысяч рублей;
- от 2 400 001 рублей до 100 000 000 рублей – 288,6 тысячи рублей + 30% с суммы, превышающей 2 400 000 рублей;
- от 100 000 001 рублей и выше – 29 568,6 тысячи рублей + 70% с суммы, превышающей 100 000 000 рублей.

Согласно пояснительной записке к данному законопроекту, предполагается в случае применения дифференцированной системы налоговых ставок дополнительное поступление в бюджетную систему РФ 2,05 триллиона рублей[2].

По мнению разработчиков данной инициативы, данное нововведение будет способствовать выравниванию доходов граждан, уменьшению разрыва между самыми высоко и самыми низкооплачиваемыми категориями работающих лиц, а также обеспечит соблюдение принципов социальной справедливости. Мировая практика налогообложения доходов физических лиц однозначно говорит в пользу введения прогрессивной шкалы налогообложения.

Министр финансов Антон Силуанов считает, что вопрос установления прогрессивной шкалы налогообложения НДФЛ может быть рассмотрен только после 2018 года, когда стабилизируется экономическая ситуация в РФ, будут приведены бюджеты РФ и регионов в устойчивое состояние и возможные уходы в тень будут минимизированы [2].

Также для совершенствования налога на доходы физических лиц необходимо:

1. Увеличение размера налоговых вычетов на основании прожиточного минимума и средней заработной платы.

Так, например, депутат Госдумы Александр Агеев внес на рассмотрение законопроект, в котором он предложил увеличение максимально возможной суммы вычетов на обучение детей до 100 тыс. руб. на каждого ребенка в общей сумме на обоих родителей. А общую величину социальных налоговых вычетов – до 200 тыс. руб.

Также в данном законопроекте предлагается отнести к вычету расходы на аренду жилья, если студенту не предоставлено общежитие. Такие затраты предлагается учитывать в сумме фактических расходов с учетом ограничений в 200 тыс. руб. в год на каждого ребенка в общей сумме на обоих родителей [2].

2. Ужесточение контроля по собираемости налога на доходы физических лиц, совершенствование системы ответственности за налоговые правонарушения и повышение эффективности контрольной деятельности налоговых органов.

Так для увеличения эффективности налогового контроля необходимо улучшить работу с кадрами. В первую очередь необходимо постоянное

совершенствование знаний налоговых инспекторов в сфере последних изменений налогообложения, а для этого необходимо стимулировать работников налоговой службы путем увеличения их заработной платы.

Дать положительный результат при совершенствовании НДФЛ способно грамотное, последовательное введение изменений в систему налогового законодательства, начиная с базовых положений, влияющих на все стадии налогового функционирования, а именно: контроль, качество, эффективность и последующих преобразований, касающихся определенных элементов налога на доходы физических лиц. Необходимо совершенствовать налоговое законодательство, приводить его в соответствие с гражданским, трудовым законодательством, для того, чтобы избежать правонарушений по расчету, уплате налогов [4].

Список литературы:

1. ГАРАНТ.РУ – [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL:<http://www.garant.ru/news/756990/#ixzz4Rrr6zoOb> (дата обращения 04.12.2016).
2. Московский Комсомолец. – 2016. – [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://www.mk.ru/economics/2016/11/21/> (дата обращения 04.12.2016).
3. Помощь бухгалтеру – [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://helpracc.ru> (дата обращения 04.12.2016).
4. Попова О.Г. НДФЛ: оптимальные способы исчисления: Учебник. / О.Г. Попова. – М.: «Сибирское университетское издательство», 2012. – 192с.
5. Официальный сайт Федеральной налоговой службы Российской Федерации – [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://www.nalog.ru/rn23/> (дата обращения 04.12.2016).

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ В РОССИИ

Морозова Екатерина Евгеньевна

*студент, Национальный исследовательский университет «МИЭТ»,
РФ, г. Зеленоград*

Скворцов Дмитрий Викторович

*студент, Национальный исследовательский университет «МИЭТ»,
РФ, г. Зеленоград*

1. Статистика мирового рынка ИС

Интеллектуальная собственность, а также содействие ее развитию и охране, играют значительную роль в развитии и благосостоянии всего человечества, инновационной деятельности страны, в реализации интеллектуального потенциала нации. В результате чего наблюдается бурный экономический рост, создаются новые рабочие места и новые отрасли промышленности, повышается качество человеческой жизни [1, с.1].

Понятие интеллектуальной собственности определяется ст.1225 ГК РФ как перечень результатов интеллектуальной деятельности и средств индивидуализации, которым предоставляется правовая охрана. Вообще, само понятие «интеллектуальная собственность» было впервые введено в международные правовые документы в 1967 г. Стокгольмской конвенцией.

Итак, для того, чтобы проанализировать состояние рынка ИС в России, необходимо рассмотреть состояние мирового рынка и определить место России в нем. Основным показателем инновационного потенциала стран и регионов является патентная статистика.

Таблица 1 содержит информацию о странах с наибольшим числом поданных заявок на патенты по группам – изобретения, полезные модели, промышленные образцы и товарные знаки.

Таблица 1.

Мировая патентная статистика

Место в мире	Страна	Кол-во заявок на изобретения, шт	Страна	Кол-во заявок на полезную модель, шт	Страна	Кол-во заявок на пром.обр, шт	Страна	Кол-во заявок на товарные знаки, шт
1	Китай	1101864	Китай	1127577	Китай	569059	Китай	2828124
2	США	589410	Германия	14274	ЕПА	98162	США	517134
3	Япония	318721	Россия	11906	Корея	72458	ЕПА	366236
4	Корея	213694	Корея	8711	Германия	56499	Япония	344979
5	ЕПА	160028	Украина	8616	Турция	45852	Индия	289747
6	Германия	66893	Япония	6860	США	40128	Франция	282979
7	Индия	45658	Турция	3583	Япония	30351	Корея	236089
8	Россия	45517	Италия	2915	Испания	17855	Турция	227194
9	Канада	36964	Бразилия	2718	Франция	13997	Россия	219076
10	Бразилия	30219	Испания	2354	Швейцария	12242	Германия	210159

Россия входит в десятку стран по трем из четырех категорий – изобретения (45 517 – 8 место), полезные модели (11 906 – 3 место) и товарные знаки (219 076 – 6 место). [3] В категории промышленных образцов наша страна не входит в топ-10 стран. Такое положение России в мире можно оценить, как удовлетворительное, но нельзя говорить о каком-либо лидерстве или превосходстве: страна входит в топ-10 по большинству категорий, однако преимущественно находится в конце списка. Нельзя не отметить абсолютное превосходство Китая во всех категориях.

1.1 Направления выдачи патентов

Патентование ведется по многим сферам деятельности. На рынке изобретений и полезных моделей (Рис.1) преобладают следующие сферы – компьютерные технологии (8 %), электротехническое оборудование (около 7 % рынка) и 5% рынка занимают категория цифровой связи. Остальную часть рынка занимают другие многочисленных сферы патентования [3].

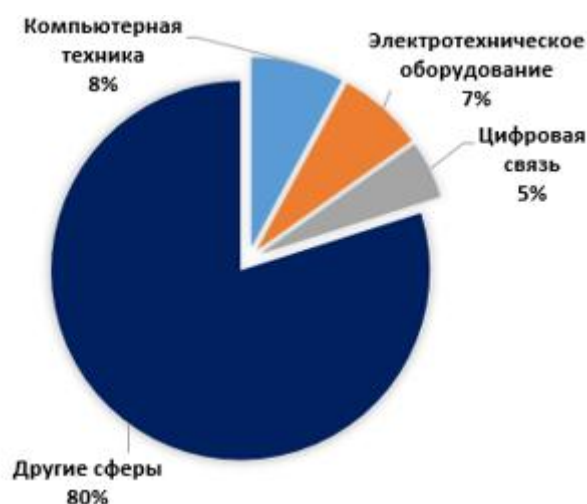


Рисунок 1. Выдача патентов на изобретения и ПИ

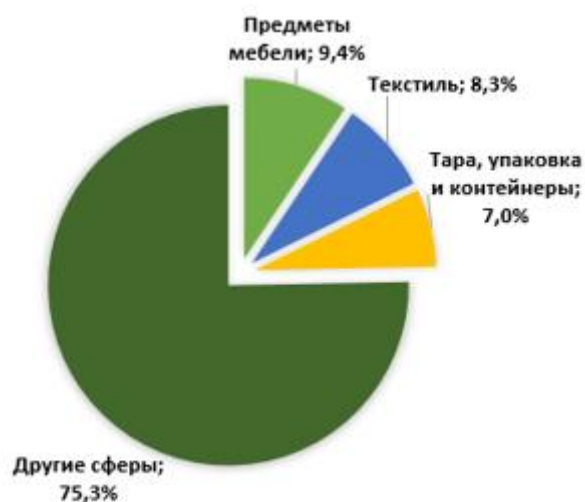


Рисунок 2. Выдача патентов на ПО

На рынке промышленных образцов (Рис.2) силы расположились следующим образом: 9,4% всех заявок относятся к предметам мебелировки, за ними следуют образцы в текстильной сфере (8%) и сфере тары, упаковки и контейнеров (7%) [3].

Сложившаяся структура соответствует общемировым тенденциям технического прогресса и развития человеческой жизнедеятельности.

2. Развитие рынка ИС в РФ

После краткого обзора мирового рынка ИС, стоит обратить внимание на отечественный рынок.

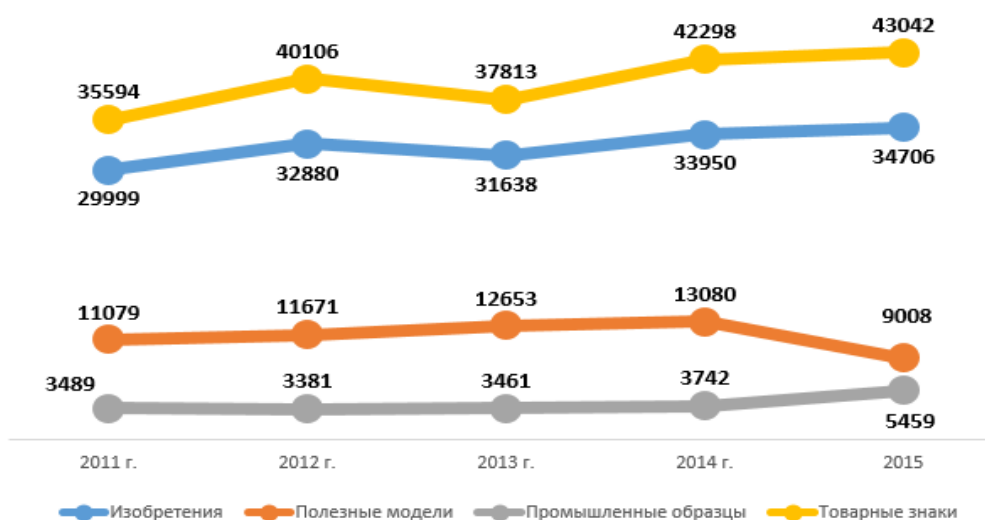


Рисунок 3. Динамика выдачи патентов в РФ

На Рисунке 3 показана динамика выдачи патентов по категориям с 2011 по 2015 год. Как видно на графике, рынок развивается неуверенно, наблюдаются скачки. Большой акцент рынок делает на патентовании товарных знаков и изобретений.

На их фоне патентование полезных моделей и промышленных образцов выглядит не так активно. Однако активность за последний год у этих рынков оказалась абсолютно зеркальной: рынок полезных моделей резко потерял 31%, а рынок промышленных образцов подрос на 46%. Также немного прибавили рынки изобретений и товарных знаков – 1,8% и 2,2% соответственно.

В целом рынок ИС в России развивается медленно. Многие аналитики связывают низкую патентную активность со слабой финансовой поддержкой.

2.1 Структура патентования изобретений по разделам МПК

Экономическую активность патентной деятельности в определенной степени характеризует число выданных патентов в различных областях экономики.



Рисунок 3. Выдача патентов на изобретения по разделам МПК



Рисунок 4. Структура выдачи патентов на изобретения по разделам МПК

В целом, если проанализировать структуру выданных патентов по разделам МПК (международной патентной классификации), показанную на Рисунке 4, то можно сказать, что в 2015 г. наибольшая доля (около 23,9%) выданных патентов на изобретений была зарегистрирована в категории «Удовлетворение жизненных потребностей человека», 17% заняло направление «Химия и металлургия», 16,2% – на направление «Различные технологические процессы», 15,1% – на направление «Физика», 11% – на направление «Механика, освещение, отопление, двигатели и насосы, взрывные работы», 10,1% – «Электричество» [2, с.8] Нужно отметить, выявленная структура вполне соответствует тенденциям, сложившимся в экономике нашей страны в

последние годы, в особенности, благодаря росту предоставляемых потребительских услуг населению.

