

ISSN 2310-0362



nauchforum.ru

НаучФорум

Оставь свой след в науке



XXIII Студенческая международная
заочная научно-практическая
конференция

**МОЛОДЕЖНЫЙ НАУЧНЫЙ ФОРУМ:
ОБЩЕСТВЕННЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ
№ 4 (23)**

г. МОСКВА, 2015



nauchforum.ru
НаучФорум
Оставь свой след в науке

МОЛОДЕЖНЫЙ НАУЧНЫЙ ФОРУМ: ОБЩЕСТВЕННЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

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

№ 4 (23)
Апрель 2015 г.

Издается с марта 2013 года

Москва
2015

УДК 3+33
ББК 60+65.050
М 75

Председатель редколлегии:

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

Редакционная коллегия:

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

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

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

Карпенко Татьяна Михайловна — канд. филос. наук, рецензент НП "СибАК".

М 75 Молодежный научный форум: Общественные и экономические науки. Электронный сборник статей по материалам XXIII студенческой международной заочной научно-практической конференции. — Москва: Изд. «МЦНО». — 2015. — № 4 (23) / [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: [http://www.nauchforum.ru/archive/MNF_social/4\(23\).pdf](http://www.nauchforum.ru/archive/MNF_social/4(23).pdf)

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

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

ББК 60+65.050

ISSN 2310-0362

© «МЦНО», 2015 г.

Оглавление

Секция 1. История	8
РЕПРЕССИИ БРАТЬЕВ СТАРОСТИНЫХ	8
Осипов Алексей Владимирович Инейкин Александр Сергеевич Вязьмитинова Ирина Петровна Осипов Сергей Викторович	
НАУЧНАЯ ПЕЧАТЬ 2000—2008 ГГ. О РОССИЙСКО- КИТАЙСКИХ ОТНОШЕНИЯХ	15
Коваль Татьяна Андреевна Лихарева Оксана Анатольевна	
К 70-ЛЕТИЮ ДНЯ ПОБЕДЫ «НИКТО НЕ ЗАБЫТ, НИ ЧТО НЕ ЗАБЫТО»	25
Лешан Анна Григорьевна Кравец Виктория Сергеевна	
Секция 2. Социология	39
СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СИСТЕМЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ	39
Данилова Анастасия Владимировна Быкасова Лариса Валентиновна	
К ВОПРОСУ О РОЛИ МУЖЧИНЫ И ЖЕНЩИНЫ В СЕМЬЕ	44
Дроздова Анна Вячеславовна Быкасова Лариса Валентиновна	
ГОТОВНОСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ ИНКЛЮЗИВНОЙ МОДЕЛИ СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЫ НА СЕЛЬСКОМ УРОВНЕ	50
Михайлец Дарья Ивановна Антонович Ирина Владимировна	
Секция 3. Философия	55
ГЕНДЕРНОЕ РАВЕНСТВО И СУРРОГАТНОЕ МАТЕРИНСТВО	55
Рыстан Жанерке Адаева Гульнар Аманбековна	
СУЩНОСТЬ ИСКУССТВА	60
Инейкин Александр Сергеевич Осипов Алексей Владимирович Волков Михаил Павлович	

Секция 4. Маркетинг	65
МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ «РЫНОК ОДЕЖДЫ В УЛЬЯНОВСКЕ»	65
Инейкин Александр Сергеевич Московкина Юлия Юрьевна Фролова Виолетта Николаевна Молгачев Алексей Анатольевич	
Секция 5. Менеджмент	71
ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ФИРМЕННОЙ СТРАТЕГИЙ: РАССМОТРЕНИЕ В СВЕТЕ КОНЦЕПЦИИ РАССЕЛА АКОФФА	71
Авилов Игорь Александрович Родионов Вячеслав Георгиевич	
СПОНСОРСТВО И БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ КАК ФОРМЫ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА	76
Аксаниченко Наталья Анатольевна Судова Татьяна Леонидовна	
РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ АУТСОРСИНГА ТРАНСПОРТИРОВКИ НЕФТЕСЕРВИСНОЙ КОМПАНИИ: РЕАЛИЗАЦИЯ ОБЕСПЕЧИВАЮЩИХ ЭТАПОВ	83
Муратов Равиль Русланович Левина Тамара Владимировна	
РАЗВИТИЕ РЫНКА ИНФОРМАЦИОННОГО УСЛУГ	95
Саркисян Армен Самвелович Овчинникова Лидия Иосифовна	
Секция 6. Регионоведение	102
СОПЕРНИЧЕСТВО США И КНР В РАЙОНЕ ЮЖНО- КИТАЙСКОГО МОРЯ	102
Паушева Александра Викторовна Концова Елизавета Андреевна Паршина Мария Валерьевна Дунаева Юлия Генриховна	
Секция 7. Реклама и PR	109
ВЫВОД НА РЫНОК НОВОГО БРЕНДА (НА ПРИМЕРЕ БРЕНДА СУВЕНИРНОЙ ПРОДУКЦИИ «ЙОШКИНЫ»)	109
Елькина Анна Александровна Васенин Дмитрий Николаевич	

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ИМИДЖА ВУЗА Лебедева Дарья Константиновна Васенин Дмитрий Николаевич	115
Секция 8. Экономика	120
РАЗВИТИЕ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ КАК ВАЖНОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ ЭКОНОМИКИ Акимова Анастасия Константиновна Леонович Валентина Евгеньевна	120
КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ УСТОЙЧИВОСТИ Андриевская Людмила