Однако, такая тенденция может носить лишь временный характер, поскольку основу роста экономики и социального благополучия общества в первую очередь составляет совершенствование технологических процессов реального производства, в том числе химического и металлургического, в которых наша страна многие годы занимала передовые позиции. В этой связи доля и, соответственно, значимость инноваций в области физики, механики и электричества должна повышаться [2, с.8].

Если посмотреть на Рисунок 3, то можно сказать, что большую часть патентов получают российские заявители, за исключением категорий «Электричество» и «Текстиль». Необходимо сказать, что государству стоит предпринять меры по защите отечественных заявителей в этих категориях, так как могут возникнуть прецеденты недобросовестной конкуренции: иностранные заявители могут патентовать ОИС и не использовать их, тем самым препятствуя патентованию и использованию этих ОИС со стороны российских заявителей.

Наибольшее количество патентных заявок в 2015 г. поступило из США, Германии, Японии, Франции, Нидерландов и Швейцарии. Доля этих стран составляет 70,3% от общего числа заявок иностранных заявителей. Крупнейшими поставщиками патентных заявок в России являются США и Германия. Их доля в общем количестве заявок иностранных заявителей составляет соответственно 30,5 и 12% [2, с.7].

2.2 Структура патентования ПМ по разделам МПК



Рисунок 5. Структура выдачи патентов на ПМ по разделам МПК

Согласно Рисунку 5, можно утверждать, что высокая активность в регистрации прав на результаты интеллектуальной деятельности в виде полезных моделей была по разделу «Технологические процессы», которая составляла примерно четверть (22,4%), от всех патентов на полезные модели, выданных в России. По другим разделам – «Удовлетворение жизненных потребностей человека» – 17,5%, по разделу «Механика, освещение, отопление, двигатели и насосы, взрывные работы» – 17,3%, «Физика» – 15,3%, «Строительство, горное дело» – 13,2%, а по разделу «Электричество» – 10,8%.

Среди зарубежных стран по количеству выданных в России патентов на полезные модели в 2015 г. Лидерами являются США, Кипр, Украина и Беларусь, на долю которых приходилось более 70% от общего числа выданных патентов на полезные модели иностранным заявителям [2, с.9]

3. Внешняя торговля

Говоря о внешней торговле, сразу нужно сказать, что в структуре внешней торговли по видам интеллектуальной собственности преобладает импорт. В структуре экспорта и импорта интеллектуальных технологий России течение последних 20 лет наблюдается отрицательное сальдо между поступлениями и выплатами [1, с.5]. В 2015 г. отрицательное сальдо уменьшилось на 53% по сравнению с 2014 г., что связано с ростом экспорта (на 29%) и снижением импорта (на 10%) научных исследований.

Таблица 2.

Внешняя торговля

Показатель	Экспорт			Импорт			Сальдо , тыс долл.
	Число сог-ний	Ст-ть пре-та сог-ния, тыс долл.	Пост-ие ср-в за год, млн долл.	Число сог-ий	Ст-ть пре-а соглашения, тыс долл.	Потс-ие ср-в за год, млн долл.	
Всего	2236	5066969	1654732	2986	12101188,8	2205429	-550697
патент на изобретение	3	7,7	63,2	19	111477,3	9636,1	-9572,9
Беспатентные изобретения	0	0	0	1	3,4	3,4	-3,4
патентная лицензия на изобретение	98	152100	79062,3	126	460896,4	66104,7	12957,6
полезная модель	6	4295,6	4113,6	12	2791,7	3461,5	652,1
ноу-хау	27	9667,4	2474,5	103	309605,1	179229	-176754
товарный знак	25	9035,5	3990,3	167	779708,4	318505	-314514
промышленный образец	6	55972,7	2492,1	20	25938,7	24447,9	-21955,8
инжиниринговые услуги	781	3861388	1112557	1532	7472654,1	1277698	-165141
научные исследования	730	716038,2	164940	296	1337571,5	110311	54629,1
прочие	560	258464	285039	710	1600542,2	216033	69005,9

Из данных, приведенных в Таблице 2, видно, что в структуре преобладают инжиниринговые услуги. Это объясняется участием российских компаний в сооружении ряда энергетических и инфраструктурных объектов в странах СНГ и развивающихся странах и привлечением иностранных поставщиков к строительству объектов на территории России [1, с.5].

Наиболее значимую роль в экспорте, чем в импорте играют научные исследования – 32,6% в экспорте и 9,9% в импорте по количеству соглашений, и 9,9% в экспорте против 5% в импорте по поступлениям. Объекты промышленной собственности, определяющие технологический уровень экономики, занимают незначительный удельный вес во внешней торговле технологиями. Товарные знаки в основном используются зарубежными конкурентами, и доля выплат по ним составляет 14,4%.

Преобладание в экспорте над импортом научных исследований еще раз подчеркивает неконкурентоспособность интеллектуальных технологий России, и то что зарубежные фирмы предпочитают использовать более дешевую и квалифицированную рабочую силу России, чем приобретать российскую интеллектуальную собственность [1, с.6].

4. Выводы

Проанализировав состояние рынка интеллектуальной собственности в России, можно сделать следующие выводы:

- Медленное развитие рынка ИС может отрицательно сказаться на положении России на мировой арене. Государству следует предпринимать активные действия по поддержке отечественного рынка.

- При разработке программы поддержки следует особое внимание обратить на сферу совершенствования технологических процессов реального производства, в том числе химического и металлургического, чтобы дать толчок росту экономики и социального благополучия общества.

- Стоит предпринять меры по защите российских заявителей в категориях «Электричество» и «Текстиль» т.к. на данный момент в этих категориях доминируют иностранные заявители. Опасность заключается в том, что иностранные заявители могут патентовать ОИС и не использовать их, тем самым препятствуя патентованию и использованию этих ОИС со стороны российских заявителей.

- Сложившаяся структура внешней торговли говорит о необходимости формирования институциональной структуры на рынке технологий с учетом специфики регионального развития, а также об активной финансовой и законодательной поддержке рынка ИС в целом, так как российские технологии не обладают высокой конкурентоспособностью, о чем говорит преобладание экспорта научных исследований над импортом.

Список литературы:

1. Галынчик Т.А. Интеллектуальная собственность в России // Концепт. – 2016. – Спецвыпуск № 4(04).
2. Березина Е.В., Кольцов А.В., Лебедев К.В., Плужнова Н.А., Прохорова Л.В. Результативность научных исследований и разработок: 2016// Статистика науки и образования.2016. №2.
3. Мировая статистика ВОИС // – [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://ipstats.wipo.int/ipstatv2/keyindex.htm> (Дата обращения: 04.02.17).

ЭФФЕКТИВНОСТЬ БАНКОВСКОЙ РЕКЛАМЫ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА КЛИЕНТСКУЮ БАЗУ

Темнова Юлия Александровна

*магистрант, 2 курс, Сибирский федеральный университет,
РФ, г. Красноярск*

В статье рассмотрена проблема определения эффективности банковской рекламы, ее способы, направления и сложности. На примерах определенных банков продемонстрировано влияние рекламной кампании на финансовые показатели банка. Описывается влияние банковской рекламы на лояльность клиентов и численность клиентской базы.

В современных условиях банки вынуждены вести конкурентную борьбу за клиентов посредством проведения различных маркетинговых стратегий, в частности, посредством рекламных кампаний и акций.

Оценить эффективность проведенных мероприятий, насколько это было выгодно, сколько клиентов привлечено и сколько принес прибыли каждый рубль, вложенный в рекламную кампанию, практически невозможно. Во-первых, в связи с тем, что само понятие эффективность банковской рекламы довольно размыто и трактуется по-разному в зависимости от целей и направления анализа эффективности.

В целом, существует 3 направления анализа эффективности банковской рекламы:

- оценка качества рекламного материала, т.е. насколько эффективна форма и способ подачи рекламного сообщения;
- финансовая эффективность, т.е. соотношение прироста финансовых показателей за время проведения рекламы к затратам на ее проведение;
- коммуникативная эффективность, т.е. число новых рекламных контактов после проведения какого-либо мероприятия, кампании или акции.

Во-вторых, существует временной лаг между проведением рекламных мероприятий, акций и кампаний и результатом. Прежде всего, это обусловлено

особенностью банковских продуктов и услуг. Не всегда рекламная информация о продуктах и услугах бывает актуальной для клиентов.

В-третьих, невозможно дать абсолютно точные цифры того, сколько человек привела определенная реклама, т.е. сколько откликнулись из-за рекламы по ТВ, сколько увидели баннеры, сколько получили сообщения по e-mail и прочее.

Поэтому невероятно важно в результате маркетинговых исследований определить наиболее актуальные источники и виды рекламы, целевую аудиторию и другие важные аспекты.

Способы определения эффективности рекламы делятся:

- оценочные;
- аналитические.

Оценочные способы основываются на мнении экспертов и могут быть прямыми и косвенными. Прямой способ включает в себя прямое тестирование клиентов, оценка актуальности и значимости рекламы путем присвоения баллов. Косвенный способ – опросы по телефону, почте и прочее.

Аналитические способы основаны на математических, статистических, эконометрических методах анализа.

Банковская реклама влияет, прежде всего, на потенциальных и действующих клиентов. Эффективная реклама привлекает внимание, запоминается, побуждает к обращению в банк.

Выбор рекламных средств зависит целевой банковской аудитории. Большинство банковских учреждений адресуют рекламу владельцам небольших счетов посредством СМИ. Можно утверждать, что СМИ и телевидение отлично подходят для рекламирования крупных банков, которые имеют широкую филиальную сеть на территории всей страны.

По результатам исследования эффективности банковской рекламы и оказываемого влияния на клиентов, которое проводилось в Греции, выяснилось, что 47,3% клиентов получают информацию о продуктах и услугах банка через телевидение, 52,7% через совокупность других источников.

Эффективность рекламы в прессе подтвердили 25,5% опрошиваемых, а 74,5% респондентов утверждают, что абсолютно не замечали рекламу в прессе или же она была неэффективна на их взгляд [1].

Также можно сказать, что рекламная активность банков сезонна. Год от года картина сезонности немного меняется, но, в целом, тенденция одна – повышение рекламных затрат в марте-апреле и сентябре-декабре каждого года. Основные затраты на банковскую рекламу приходятся на 2-й и 4-й квартал каждого года [1].

При этом следует заметить, что затраты на рекламу в кризисное время урезаются. Особенно это заметно с дорогостоящими источниками: телевидение, пресса и т.д., но интернет-реклама не демонстрирует колоссального снижения. С началом кризиса практически все компании урезали бюджеты на рекламу. Наибольший спад – на 42 процента – наблюдался в печатных СМИ, на радио достиг 38 процентов. При этом объем интернет-рекламы снизился только на 15 процентов (по данным Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР)) и уже к концу года по предварительным прогнозам рост рынка этой рекламы составит 40 процентов. Это объясняется тем, что в условиях строжайшей экономии компании готовы платить только за контролируемые результаты, за новых покупателей. Отдачу от интернет-рекламы можно спрогнозировать и измерить. Счетчики посетителей, к примеру, Google Analytics, Яндекс.Метрика дают возможность оценить аудиторию по многим параметрам – время, проведенное на сайте, сколько просмотрено страниц, заполнена ли заявка и пр. А значит, у финансового директора появляется реальная возможность контролировать расходы на рекламу и измерить эффективность затрат на ее размещение [2].

Эмпирическим примером успешного влияния рекламной кампании является реклама СКБ-банка – их реклама с бабками и капустной эпопеей. Валюта баланса СКБ-банка за период проведения рекламной кампании год выросла с 6,5 до 12,2 млрд. рублей. Портфель вкладов частных лиц увеличился

с 2 до 3,5 млрд. рублей. Кредитный портфель физических лиц вырос втрое, превысив 1,1 млрд. рублей [3].

Помимо прямого влияния, которое можно оценить, существует также психологическое влияние рекламы. Оно не подлежит количественной оценке. Чаще всего речь в таком случае идет об имиджевой рекламе. Как правило, такого рода рекламу могут себе позволить крупные банки федерального значения.

Такая реклама демонстрирует престижность обслуживания в конкретном банке, качество оказываемых услуг, выгодность продуктов и уровень сервиса в банке. Прежде всего, такая реклама влияет на лояльность клиентов. Клиенты, которые уже обслуживаются в банке, начинают выше ценить сотрудничество с ним, а потенциальные клиенты рассматривают данный банк для обращения. Увеличение интереса ведет к увеличению запросов о данном банке, сравнение с конкурентами, изучение продуктов и в итоге к обращению за оформлением.

По оценкам иностранных агентств, реклама увеличивает клиентскую базу в среднем на 5–10%. Что является довольно высоким показателем. Все заинтересованные клиенты заносятся в базу банка, что в дальнейшем дает возможность банку искать прочие подходы к партнерству с клиентами. Например, оформив кредит в банке, заявив себя как надежный плательщик, клиент получает различные индивидуальные предложения от банка на специальных условиях. Это могут быть: кредитная карта, перекредитование, новый кредит, ипотека на особых условиях, зарплатное обслуживание, вклады, различного рода страхование и прочее.

Даже те, кому банк может отказать в связи с несоответствием базовым условиям, в дальнейшем могут стать клиентами. Таким образом, банк расширяет свою клиентскую базу для обзвона.

Банковская реклама является не просто способом потратить куда-либо деньги, а действенным инструментом в борьбе за клиентов. Правильная маркетинговая стратегия с разработанной эффективной рекламной кампанией помогает не только эффективно потратить деньги, но и получить прибыль и

расположение клиентов. Расширение клиентской базы положительно сказывается на показателях банка, демонстрирует доверие со стороны населения и надежность. Сам имидж банка укрепляется и увеличивается конкурентоспособность.

Список литературы:

1. Скнарев Д.С. Реклама банковских услуг в России как маркетинговая коммуникация. Наука ЮУрГУ. Секции экономики, управления и права: материалы 63-й науч. конф. Юж.-Урал. гос. ун-т. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2011. – Т. 1. – С. 140–146.
2. <http://fd.ru/articles/37106-kak-otsenit-effektivnost-zatrat-na-reklamu-v-internete>.
3. <http://re-port.ru/articles/36488/>.
4. John Mylonakis. The influence of banking advertising on bank customers: an examination of Greek bank customers' choices. Banks and Bank Systems – Volume 3, Issue 4, 2008, P. 44–49.

СЕКЦИЯ 5. ЮРИСПРУДЕНЦИЯ

ПРИЧИНЕНИЕ СМЕРТИ ПО НЕОСТОРОЖНОСТИ КАК СЛЕДСТВИЕ ВРАЧЕБНОЙ ОШИБКИ

Азизова Гюллю Рамизовна

*магистрант 1 курса по направлению «Магистр уголовного права»
Волго-Вятского института (филиала) Университета
имени О.Е. Кутафина (МГЮА),
РФ, г.Киров*

Ветошкина Екатерина Дмитриевна

*научный руководитель, канд. юрид. наук, Волго-Вятский институт (филиал)
Университет имени О.Е. Кутафина (МГЮА),
РФ, г.Киров*

В настоящее время всё чаще стали выявлять преступления, связанные с некорректным оказанием медицинской помощи, которая, в свою очередь, ведёт к неблагоприятным последствиям, а именно – смерти человека.

Такие последствия представляют наибольшую общественную опасность, так как жизнь человека является высшей ценностью в демократическом правовом государстве.

Особый статус медицинских работников связан с тем, что от их надлежащего поведения в профессиональной сфере зависит соблюдение наиболее важных конституционных прав граждан – права на жизнь и права на здоровье. Невыполнение или ненадлежащее выполнение медицинским работником своих профессиональных функций способно причинить вред различной степени тяжести, как отдельному человеку, так и интересам общества и государства.

Под ненадлежащим исполнением своих профессиональных обязанностей виновным понимается поведение лица, полностью или частично несоответствующее официальным предписаниям, требованиям, предъявленным к нему при выполнении профессиональных функций.

На законодательном уровне в РФ не закреплено понятие «врачебная ошибка». По мнению таких учёных, как Кэрл Б. Либман и Крис Стирн Хаймэн, «врачебная ошибка» относится к предотвращаемым системным проблемам, а также ненадлежащему осуществлению своей деятельности отдельными поставщиками медицинских услуг». В идеях Л.Т. Кона, Дж. М. Корригэна и М.С. Дональдсона врачебная ошибка – это когда «не удалось выполнить запланированные действия, направленные на достижение определенной цели терапии, или был сделан неверный выбор плана для достижения указанной цели». Советский ученый И.В. Давыдовский дал своё определение врачебной ошибки – это «вытекающее из определенных объективных условий добросовестное заблуждение врача, основанное на несовершенстве современного состояния медицинской науки и методов исследования, на особом течении заболевания у определенного больного или на недостатке знаний и опыта врача, но без элементов халатности, небрежности и профессионального невежества» [1].

Таким образом, по нашему мнению, И.В. Давыдовский наиболее точно определил исследуемое понятие, так как здесь указаны все признаки врачебной ошибки. Полагаем, что данное определение стоит внести в статью 2 Федерального закона «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» от 21.11.2011 № 323-ФЗ, что обеспечит полное понимание правоохранительными и судебными органами, что же такое «врачебная ошибка» [4].

Причинение смерти по неосторожности как следствие врачебной ошибки, всё больше стало проявляться из-за небрежности медицинского персонала или же врача, неполного проведения всех медицинских мероприятий, а также игнорирования изначально поставленного диагноза при самом первом осмотре пациента бригадой скорой медицинской помощи. Тем самым, медицинский персонал не предвидит в последующем летального исхода.

Согласно статистическим данным, в Кировской области за 2015 год возбуждено 3 уголовных дела и все они с обвинительным заключением

направлены в суд. В 2016 году было возбуждено 7 уголовных дел, из них 6 дел направлено в суд.

Приведём пример: «около 17 часов 30 минут гражданин М., находясь в состоянии алкогольного опьянения, в помещении гаража, упал, ударившись головой о бетонный пол. При оказании медицинской помощи у гражданина М. установлена потеря сознания и поставлен диагноз «закрытая черепно-мозговая травма под вопросом». Гражданин М доставлен в хирургическое отделение, где передан врачу-хирургу А. с сопроводительным листом, где был указан соответствующий диагноз. Проявляя преступную небрежность, находясь в хирургическом отделении, врач-хирург А. при оказании медицинской помощи гражданину М. не учел полученные им данные первичного сообщения, проигнорировал тяжесть состояния последнего, недооценил рекомендации, не дал мер к экстренной госпитализации последнего для обследования и назначения лечения с целью диагностики полученной травмы. В последующем, в результате ненадлежащего исполнения своих профессиональных обязанностей врач-хирург А. причинил по неосторожности смерть гражданину М.

Согласно заключениям судебно-медицинской экспертизы, комиссионной судебно-медицинской экспертизы, далее проведена дополнительная судебно-медицинская экспертиза, и тем самым были обнаружены существенные нарушения врачом-хирургом КОГБУЗ «Советская ЦРБ» А.

Таким образом, врач-хирург обладающий достаточным опытом и квалификацией для правильного выбора диагностики и тактики лечения, не принял необходимых мер для оказания своевременной и квалифицированной медицинской помощи гражданину М.» [2].

Исходя из приведённого нами примера, мы видим, что качество оказания медицинской помощи оставляет желать лучшего. При выполнении своих должностных функций медицинские работники обязаны не отходить от инструкций, правил, установленных приказами, федеральными законами, а также не игнорировать изначально поставленный диагноз бригадой медицинской помощи, и, тем самым, предвидеть несколько этапов протекания

болезни или травм. В последующем оценивать состояния пациента – совместимо ли это с жизнью, можно ли предотвратить летальный исход.

Рассмотрим подробнее ч. 2 ст. 109 УК РФ. Исходя из диспозиции статьи, ответственность за преступление может наступить в результате ненадлежащего применения методов профилактики, диагностики, лечения и так далее.

Объектом данного преступления является не только жизнь человека, но и общественные отношения, связанные с выполнением профессиональных обязанностей лица. Важно учесть наличие у лица специальных знаний и подготовки в данной области.

Объективная сторона выражается в действии или бездействии лица, нарушающие правила предосторожности и в результате, причиняющем смерть другому лицу. Преступление имеет материальный состав, оконченным считается с момента наступления последствий. Помимо этого, смерть потерпевшего должна находиться в причинно-следственной связи с деянием виновного лица.

Субъективная сторона характеризуется виной в форме неосторожности в виде преступной небрежности или легкомыслия. Преступная небрежность определяется как непредвиденное наступление вредных последствий, но лицо, которое выполняет свои должностные функции, могло и должно было предвидеть их наступление. На практике преступная небрежность в большей степени связана с медицинской неграмотностью. Преступное легкомыслие означает, что лицо предвидело возможность наступления последствий своих действий или бездействий, без достаточных к тому оснований рассчитывало на их предотвращение.

Субъект – специальный. К уголовной ответственности могут быть привлечены медицинские работники. Медицинские работники – это лица, получившие высшее образование, среднее медицинское или фармацевтическое образование, имеющие диплом и специальное звание, а также сертификат специалиста (лицензию на осуществление медицинской или фармацевтической

деятельности). Это врачи всех специальностей, медицинские сестры, фельдшеры, акушеры, хирурги, терапевты и так далее [5].

Нередко возникают трудности в разграничении профессиональных функций медицинского работника и его функций в качестве должностного лица, когда речь идет о халатности (ч. 2 ст. 293 УК РФ). Отдельные медицинские работники являются должностными лицами в силу своего статуса, поскольку руководят определенным участком, отделением, подразделением медицинского учреждения (главный врач, заведующий отделением, их заместители). Им свойственны организационно-распорядительные функции. Главный врач, например, принимает на работу и увольняет медицинских работников, контролирует соблюдение ими трудовой дисциплины и так далее. При этом он, как правило, исполняет и свои профессиональные функции, будучи практикующим врачом. Должностным лицом, выступает, например, старшая медицинская сестра.

Таким образом, необходимо четко определять и разграничивать, когда смерть пациента наступила в результате ненадлежащего выполнения своих профессиональных обязанностей (ч. 2 ст. 109), а когда в результате выполнения организационно-распорядительных функций (ч. 2 ст. 293 УК РФ) [3].

Подводя итог, можно отметить, что для того, чтобы привлечь к ответственности субъекта по ч. 2 ст. 109 УК РФ необходимо установить:

- 1) наличие фактических данных о совершении им конкретных деяний, повлекших причинение смерти по неосторожности;
- 2) причинно-следственную связь между смертью потерпевшего и деянием виновного лица.

Список литературы:

1. Понкина А.А. Врачебная ошибка в контексте защиты прав пациентов / Кафедра правового обеспечения государственной и муниципальной службы МИГСУ РАНХиГС. – М.: Консорциум специалистов по защите прав пациентов, 2012. – С. 51–54.

2. РосПравосудие. – [Электронный ресурс] – Режим доступа. –URL: <https://rospravosudie.com/court-sovetskij-rajonnyj-sud-kirovskaya-oblast-s/act-517881810/> (Дата обращения – 03.01.2017).
3. Тактика и методика расследования причинения смерти по неосторожности вследствие ненадлежащего исполнения медицинскими работниками своих профессиональных обязанностей / А.М. Багмет, Л.И. Черкасова. – М.: Институт повышения квалификации Следственного комитета Российской Федерации, 2013. – С. 58.
4. Федеральный закон от 21.11.2011 № 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. – 2011. – № 48, Ст. 6724.
5. Черкасова Л.И. Особенности расследования причинения смерти по неосторожности вследствие ненадлежащего исполнения медицинскими работниками своих профессиональных обязанностей: методические рекомендации / Л.И. Черкасова; под ред. А.М. Багмета, В.В. Бычкова. – М.: Институт повышения квалификации Следственного комитета Российской Федерации, 2013. – С. 4.

ПРОБЛЕМЫ ОБЩЕСТВЕННОГО КОНТРОЛЯ В БОРЬБЕ С КОРРУПЦИЕЙ

Азизова Гюнэль Рамизовна

*магистрант 1 курса по направлению «Магистр уголовного права»
Волго-Вятского института (филиала) Университета
имени О.Е. Кутафина (МГЮА),
РФ, г.Киров*

Фещенко Павел Николаевич

*научный руководитель, канд. юрид. наук, доц., Волго-Вятский институт
(филиал) Университет имени О.Е. Кутафина (МГЮА),
РФ, г.Киров*

Масштабы коррупции в России выводят это явление на уровень национальной угрозы. Несмотря на принимаемые меры, коррупция по-прежнему серьезно затрудняет нормальное функционирование всех государственных структур. Как отметил Президент Российской Федерации В.В.Путин в Послании Федеральному Собранию 1.12.2016 года: «Борьба с коррупцией – это не шоу. Каждый, кто честно трудится, должен чувствовать, что государство на его стороне» [3].

Всемирная практика подтверждает эффективность исторически проверенных правовых и культурных основ общественного контроля, охватывающих, в первую очередь, принципы прозрачности публичной власти и свободного участия граждан в государственном управлении. В Соединённых Штатах Америки и странах Европы они законодательно обеспечиваются государством специальными актами о выявлении информации, о контроле со стороны гражданских НКО, советов, комитетов при органах исполнительной власти. Главную роль играют движения волонтеров, общественные инициативы, вотирование, дискуссии, петиции, экспертизы и расследования журналистов. Всё большую популярность приобретают интернет-проекты общественного контроля. К примеру, на сайте Белого Дома Соединенных штатов есть раздел, посвященный петициям – “Wethepeople” [6].

Известно, что в настоящее время в Российской Федерации одним из цивилизованных и эффективных средств влияния общества на публичную

власть также является общественный контроль, но за последние годы, по нашему мнению, применительно к противодействию коррупции, он не реализуется в полной мере.

Так, например, в целях реализации антикоррупционных мероприятий функционирует «телефон доверия», введены в практику регулярные отчеты полиции и других правоохранительных органов перед населением, активно работает «Общероссийский народный фронт» и т.д. Эффективным инструментом народного контроля можно считать ежегодные «телефонные мосты» Президента России с регионами страны. Сюда же можно отнести прошедшую 23 декабря 2016 года Пресс-конференцию Президента, где обсуждались и вопросы резонансных уголовных дел по коррупции [2]. Однако есть и проблемы при реализации общественного контроля.

Важной причиной наличия проблем в рассматриваемой сфере стало содержание и практика применения Федерального закона от 21.07.2014 № 212-ФЗ «Об основах общественного контроля в Российской Федерации», которые, на наш взгляд, ограничивают возможность гражданской активности в борьбе с коррупцией.

Согласно ст. 9 ФЗ этого закона [5] граждане и их объединения не входят в состав субъектов общественного контроля. Данный закон отдает приоритет общественным палатам и общественным советам, а не самим гражданам. Таким образом, нормы этого ФЗ ограничивают их субъектность. По этой причине гражданам и их объединениям, которые реально имеют желание и попытаются осуществлять собственный общественный контроль, независимый от органов власти, общественных палат и общественных советов, придется выбирать узаконенную группу субъектов, которая сможет им такую возможность предоставить. И хотя общественный контроль, по сути, должен относиться к сфере гражданской активности, нормы российского законодательства теперь требуют его осуществления в сфере политической, с необходимостью выбора гражданином той группы интересов, которую он будет поддерживать, участвуя в общественном контроле.

Как справедливо отмечает С.М. Зырянов «субъекты общественного контроля, как правило, возникают самостоятельно, по инициативе граждан, хотя сегодня отмечается преобладание субъектов, формируемых по принципу «сверху», - общественные палаты, советы и комиссии. Для них государство создает особые условия, одновременно ограничивая независимых субъектов. Однако необходимо помнить, что создание институтов гражданского общества «сверху» ведет к их формализации и к профанации сути общественной деятельности» [4].

Также, Михеева Т.Н, Михеев Д.С указывают на некоторое противоречие в перечне субъектов общественного контроля: «в их числе ст. 9 не называет как самостоятельный субъект граждан, хотя ст. 3 устанавливает право граждан на участие в осуществлении общественного контроля как лично, так и в составе общественных объединений и иных некоммерческих организаций» [1].

В итоге граждане, которые хотят реализовывать право на общественный контроль, должны включаться в процессы конкуренции таких политических интересов и взглядов, что неизбежно будет уменьшать объективность результатов общественного контроля. В соответствии с этим отсутствие самостоятельного общественного контроля приводит и в дальнейшем будет приводить к фактическому отстранению граждан от антикоррупционной деятельности органов власти, государственных и муниципальных организаций.

Таким образом, в соответствии с вышеперечисленными причинами, ФЗ «Об основах общественного контроля в Российской Федерации» содействует увеличению представлений о неэффективности борьбы с коррупцией и неосуществимости понижения её уровня.

По нашему мнению, отсутствие в данном ФЗ в качестве субъектов граждан, общественных и некоммерческих организаций является не случайностью, а составным элементом реальной концепции такого контроля в понимании представителей органов власти.

Оставление такой концепции реализации общественного контроля будет иметь большое количество отрицательных последствий для всего общества и

нашего государства. Граждане, по нашему мнению, будут всё более уверять себя в том, что они не смогут влиять на государственное управление, будет понижаться уровень их доверия к органам власти и готовность соблюдать законы, которым государство призывает следовать во всевозможных сферах деятельности. Таким образом, это будет вести к увеличению неэффективности государственного управления и коррупции в нём.

Также в части 1 статьи 18 Федерального закона «Об основах общественного контроля в Российской Федерации» определяется возможность проводить общественный контроль в форме общественной экспертизы. Но в пункте 4 статьи 22 этого же закона указывается, что ни граждане, ни их объединения не могут быть инициаторами общественной экспертизы [5].

Таким образом, такое ограничение необходимо упразднить, при этом разработать положение об общественной экспертизе, проводимой по желанию граждан. В таком положении, по нашему мнению, нужно предусмотреть проведение экспертизы, которая будет осуществляться экспертами и специалистами в соответствующих сферах деятельности, по заказу и в интересах граждан.

По нашему мнению, такие экспертизы в интересах граждан нужно материально вознаграждать, но в отдельных случаях эксперты и специалисты будут склонны осуществлять эти работы и на бесплатной основе, т.к. они будут осознавать их важную общественную значимость. Таким образом, считаем, что, будет целесообразно определить возможные источники оплаты работы экспертов по их проведению, требования к проведению экспертиз, обоснованности их выводов и рекомендаций и чтобы результаты общественных экспертиз были в обязательном порядке учтены органами власти при принятии решений.

Таким образом, чтобы устранить данную проблему и расширить возможность гражданской активности в противодействии коррупции в Российской Федерации, по нашему мнению, было бы целесообразно внести

изменения в Федеральный закон от 21.07.2014 № 212-ФЗ «Об основах общественного контроля» следующие дополнения:

В части 1 статьи 9 дополнить абзацами пятым - седьмым следующего содержания:

Граждане;

Группы общественного контроля;

Некоммерческие организации [5].

В настоящее время общественный контроль является существенным элементом поддержания противодействия коррупции в обществе. Роль общественного контроля сегодня, и именно контроля со стороны граждан РФ, его реальное осуществление можно использовать как средство борьбы с коррупцией, а также как форму ограничения произвола в исполнительной власти. Общественный контроль нужен обществу и государству как способ совершенствования и развития.

Список литературы:

1. Михеева Т.Н. Михеев Д.С. Правовой вектор в развития общественного контроля // Предпринимательство и право. – [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://lexandbusiness.ru/view-article.php?id=5188> (Дата обращения: 17.12.2016).
2. Онлайн-трансляция пресс-конференции Владимира Путина // Российская газета. – [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <https://rg.ru/2016/12/23/onlajn-transliaciia-press-konferencii-vladimira-putina.html> (Дата обращения 23.12.2016).
3. Послание Президента Российской Федерации Федеральному Собранию Российской Федерации от 1.12.2016 // Российская газета. 1.12.2016.
4. Стародубова О.Е. Общественный контроль: правовая поддержка // Журнал российского права. 2013. № 2. – [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://center-bereg.ru/1577.html> (Дата обращения: 17.12.2016).
5. Федеральный закон от 21.07.2014 N 212-ФЗ «Об основах общественного контроля в Российской Федерации» // Российская газета. 23.07.2014.
6. Фонд Открытой Новой Демократии «Прозрачность и участие: Общественный контроль 2.0 в США и Европе». – [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://fondfond.org/> (Дата обращения: 17.12.2016).

ПРОБЛЕМЫ ПРАВОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ МАЛОГО БИЗНЕСА

Бурковский Радик Витальевич

*магистрант, Уральский государственный экономический университет,
УрГЭУ,
РФ, г. Екатеринбург*

С учетом темпа издания новых законов, экономии законодателем времени выпуска нормативных актов становится весьма актуальной такая проблема, как пробелы в законодательстве и иные ошибки, допущенные на стадии законодательного процесса. Угроза экономико-правовой безопасности малого бизнеса – развитие негативных событий, при появлении которых возникает возможность, либо вероятность, нарушения нормального функционирования бизнеса, возникновение трудностей на пути достижения целей, возникновение экономической нестабильности и материального ущерба.

Проблемы правового обеспечения экономической безопасности малого бизнеса заключаются в следующем:

1. Проблема негативного воздействия органов государственной власти и органов местного самоуправления на субъекты малого бизнеса.

Деятельность предприятий малого бизнеса зависит от воздействия на него органов государственной власти и органов местного самоуправления, что в свою очередь может повлечь ряд угроз:

- применение административных воздействий и давление со стороны недобросовестных конкурентов;
- увеличение воздействия административных рисков. Это может быть, как изменение законодательства, иных нормативных актов, так и смена представителей контрольно-надзорных органов;
- обострение конкуренции, путем появления на рынке новых бизнесов, в территориально ограниченном пространстве;
- недобросовестная конкуренция всех возможных видов;

- появление коррупционных отношений при взаимодействии малого бизнеса и государственных структур;

- появление материального ущерба из-за ошибок в планировании;
- вышеуказанные угрозы может усугубить проблема с персоналом.

В силу ужесточения наказаний, за административные проступки, материальное положение субъектов малого бизнеса может серьезно ухудшиться. Но все же этих штрафных санкций можно избежать, соблюдая все правила ведения бизнеса, жаль, что достигнуть это можно только лишь при отсутствии коррумпированных сотрудников в органах государственной власти и местного самоуправления.

2. Проблема подбора персонала.

Нельзя оставить без внимания не менее важный фактор – персонал. Наверное, нет необходимости кому-то доказывать, что персонал фирмы оказывает большое влияние на положительное функционирование. Каждый руководитель ни раз задавался вопросом, можно ли доверять тому или иному работнику, есть ли смысл повышения того или иного работника в должности, каково будет поведение работника в стрессовой или экстремальной ситуации, каковы мотивы трудоустройства. Люди могут являться не только источником, но и субъектом противоправных действий (бездействий). Работники являются носителями информации в рамках своих полномочий, могут ее анализировать и использовать для достижения своих корыстных целей.

На сегодняшний день руководители малого бизнеса начали понимать в полном объеме роль влияния своих сотрудников на экономическую безопасность, степень квалификации, морально-этические качества, и даже патриотизм. Обеспечить экономическую безопасность своего малого бизнеса при подборе персонала будет проще, чем вести борьбу, с уже совершенными правонарушениями или преступлениями.

Для работодателя весьма серьезный вопрос, как правильно произвести подбор персонала для предотвращения неблагоприятных событий. Ответ

назревает сам собой – необходимо использовать наилучшие способы подбора персонала.

При приеме на работу сотрудника можно выявить все нежелательные факторы фиска и многие другие сведения о кандидате:

- привлекался ли кандидат к уголовной ответственности, данное обстоятельство необходимо знать, т.к. психологически не исключены рецидивы ранее совершенных преступлений, или кандидат уже является рецидивистом, более то, может быть опасным рецидивистом. В зависимости от ранее совершенных кандидатом преступлений следует понимать, что лицо, которое ранее привлекалось к уголовной ответственности за совершение экономических преступлений может иметь умысел преступного обогащения во вред вашему бизнесу. Человек, которого привлекали к уголовной ответственности за преступления против личности может являться провокатором конфликтных отношений в коллективе и т.д.

- также кандидат может быть агентом недобросовестных конкурентов, цель трудоустройства которого нанести вред финансовой устойчивости бизнесу.

- не будет лишним уточнить тот факт, употребляет ли кандидат наркотические средства, имеет ли связи с криминальной средой, т.к. может быть пособником (наводчиком) совершения преступления в отношении бизнеса и т.д.

- еще необходимо проверить подлинность диплома об образовании и причины увольнения с предыдущего места работы.

Далее следует обратить внимание на одну из важнейших проблем – пробелы и несовершенство законодательства в РФ.

3. Пробелы и несовершенство законодательства РФ.

На практике периодически возникают ситуации, когда спорные правоотношения входят в сферу правового регулирования, но не урегулированы конкретной нормой права. Тем самым правоприменитель выявляет пробел в законодательстве.

Пробел в законодательстве – отсутствие той конкретной нормы права, которая необходима для урегулирования общественных отношений, подпадающих под этот закон.

Также, для правоприменителя необходимо не только определить правовой характер конкретной ситуации, а еще и должен знать правовые последствия. Необходимо это для того, чтобы безошибочно определить нужный закон. Такую информацию правоприменитель может узнать только в диспозиции конкретных норм, в которых определены права и обязанности сторон (гражданское законодательство), но если такой нормы нет, на лицо пробел в законодательстве.

Пробелы в законодательстве появляются в результате двух причин:

1) В результате появления новых общественных отношений, которых на момент принятия закона не существовало, и как следствие законодатель их не учел.

2) Из-за упущений при разработке закона, которые могли возникнуть в результате экономии законодателем времени или текста.

В вышеуказанных случаях обычно применяются такие приемы, как аналогия закона и аналогия права.

Аналогия закона – применение к отношениям, не урегулированным конкретной нормой права, нормы, которая регулирует сходные по своей природе отношения. Возможность применения закона по аналогии предусмотрена непосредственно в законодательстве.

В случаях, когда невозможно применение аналогии закона, права и обязанности сторон определяются исходя из общих начал и смысла гражданского законодательства (аналогия права) и требований добросовестности, разумности и справедливости. Данные приемы борьбы с пробелами в законодательстве прямо закреплены в ст. 6 ГК РФ.[3]

Гораздо лучше было бы ликвидировать пробелы в законодательстве путем издания новых законов. Но обращая внимание на порядок и сроки Федерального законодательного процесса не вооруженным глазом видно, что

это довольно долгий, замедленный бюрократией и формализмом процесс. На принятие одного закона уходят месяцы, в лучшем случае 3–4, когда между субъектами законодательного процесса не возникает противоречий, разрешение которых существенно тормозит процесс. Изменения в общественных отношениях возникают гораздо быстрее, чем выпускается новый закон. На мой взгляд было бы весьма актуально устранять пробелы в законодательстве путем иных нормативных актов, таких как Указы Президента, Постановления Конституционного суда, Постановления Правительства, последние в свою очередь принимаются гораздо быстрее Федеральных законов.

4. Противоречие федерального и регионального законодательства Конституции РФ.

В результате правоприменительной практики выявляются факты несоответствия законодательства главному закону нашей страны – Конституции Российской Федерации. При выявлении указанного факта, субъект малого бизнеса имеет право обратиться в Конституционный суд РФ с жалобой о несоответствии конкретной нормы права Конституции РФ, но только в том случае, когда непосредственно эта норма затрагивает его права.

Конституционный суд РФ – судебный орган конституционного контроля, самостоятельно и независимо осуществляющий судебную власть, посредством конституционного контроля [2].

Но, как показывает практика большее количество жалоб юридических лиц остается без внимания, приведем статистику принятия жалоб ЮЛ Конституционным судом на рисунке 1.

Статистика принятия к рассмотрению и удовлетворения обращений юридических лиц в КС РФ (2014 - 2016 гг.)

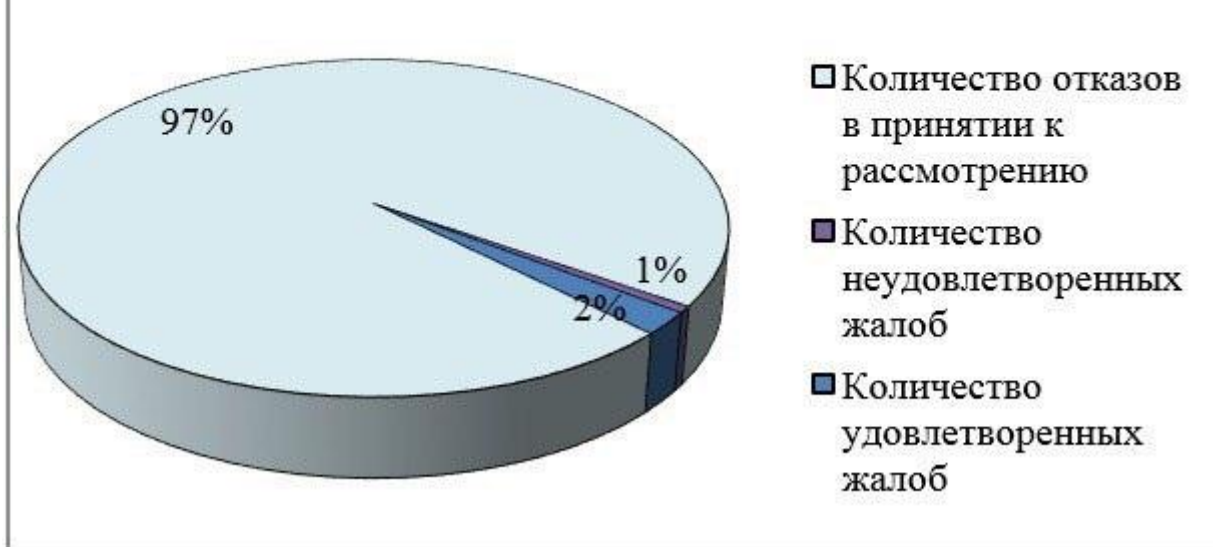


Рисунок 1. Статистика принятия к рассмотрению и удовлетворения обращений юридических лиц в Конституционный суд РФ (составлено автором)

5. Проблемы взаимоотношения отраслей права.

- Неопределенность взаимоотношения отраслей права между собой, отсутствие четких границ между отраслями, нет равноправия или верховенства отдельных отраслей права, например, это проявляется при совершении налоговых правонарушений, когда ответственность за них предусмотрена как налоговым кодексом РФ, так и кодексом об административных правонарушениях, данные коллизии встречаются довольно часто;

- нет единообразия регулятивного механизма в разных отраслях права;

- отсутствие в некоторых отраслях права собственного понятийного аппарата, что влечет за собой необходимость привлечения понятий из других отраслей права, как пример, бланкетные нормы права. А иногда требуется применение норма права по аналогии;

- оставлен без внимания вопрос использования одинаковых терминов в разных смыслах, например, ГК РФ и НК РФ.

Исследование динамики законодательства и судебной практики сектора малого бизнеса, особенностей и условий его становления и функционирования в переходной экономике во взаимосвязи с анализом системы его государственной поддержки представляется актуальным как в теоретическом, так и в практическом аспектах. Учитывая существующие проблемы правового обеспечения экономической безопасности, которые были рассмотрены в данном параграфе необходимо провести существенную доработку нормативно-правовых актов, а также обеспечить максимальную прозрачность контрольно-надзорных органов государственной и муниципальной власти.

Список литературы:

1. Конституция Российской Федерации. Принята на всенародном голосовании 12.12.1993 (с поправками от 21.07.2014 г.) [Текст]: Российская газета, 21.07.2014.
2. О Конституционном суде Российской Федерации, Федеральный конституционный закон от 21.07.1994 №1-ФКЗ (в ред. от 28.12.2016) [Текст]: Российская газета, 28.12.2016.
3. Гражданский кодекс Российской Федерации, Федеральный закон от 30.11.1994 (в ред. от 28.12.2016) [Текст]: Российская газета, 28.12.2016.
4. Официальный сайт Конституционного суда Российской Федерации. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.ksrf.ru/ru/Petition/Pages/StatisticNew.aspx>.

О РАСШИРЕНИИ КОМПЕТЕНЦИИ СУДА ПРИСЯЖНЫХ

Грищенко Алёна Владимировна
студент, Национальный исследовательский
Томский государственный университет,
РФ, г. Томск

Ясельская Вероника Владимировна
научный руководитель, канд. юрид. наук, доц.,
Национальный исследовательский Томский государственный университет,
РФ, г. Томск

В результате постоянного сокращения компетенции присяжных заседателей перечень составов, подсудных представителям от народа, стал незначительным. Это поставило под сомнение эффективную реализацию конституционного права граждан участвовать в отправлении правосудия.

Тенденция к сокращению компетенции суда присяжных наблюдается на протяжении всего времени его существования, а исторический опыт его функционирования убеждает в этом. Так, в результате Судебной реформы 1864 года в подсудности суда присяжных находилось 410 составов, что позволяло присяжным заслушивать около 75,8% от всех рассматриваемых дел [17, с.32]. Однако, пройдя через неоднократные сокращения компетенции, в 1917 декретом советской власти суд присяжных был ликвидирован.

С 1991 года предпринимается очередная попытка укоренить суд присяжных в российском обществе, однако повторяется предыдущая ситуация. При введении УПК РФ в 2001 году присяжным отдавалось 76 составов [16, с.9]. 76 составов – это далеко не 410, которые были доверены присяжным в 1864 году, однако и этого показалось слишком много. В 2008 году около 10 составов против общественной безопасности, основ конституционного строя и безопасности государства были изъяты из компетенции присяжных и переданы в юрисдикцию трех профессиональных судей [7]. По федеральному закону 2010 года [10] из юрисдикции присяжных изымались уголовные дела в отношении членов Совета Федерации, депутатов Государственной Думы, судей федеральных судов и судов субъектов (п.2 ч.3 ст.31 УПК РФ), а также

уголовные дела, в материалах которых содержатся сведения, составляющие государственную тайну (п.3 ч.3 ст.31 УПК РФ). В 2013 году из компетенции присяжных были изъяты дела, касающиеся половой неприкосновенности несовершеннолетних [8]. Параллельно с этими законами с 2001 года в сторону уменьшения значительно поменялась сама подсудность областных судов, а присяжные окончательно утратили возможность рассматривать дела террористической направленности [9], дела в отношении лиц, которым в качестве наивысшей меры наказания не может быть назначено пожизненное лишение свободы или смертная казнь [11], другие дела. В результате на сегодняшний день присяжные рассматривают только 31 состав УК РФ [16, с.9].

Может быть, изъятие *некоторых* составов из компетенции присяжных заседателей продиктовано «требованиями рациональности и разумности» [3, с.102]. Однако трудно поспорить с тем, что произошедшие за последние 8 лет часто необоснованные изменения в подсудности привели к фактической ликвидации суда присяжных как правового института [6, с.105]. В результате столь значительного сокращения его компетенции доля дел, рассматриваемых присяжными, по отношению к общей массе уголовных дел, стала ничтожной. Например, в Томской области за все время существования суда присяжных рассмотрено всего лишь 28 дел с их участием [15], что составляет не более 1% дел, «...если взять все уголовные дела, рассматриваемые всеми судами ...» [18, с.29]. Количество дел, рассматриваемых судом присяжных во всей России, тоже незначительно. В отличие от США, где ежегодно проходит свыше 120 тысяч процессов с участием присяжных заседателей [1, с.35], в России в 2013 году было рассмотрено 609 дел, в 2014 – 351 дело, в 2015 – 262 дела [12].

Неэффективность действующей модели суда присяжных и необходимость расширения его применения сегодня очевидны. Теоретиками и практиками был разработан не один проект, предусматривающий изменение существующей компетенции суда присяжных. Один из них был представлен Советом при Президенте РФ по развитию гражданского общества и правам человека [14]. Проект предусматривал существенное увеличение составов, по которым можно

ходатайствовать о суде присяжных. Помимо предусмотренных в действующем законодательстве, рассмотрению судьей федерального суда общей юрисдикции и 12 присяжными заседателями подлежали дела об убийствах (ст.105 УК РФ), об умышленном причинении тяжкого вреда здоровью, повлекшем по неосторожности смерть потерпевшего (ч. 4 ст.111 УК РФ), иные многочисленные составы. Среди них – преступления против свободы человека (похищение человека, незаконное лишение свободы); собственности (разбой, вымогательство); общественной безопасности (содействие террористической деятельности, бандитизм); здоровья населения (незаконное производство и сбыт наркотических средств); основ конституционного строя и безопасности государства (посягательство на жизнь государственного и общественного деятеля); государственной власти (получение и дача взятки); порядка управления (незаконное пересечение Государственной границы); мира и безопасности человечества (геноцид). По любому другому составу, где может быть назначено наказание в виде лишения свободы, можно ходатайствовать о рассмотрении дела судьей федерального суда общей юрисдикции и 2 присяжными заседателями. Таким образом, законопроект не содержал «привязки» компетенции суда присяжных к подсудности областных судов и значительно расширял применение этого института, отдавая в его подсудность около 85% всех рассматриваемых дел [16, с.9].

Однако принят был другой проект [5], который традиционно определял компетенцию присяжных через подсудность судов областного уровня, абсолютно не расширяя возможный перечень составов, рассматриваемых этими судами. В принятом законопроекте учтено постановление Конституционного суда, признавшего норму закона, допускающую дискриминацию по признакам пола, не соответствующую Конституции [13]. В результате присяжным отдали дела об убийствах (ч.2 ст.105), посягательствах на жизнь некоторых категорий людей (ст.277, 295, 317 УК РФ), геноциде (ст.357 УК РФ), совершенных лицами, которым в качестве наиболее строгого вида наказания не могут быть назначены пожизненное лишение свободы или смертная казнь. Эти

преступления, совершенные женщинами, несовершеннолетними и мужчинами, достигшими к моменту вынесения судом приговора шестидесятипятилетнего возраста, а также ч.1 ст. 105, ч.4 ст.111 УК РФ, с июня 2018 года будут рассматриваться судьей районного суда и шестью присяжными заседателями.

С одной стороны, законопроект расширяет участие присяжных заседателей в деле отправления правосудия по сравнению с *ныне действующим* законодательством. Подобные изменения усилят демократичность судопроизводства, усилят и повысят роль самого института присяжных заседателей. С другой стороны, появление законопроекта вызывает смешанные чувства.

Представляется, что к значительному расширению участия граждан в осуществлении правосудия принятый законопроект не приведет, так как содержит «скромное» увеличение количества дел, подсудных присяжным. Но и проект Совета при Президенте трудно назвать удачным: в нем отнесение некоторых составов в компетенцию присяжных необоснованно, например, где в качестве возможного вида наказания лишения свободы вообще нет (ч.2 ст.294 УК РФ).

Полагаем, что необходимо искать оптимальный способ определения компетенции присяжных. Считаем, что расширять перечень дел стоит, прежде всего, за счет особо тяжких преступлений, поскольку разбирать дела о преступлениях, не обладающих значительной степенью общественной опасности, в усложненном порядке судопроизводства, требующем участия присяжных заседателей, нецелесообразно [4, с. 350]. Особо тяжкие преступления отдавать присяжным следует тоже осторожно. Так, «предпринимательские составы» закреплять за присяжными не представляется рациональным, так как некоторые из таких дел «сложны для понимания, особенно для жителей провинции» [2, с. 23]. Обоснованно изъятие законодателем из подсудности присяжных составов о половой неприкосновенности, так как публичное рассмотрение этой категории уголовных дел ведет к дополнительным психологическим страданиям потерпевших, с мнением которых (при наличии

ходатайства обвиняемого о рассмотрении дела судом присяжных) никто не считается.

Однако, кроме определенных законопроектом составов, присяжным можно отдать некоторые особо тяжкие дела против общественной безопасности (ст.205, 205.1, 210 УК РФ). Считаем несостоятельным вывод о том, что по делам о терроризме, содействии террористической деятельности, организации преступного сообщества «более вероятен обвинительный уклон» присяжных: процессуальные гарантии беспристрастности присяжных заседателей при формировании коллегии нейтрализуют необъективность коллегии в целом. Также рационально отнести к подсудности присяжных дела, которые находятся «на слуху» у основной массы населения и разобраться в которых не представляет особой сложности, например, разбой (ч.3, 4 ст. 162 УК РФ), получение и дача взятки, посредничество во взятке (ч. 5,6 ст. 290, ч. 4,5 ст. 291, ч.4 ст. 291.1 УК РФ).

Таким образом, реформа хоть и делает важный шаг к расширению компетенции присяжных, но не отличается особой радикальностью и кардинальным изменением существующей подсудности присяжных, не решает полностью проблему ограниченного действия этого института и недостаточного его применения.

Список литературы:

1. Боботов С.В. Откуда пришел к нам суд присяжных (англосаксонская модель). – М.: Рос. правовая академия МЮ РФ. 1995. 38 с.
2. Гурская С. Н. Критерии формирования перечня составов преступлений, подсудных суду с участием присяжных заседателей // Российский судья. 2016. №2. С. 23.
3. Гурская С. Н. Подсудность уголовных дел суду с участием присяжных заседателей по УПК РФ: ретроспективный анализ // Вестник Евразийской академии административных наук. 2014. № 4. С. 102.
4. Гуценко К.Ф. Уголовный процесс западных государств / К.Ф. Гуценко, Л.Б. Головкин, Б.А. Филимонов. – М. 2002. 480 с.

5. Документы, принятые на 395 заседании. №234-СФ О ФЗ «О внесении изменений в УПК РФ в связи с расширением применения института присяжных заседателей» – [Электронный ресурс] // Совет Федерации Федерального Собрания РФ. Электрон. дан. [Б. м.], 2016. URL: <http://www.council.gov.ru/activity/documents/page/2/?meeting=68932> (дата обращения: 04. 11. 2016).
6. Дудко Н.А. О предметной подсудности уголовных дел суду присяжных // Правовые проблемы укрепления российской государственности. Сб. ст. Отв. ред.: М.К. Свиридов, Ю.К. Якимович, под ред. О.И. Андреевой, И.В. Чадновой; Том. гос. ун-т. 2015. С. 105.
7. О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам противодействия терроризму – [Электронный ресурс]: федер. закон от 30 дек. 2008 г. № 321-ФЗ // КонсультантПлюс: справ. правовая система. – Версия Проф. – Электрон. дан. – М., 2013. – Доступ из локальной сети Науч. б-ки Том. гос. ун-та
8. О внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ в целях совершенствования прав потерпевших в уголовном судопроизводстве – [Электронный ресурс]: федер. закон от 28 дек. 2013 г. № 432-ФЗ // КонсультантПлюс: справ. правовая система. Версия Проф. Электрон. дан. – М., 2013. Доступ из локальной сети Науч. б-ки Том. гос. ун-та.
9. О внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ – [Электронный ресурс]: федер. закон от 5 мая 2014 г. № 116-ФЗ // КонсультантПлюс: справ. правовая система. Версия Проф. Электрон. дан. – М., 2013. Доступ из локальной сети Науч. б-ки Том. гос. ун-та.
10. О внесении изменений в УПК РФ и признании утратившими силу отдельных законодательных актов (положений законодательных актов) РФ [Электронный ресурс]: федер. закон от 29 дек. 2010 г. № 433-ФЗ // КонсультантПлюс: справ. правовая система. Версия Проф. Электрон. дан. – М., 2013. Доступ из локальной сети Науч. б-ки Том. гос. ун-та.
11. О внесении изменений в УПК РФ и ст. 1 и 3 ФЗ «О внесении изменений в УПК РФ и признании утратившими силу отдельных законодательных актов (положений законодательных актов) РФ» по вопросам совершенствования процедуры апелляционного производства – [Электронный ресурс]: федер. закон от 23 июля 2013 г. № 217-ФЗ // КонсультантПлюс: справ. правовая система. Версия Проф. Электрон. дан. – М., 2013. Доступ из локальной сети Науч. б-ки Том. гос. ун-та.
12. Осипов А.Л. Вопросы формирования коллегии присяжных заседателей // Судья. 2016. №5.
13. Постановление КС 6-П 25 февр. 2016 по делу о проверке конституционности п.1 ч.3 ст.31 УПК РФ в связи с жалобой гражданки А. С. Лымарь – [Электронный ресурс] // Конституционный Суд Российской Федерации. Электрон. дан. [Б. м.], 2008-2016. URL: <http://www.ksrf.ru/ru/Decision/Pages/default.aspx> (дата обращения: 08.04.2016).

14. Проект ФЗ «Об обеспечении права граждан РФ на участие в отправлении правосудия» – [Электронный ресурс] // Совет при президенте РФ по развитию гражданского общества и правам человека. Электрон. дан. [Б. м.], 1993–2016. URL: <http://president-sovet.ru/documents/read/350/> (дата обращения: 04. 11. 2016).
15. Регистрация дел за 1993 – 2015 // Журнал архива Томского областного суда. 1993 – 2015.
16. Решетова Н.Ю. Участие граждан в отправлении правосудия: суд присяжных и другие возможности // Уголовный процесс. 2015. №4. С. 9.
17. Чашин Суд присяжных в России. – М., 2013, 128 с.
18. Якимович Ю.К. Выборность судей и коллегиальность рассмотрения уголовных дел в Российской империи, СССР и Российской Федерации; суд присяжных или суд шеффенов? // Уголовная юстиция. 2014. №2. С. 29.

ИНСТИТУТ НОТАРИАТА В СИСТЕМЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНСТИТУЦИОННЫХ ПРАВ ГРАЖДАН В СЕТИ «ИНТЕРНЕТ»

Рыбаков Александр Анатольевич

*магистрант, Оренбургский государственный аграрный университет,
РФ, г. Оренбург*

Права и свободы человека и гражданина являются высшей ценностью в Российской Федерации. Конституцией Российской Федерации гарантирована государственная (внесудебная) и судебная защита прав и свобод каждого человека [4]. К институтам внесудебной защиты конституционных прав граждан относится нотариат.

Эволюция современных технологий привела к увеличению количества споров, связанных с нарушением авторских прав, распространения сведений, порочащих честь, достоинство и деловую репутацию. Вопрос защиты конституционных прав граждан в сети «Интернет» весьма актуален. Разрешение проблемы правового регулирования отношений в сети «Интернет» становится все более злободневной в связи с постоянным увеличением количества нарушений конституционных прав в киберпространстве.

В юридической литературе отмечается, что «заверение у нотариуса контента веб-сайта становится в юридическом сообществе распространенным инструментом борьбы с интернет-преступлениями» [5, с.50].

В рамках осмотра доказательств, находящихся в сети «Интернет», по заявлению заинтересованных лиц, нотариус имеет возможность:

зафиксировать содержание определенного заявителем интернет-сайта; проверить соответствие адреса сайта – домена, его настоящему IP-адресу посредством действия, называемого трассировка, чтобы убедиться в том, что браузер отображает страницы подлинного сайта; установить администратора домена - владельца сайта.

В протоколе осмотра отражается оборудование (технические средства), применяемое для осмотра информации и ее фиксирования. Указываются

используемые лицензионные операционные системы и программы, и провайдер, с помощью которого был осуществлен доступ в сеть «Интернет».

Нотариус осуществляет доступ к интернет-странице, осматривает ее и затем распечатывает в той форме, в какой она выглядит при посещении сайта, убеждается в наличии информации, указанной в заявлении. Установив адрес страницы и данные текста или объекта, нотариус составляет протокол обеспечения письменного доказательства путем осмотра интернет-страницы, которая предстает перед ним на экране монитора компьютера.

В протоколе описывается вся информация, содержащаяся на сайте в сети «Интернет», в том числе путем составления копий в протокол сведений, представленных на экране монитора. На практике в протоколе указывается названия информационного ресурса, порядок доступа к нему, пути обращения к запросам и ссылкам и отражение пошагового пути на сайте, по которому производится сбор необходимой или указанной в заявлении информации.

В качестве подтверждения актуальности нотариального действия по обеспечению доказательств в сети «Интернет» в связи с защитой конституционных прав граждан РФ хочется привести обзор постановлений арбитражного суда Оренбургской области:

Решение Арбитражного суда Оренбургской области от 29.09.2011г. по делу №А47-3755/2011 по иску ОАО «Гайский горно-обогатительный комбинат» к индивидуальному предпринимателю Пономареву В.А. г. Гай Оренбургской области о защите деловой репутации и взыскания компенсации морального вреда в размере 100000рублей.

Истец просит суд признать не соответствующими действительности и порочащими деловую репутацию ОАО «Гайский ГОК» сведения, размещенные на сайте с доменным именем www.vgae.ru 4.03.2011г. в отношении фразы: «Судя по комментариям на этом фото концентрация газа была превышена в 20 раз», а также обязать ответчика в течение трех дней с момента вступления решения суда в законную силу, сроком на 3 месяца разместить на сайте с доменным именем www.vgae.ru, в разделе Новости города, опровержение

порочащих сведений под заглавием «ОПРОВЕРЖЕНИЕ», указав, что ранее размещенная информация не соответствовала действительности и порочила деловую репутацию ОАО «Гайский ГОК», опровержение просит разместить на том же месте, в том же формате и тем же шрифтом, что и опровергаемый текст. Истцом заявлено требование о взыскании с индивидуального предпринимателя Пономарева В.А. компенсации морального вреда в размере 100 000 руб.

Ответчик, представитель ответчика, явившиеся в судебное заседание после перерыва, настаивает на том, что оспариваемая фраза не содержалась в информации, которая была распространена на его сайте 4.03.2011 г., ссылаясь на отсутствие надлежащих доказательств факта распространения спорной фразы, поскольку истцом не представлена заверенная нотариусом копия с сайта от 4.03.2011г.

Между тем, представленная истцом распечатка спорной статьи с сайта ИП Пономарева В.А. не принимается судом в качестве допустимого доказательства в силу ст. 68 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Представленные распечатки из сети Интернет оформлены с нарушениями требований статей 102, 103 Основ законодательства Российской Федерации о нотариате, в связи с чем, не принимаются судом в качестве доказательств.

В связи с изложенным, суд находит, что истец не доказал факт распространения ответчиком информации, которая, по его мнению, носит порочащий характер[1].

Решение Арбитражного суда Оренбургской области от 20.02.2014г. по делу №А47-9484/2013 по иску ЗАО «Круг» г. Москва к Курицыну А.В. г. Оренбург о запрете Курицыну А.В. использовать любым способом, в том числе на Интернет-сайте www.soseddushka.ru, товарный знак «ТИРОЛЬСКИЕ» а также сходные с ним до степени смешения обозначения, для товаров, в отношении которых охраняется обозначенный товарный знак. О взыскании с Курицына А.В. компенсацию за нарушение исключительного права 100000рублей.

Истец просит суд запретить использование ответчиком товарного знака «ТИРОЛЬСКИЕ» подтверждая факт незаконного использования протоколом

осмотра сайта [www. soseddushka.ru](http://www.soseddushka.ru), от 09.04.2013 года, составленного нотариусом г. Москвы Миллер Н.Н., из которого следует, что на указанном сайте, расположена информация следующего содержания:

«В кондитерском цехе ТС «сосеДДушка» выпекаются вкуснейшие торты: «Опера» и многие другие. Тирольские пироги «Линзер», «Миндальная корзинка», «Венский с абрикосами» и еще несколько наименований ...».

Истец, указывает, что таким образом, ответчиком предлагаются к продаже пироги, для индивидуализации которых используется товарный знак «Тирольские», правообладателем которого он является [2].

Решение Арбитражного суда Оренбургской области от 18.04.2016г. по делу №А47-4916/2015 по иску компании ЕВРОКЛИМАТ ЛПР (EUROCLIMAT LLP) Великобритания к ООО «ЕВРОКЛИМАТ» г. Оренбург о запрете использования товарного знака и взыскании 500000рублей.

Истец просит суд запретить использование ответчиком товарного знака «ЕВРОКЛИМАТ» № 299977 и обозначения, тождественные, а также сходные с ним до степени смешения, в рекламе, при продвижении и реализации товаров и услуг, для индивидуализации которых зарегистрирован товарный знак, подтверждая факт незаконного использования нотариальным протоколом осмотра сайта “<http://evroklimat56.ru>” от 03.03. 2015 г., из которого следует, что на интернет-сайте ответчика “<http://evroklimat56.ru>” в сети Интернет потребителю предлагается информация о товарах и услугах под обозначением «ЕВРОКЛИМАТ». Также на сайте размещается информация о том, что местом оказания услуг является г. Оренбург ул. Алтайская 6 [3].

Анализ судебной практики позволяет сделать вывод, что довольно часто по делам о защите авторских прав, прав на товарные знаки, прав на доменные имена, защите чести, достоинства и деловой репутации, в качестве доказательства используются нотариальные протоколы осмотра интернет-сайтов. Можно отметить, что удостоверенный нотариусом протокол осмотра сайта является достаточно эффективной формой защиты нарушенных конституционных прав в киберпространстве.

Список литературы:

1. Архив Арбитражного суда Оренбургской области. Решение Арбитражного суда Оренбургской области от 29.09.2011г. по делу №А47-3755/2011 по иску ОАО «Гайский горно-обогатительный комбинат» к индивидуальному предпринимателю Пономареву В.А. г. Гай Оренбургской области о защите деловой репутации и взыскания компенсации морального вреда в размере 100000 рублей.
2. Архив Арбитражного суда Оренбургской области. Решение Арбитражного суда Оренбургской области от 20.02.2014г.по делу №А47-9484/2013 по иску ЗАО «Круг» г. Москва к Курицыну А.В. г. Оренбург о запрете Курицыну Александру Владимировичу использовать любым способом, в том числе на Интернет-сайте www.soseddushka.ru, товарный знак «ТИРОЛЬСКИЕ» а также сходные с ним до степени смешения обозначения, для товаров, в отношении которых охраняется обозначенный товарный знак. О взыскании с Курицына А.В. компенсацию за нарушение исключительного права 100000рублей.
3. Архив Арбитражного суда Оренбургской области. Решение Арбитражного суда Оренбургской области от 18.04.2016г.по делу №А47-4916/2015 по иску компании ЕВРОКЛИМАТ ЛЛП (EUROCLIMAT LLP) Великобритания к ООО «ЕВРОКЛИМАТ» г. Оренбург о запрете использования товарного знака и взыскании 500000 рублей.
4. Конституция Российской Федерации. Принята Всенародным голосованием 12 декабря 1993 г // Российская газета. 1993. 25 декабря. С изменениями на 21 июля 2014 г. //Собрание законодательства РФ. 2014. № 31. Ст. 4398.
5. Мельников А.А. Криминал в Интернете без нотариуса не победить // Нотариальный вестник. 2008. № 10. 64с.

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ВОЗМЕЩЕНИЯ МОРАЛЬНОГО ВРЕДА В ТРУДОВЫХ ОТНОШЕНИЯХ

Сейдимбек Айбар Асылханулы

*студент, Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева,
Республика Казахстан, г. Астана*

Галиакбарова Гузаль Газинуровна

*научный руководитель, магистр юрид. наук, старший преподаватель,
Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева,
Республика Казахстан, г. Астана*

В условиях активного развития в Республике Казахстан рыночных отношений среди приоритетных задач казахстанское государство на одно из первых мест выдвигает защиту и охрану конституционных прав граждан, их законных интересов во всех сферах жизнедеятельности, в том числе и в трудовых отношениях. Как отмечает Президент РК Назарбаев Н.А. в своем ежегодном Послании народу Казахстана от 31 января 2017 года «Третья модернизация Казахстана: глобальная конкурентоспособность» «с внедрением новых технологий в традиционных отраслях будут высвобождаться трудовые ресурсы. Вместе с тем создание и развитие новых индустрий должно стать дополнительным источником занятости и роста реальных доходов граждан» [5]. В этих условиях трудовое право является одной из тех немногих отраслей казахстанского права, которые самым тесным образом взаимосвязаны с микро- и макроэкономическими процессами, оказывающими непосредственное влияние на уровень благосостояния и социальный климат в обществе.

Один из актуальных вопросов трудового права, являющейся важной гарантией защиты прав и свобод граждан, является возмещение морального вреда. Зачастую работник помимо восстановления своих нарушенных трудовых прав, желает взыскать моральный вред за неправомерные действия работодателя. Возмещение морального вреда имеет самостоятельное юридическое значение, поскольку не преследует в качестве цели восстановление нарушенного права работника, а компенсирует причиненный моральный ущерб в виде денежного эквивалента, размер которого определяется

в зависимости от степени тяжести и объемов нравственных страданий, вынужденных изменений, которые отразились на качестве жизни работника. Действующее трудовое законодательство Казахстана не содержит четкого и достаточного регулирования данного вопроса, поэтому возмещение морального вреда по трудовому законодательству является на сегодняшнем этапе развития актуальной проблемой. В трудовом законодательстве Республики Казахстан (далее – РК) отсутствует понятие морального вреда. Сегодня, когда в жизни общества приоритетными являются права и свободы личности, появление в праве положений о возмещении морального вреда крайне необходимо.

В соответствии с положениями Нормативного постановления Верховного Суда РК от 27 ноября 2015 года № 7 «О применении судами законодательства о возмещении морального вреда» под моральным вредом следует понимать нравственные или физические страдания, испытываемые гражданином в результате противоправного нарушения, умаления или лишения принадлежащих ему личных неимущественных благ и прав [4]. Пункт 2 Постановления гласит, что «предусмотренные Гражданским кодексом способы защиты личных неимущественных прав могут применяться судом и в тех случаях, когда защита таких прав специально не закреплена в законодательных актах о труде» [4]. Таким образом, выходит, что регламентация порядка возмещения морального вреда по трудовым спорам приходится на ГК РК [1].

В этой связи следует подробнее остановиться на основных наступлениях морального вреда, специфических для трудовых отношений. Возмещение морального вреда, как вид ответственности работодателя за причиненный работнику моральный вред, предусматривает наличие условий и оснований его наступления, которых на практике насчитывается четыре.

Среди первых условий наступления такой ответственности следует выделить вину, ведь вина работодателя является не только обязательным субъективным признаком, но и важной социальной категорией, содержание которой определяют характер и тяжесть противоправного деяния работодателя. Вина может пониматься как отношение работодателя к совершаемому

нарушения трудовых прав работника, возможность оценить соответствие своего поведения нормам трудового законодательства, в том числе и положениям по охране труда. А при нанесении работнику морального вреда она имеет двойное значение: при наличии вины наступает ответственность за причиненный работнику моральный вред, а ее форма и степень влияют на определение размера возмещения.

Вторым условием, при котором наступает такая ответственность и, соответственно, обязанность работодателя возместить моральный ущерб, факт нарушения работодателем законных трудовых прав личности. Причинение морального вреда – это наличие факта нарушения трудовых прав работника, приводящее к негативным изменениям в его жизни в результате осознания факта их нарушения и вызывающее у него душевные, психические или физические страдания. Третьим условием, с которой связано наступление ответственности в виде возмещения морального вреда, является противоправность действий работодателя. Так, на работодателя возлагается активная (совершение определенных действий, предусмотренных действующим трудовым законодательством) и пассивная обязанность (не нарушать трудовые права работников). Противоправность деяния работодателя заключается в невыполнении им своих обязанностей по обеспечению законных трудовых прав работника, а также в нарушении им законных трудовых прав работника, если это нарушение приводит к душевным, психическим или физическим страданиям последнего. Кроме того, трудовое законодательство содержит нормы, которые предоставляют участникам трудовых правоотношений возможность урегулировать свои отношения путем заключения трудового договора. Поэтому противоправным можно считать поведение работодателя, связанное с невыполнением им юридических обязанностей, предусмотренных условиями трудового договора. Последним, четвертым и обязательным условием наступления ответственности за причиненный работнику моральный вред – причинная связь противоправного поведения работодателя и морального вреда, наступившего, если

противоправность выступает причиной, а моральный ущерб – следствием. Отсутствие причинной связи означает, что моральный вред причинен не поведением работодателя, а другими причинами.

Таким образом, только наличие всех четырех вышеупомянутых условий является основанием для удовлетворения иска о возмещении морального вреда. Тогда как отсутствие хотя бы одного из них свидетельствует о необоснованности и недоказанности соответствующих исковых требований [2].

Из приведенного выше видно, что возмещение морального вреда в трудовом праве имеет свои особенности по сравнению с возмещением морального вреда в гражданском праве. Здесь стоит обратить внимание на субъектный состав правоотношений по возмещению морального вреда. В отличие от гражданско-правовых отношений возмещения морального вреда, в трудовом законодательстве четко определен состав лиц, являющихся участниками трудового правоотношения. Так, согласно ст. 141 ГК РК «физическое лицо, личные неимущественные права которого нарушены имеет право на возмещение морального вреда по правилам настоящего Кодекса» [1]. Проанализировав данное положение, можно прийти к выводу, что данное законодательное положение распространяется на всех физических лиц, которым нанесен моральный вред. В то время как в трудовых отношениях под лицом, которое имеет право на возмещение морального вреда, следует понимать исключительно работника – физическое лицо, вступающее или находящееся в отношениях наемного труда на основании трудового договора [3, с. 123].

По поводу лица, на которое возлагается обязанность возмещения вреда в трудовых правоотношениях, следует отметить, что им может быть исключительно работодатель, то есть юридическое лицо или физическое лицо – предприниматель, которое в пределах трудовых отношений использует труд физических лиц [8]. Таким образом, правоотношения по возмещению морального вреда в трудовом праве характеризуются четко определенным кругом субъектов, к которому законодатель включил работника и лиц, которые

подпадают под понятие «работодатель». В исследуемых правоотношениях работник всегда является субъектом, который наделен правом на получение возмещения морального вреда, а работодатель несет обязанность по ее покрытию. Другие лица, которые не являются участниками трудовых правоотношений, не могут получать возмещения морального вреда, что обуславливается, прежде всего, сферой правовых отношений, которая регулируется трудовым законодательством.

Трудовое законодательство не предусматривает возмещение морального вреда работодателю работником, уделяя при этом существенную роль материальной ответственности, закрепленной в ст. 122, 123 ТК РК. Данная позиция законодателя может быть обусловлена тем, что работник всегда находится в зависимости от работодателя, поскольку является подчиненным лицом. Такое мнение высказывается и учеными, которые указывают, что работник и работодатель не являются равными субъектами правоотношений. Эти субъекты не равны не только в процессе трудовых отношений, но и на стадии заключения трудового договора [9, с. 176]. На неравенство сторон трудового договора указывает Н.З. Сеитова [6, с. 72] и С.Б. Серикбекова [7, с. 10]. Таким образом, несмотря на равенство сторон в трудовом праве, оно носит условный характер, поэтому имеет место фактическое неравенство работодателя и работника, что предусматривается в финансово-материальной и организационно-хозяйственной зависимости работника от собственника или уполномоченного им органа.

Исходя из положений ГК РК право на возмещение морального вреда наделены только физические лица. По нашему мнению, работодатель не может быть лишен права на возмещение морального вреда, если он ему будет нанесен. Такие отношения находятся вне пределов регулирования законодательства, поэтому возмещение морального вреда работодателю необходимо закрепить в трудовом законодательстве Казахстана.

Таким образом, рассмотрев нормы действующего трудового и гражданского законодательств, регулирующие вопросы возмещения

морального вреда, можно сделать вывод, что возмещение морального вреда в трудовом праве имеет свою специфику, как уже говорилось выше, она заключается в субъектном составе этих правоотношений – работник и работодатель, где работодатель имеет обязанность по возмещению морального вреда, а работник имеет право на ее получение при наличии в совокупности негативных последствий нарушения трудовых прав, что в конечном итоге не решает некоторые проблемы, связанные с данным институтом. Кроме того, ГК РК не конкретизирует вопросы, которые связаны с нарушением прав граждан в трудовых отношениях, за исключением случая, предусмотренного ст. 951 ГК РК, в которой говорится, что моральный вред подлежит возмещению в случае, когда вред причинен жизни или здоровью гражданина источником повышенной опасности. При этом можно только теоретически предположить, что такой источник повышенной опасности может присутствовать в трудовой деятельности, законодатель же этого не определил.

В этой связи можно предложить закрепить в ТК РК отдельную норму, связанную с институтом возмещения морального вреда. Так, предлагаем дополнить ТК РК ст. 124 «Возмещение морального вреда сторонам трудового договора» следующего содержания: «1. Моральный вред, причиненный работнику неправомерными действиями или бездействием работодателя, возмещается в случае, если нарушение его законных прав в процессе осуществления трудовых функций привели к моральным страданиям, утрате нормальных жизненных связей и требуют от него дополнительных усилий для организации своей жизни. 2. Работодатель – юридическое лицо вправе требовать от работника компенсации причиненного ему морального вреда в случае нанесения вреда его деловой репутации. 3. Возмещение морального вреда производится в денежной форме в размерах, определяемых соглашением сторон трудового договора. 4. В случае возникновения спора факт причинения работнику или работодателю морального вреда и размеры его возмещения определяются судом независимо от подлежащего возмещению имущественного ущерба».

Таким образом, подытоживая изложенное, можно сказать что предложенное закрепление норм о возмещении морального вреда при нарушении трудовых прав работников и работодателей будет способствовать повышению качества принимаемых судами решений, и послужит гарантией для граждан в случае нарушения их неимущественных прав в трудовых отношениях.

Список литературы:

1. Гражданский кодекс РК от 1 июля 1999 года № 409-І – [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://online.zakon.kz/>.
2. Компенсация морального вреда в пользу работника по трудовому спору – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://defacto.kz/>.
3. Карабанов С.С. Особенности применения норм института компенсации морального вреда в трудовом праве // Вестник Челябинского государственного университета. – 2013. – №15 (306). – С. 123–136.
4. Нормативное постановление Верховного Суда РК от 27 ноября 2015 года № 7 «О применении судами законодательства о возмещении морального вреда» – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://online.zakon.kz/>.
5. Послание Президента РК народу Казахстана от 31 января 2017 года «Третья модернизация Казахстана: глобальная конкурентоспособность» – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.akorda.kz>.
6. Сеитова Н.З. Конституционно-правовые основы защиты трудовых прав и свобод гражданина и человека в РК. – Алматы: [б. и.], 2005. – 144 с.
7. Серикбекова С.Б. Индивидуальные договоры о труде в условиях рыночной экономики: автореферат. – Алматы: ИЦ Инфопресс, 2004. – 30 с.
8. Феофилактов А.С. «Особенности компенсации морального вреда» – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
9. Чикирева И.П., Хильчук Е.Л., Курсова О.А. Трудовое право РФ. Тюмень: Издательство Тюменского государственного университета. 2011. – 324 с.

СТАЛ ЛИ СЛЕДОВАТЕЛЬ НЕЗАВИСИМЫМ? ЗАКОН И МНЕНИЕ ПРАКТИКОВ

Шор Владимир Олегович

*студент, Национальный исследовательский
Томский государственный университет,
РФ, г. Томск*

Ясельская Вероника Владимировна

*научный руководитель, канд. юрид. наук, доц.,
Национальный исследовательский Томский государственный университет,
РФ, г. Томск*

В 2007 году была проведена реформа прокуратуры и следственного аппарата. Нововведения по-разному оцениваются как представителями следственных органов и прокуратуры, так и научным сообществом. [1; 4; 7; 8]

В соответствии с ФЗ от 5 июня 2007 г. № 87-ФЗ прокурор лишился полномочий по процессуальному руководству предварительным следствием. Ст. 37 УПК РФ устанавливает, что прокурор вправе давать письменные указания следователю только на этапе окончания расследования; как правило, прокурор не может отменять постановления следователя; не может он и вносить изменения в обвинительное заключение. Более того, прокурор больше не имеет полномочий возбуждать уголовное дело. Таким образом, роль прокурора на стадии следствия законодательно ограничивается надзором за процессуальной деятельностью следователей и уголовным преследованием.

В противовес прокурору в 2007 году появился новый участник уголовного процесса, руководитель следственного органа (далее – РСО), которому переданы контрольные полномочия первого. Согласно ст. 39 УПК, РСО также имеет право поручать расследование дела следователю, давать ему согласие на возбуждение перед судом ходатайства об избрании, отмене или изменении меры пресечения, разрешать отводы, заявленные следователю и его самоотводы, отстранять следователя от производства по делу и др. Из сказанного можно заключить, что РСО выполняет роль не только

непосредственного начальника, но и процессуального руководителя следователя.

Следователь с одной стороны и прокурор с другой в соответствии со ст. 37–38 УПК призваны выполнять разные функции. Один осуществляет предварительное расследование, другой следит за соблюдением процессуальных норм. Мнение о том, что установленное законом последовательное осуществление прокурором надзора на стадии расследования и уголовного преследования уже в суде повышает качество следствия, вполне соответствует избранной логике [4, с. 28]. Так, прокурор превратился в объективного надзирателя, «формально ... стал независим от результата расследования» [1, с. 6]. Существует даже сравнение прокурора с «пассивным созерцателем происходящего», который ввиду лишения контрольных полномочий едва ли может повлиять на решения следователя [5, с. 29]. Тем не менее, сложно отрицать заинтересованность прокурора в ходе следствия и в его конечном результате. Нельзя отрицать и возможное давление со стороны прокурора на следователя. П. 14 ст. 37 УПК устанавливает, что только прокурор вправе утверждать обвинительное заключение, а п. 15 этой же статьи дает ему право возвращать уголовное дело для дополнительного расследования или пересоставления обвинительного заключения. Данные нормы могут существенно ограничивать самостоятельность следователя.

Самостоятельность следователя также ограничивается тем, что в соответствии с ч. 4 ст. 146 УПК прокурор может в течение 24 часов с момента получения материалов уголовного дела отменить постановление следователя о его возбуждении. Ч. 1 ст. 214 УПК РФ устанавливает, что в течение 14 суток с момента получения материалов дела прокурор вправе отменить постановление о прекращении этого дела. Ч. 1.1 ст. 211 УПК уполномочивает прокурора отменять постановление о приостановлении предварительного следствия. Как отмечается в литературе, оставление таких весомых полномочий связано со значительным процентом выявляемых нарушений, допускаемых следователями [3, с. 101]. Данное объяснение ставит под вопрос оправданность ограждения

следствия от чрезмерного влияния со стороны надзорных органов и заставляет задуматься о повышении квалификационных требований к следователям [6, с. 30].

В этой связи интересно мнение практических работников прокуратуры. Опрос практиков показал, что они скептически высказываются относительно усиления самостоятельности следователя. В частности, было отмечено, что, будучи лицами, отвечающими за все этапы расследования, прокуроры не могут пассивно наблюдать за ходом следствия. Они внимательно изучают все материалы дела, оценивая собранные доказательства, соотнося действия следствия с законом и обеспечивая устранение имеющихся нарушений. Представители прокуратуры могут поручить следователю производство следственных действий или же воспрепятствовать их производству, требуя подчинения как от следователя, так и его руководителя. Характер деятельности прокурора, так или иначе, предопределяется задачей успешного поддержания обвинения в суде. По мнению опрошенных мною прокурорских работников, лишение их полномочий по процессуальному контролю не изменило содержания отношений со следователями, указанное обстоятельство лишь сделало эти отношения неформальными. И следователь, и РСО неохотно будут спорить с прокурором, который попросту не направит дело в суд, что негативно скажется на процессуальных сроках и послужит основанием получения выговоров от начальства. В то же время среди опрошенных практиков высказывалось и мнение о том, что следователи стали более независимы и свободны в реализации своих полномочий. Однако подавляющее большинство прокурорских работников не разделяли эту точку зрения.

В качестве альтернативного решения проблемы независимости следователя Ю. К. Якимович предложил дополнить существующую систему процессуальных отношений новым участником – представителем следственного органа. Данный представитель должен был бы поддерживать обвинение в суде по уголовному делу, руководство расследованием которого возлагалось бы на РСО, а надзор за деятельностью следователя и РСО на

прокурора [9, с. 65]. Однако в таком случае возникает вопрос: как будет оцениваться эффективность и качество работы прокурора и следователя, например, в случае вынесения оправдательного приговора? Чем будет оправдание лица: фактом признания судом ошибок следствия и упущений надзора или результатом недобросовестной работы представителя? Заинтересованность прокурора и следователя в судебном решении, вероятнее всего, останется.

Из всего сказанного можно заключить, что настоящее законодательство, устанавливающее процессуальный статус прокурора, следователя и РСО, является внутренне противоречивым. Это частично объясняется объективной заинтересованностью прокурора в исходе дела в судебном разбирательстве. Что касается положения самого следователя, то вряд ли оно кардинально изменилось, так как меры по усилению процессуальной самостоятельности больше коснулись РСО при сохранении значимых полномочий прокурором. [2;8] Таким образом, цели по обеспечению независимости следствия почти не были достигнуты. Представляется, что законодатель в дальнейшем сделает шаги назад и вернет прокурору, утраченные им процессуальные права.

Список литературы:

1. Барабаш А.С. Прокурорский надзор за предварительным следствием: возвращение к основам // Законность. – М., 2011, № 4 С. 5–10.
2. Венев Д.А. Независимость следователя: реальность или фикция? / Д.А. Венев // Российский следователь. – 2016. – № 9. – С. 10–12.
3. Горюнов В.В. Процессуальная самостоятельность следователя в свете реформы следственного аппарата // Российский следователь. 2012. № 19. – С. 98–102.
4. Дикарев И. С. Спорные вопросы организации досудебного производства по уголовным делам // Российская юстиция. – М., 2016, № 5. – С. 27–30.
5. Исламова Э., Чубыкин А. Реализация полномочий прокурора в стадии возбуждения уголовного дела // Законность. – М., 2011, № 4. – С. 28–29.
6. Темираев О. Процессуальная самостоятельность следователя: мнение практиков // Законность. – 2008. – №5. – С. 28–31.
7. Шейфер С.А. Правовой механизм расследования преступлений в России: вчера, сегодня, завтра // Государство и право. – 2011. – № 5. – С. 47–48.

8. Шейфер С.А. Кто осуществляет уголовное преследование на досудебном производстве? // Правовые проблемы укрепления российской государственности. Под редакцией С.А. Елисеева, М.К. Свиридова, Р.Л. Ахмедшина. Томск, 2009. – С. 174–178.
9. Якимович Ю.К. О процессуальном положении прокурора, руководителя следственного органа и следователя в современном российском досудебном производстве // Уголовная юстиция. Томск, 2013, № 2. – С. 64–67.

ДЛЯ ЗАМЕТОК

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

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

№ 3 (43)
Март 2017 г.

В авторской редакции

Издательство «МЦНО»
127106, г. Москва, Гостиничный проезд, д. 6, корп. 2, офис 213

E-mail: mail@nauchforum.ru

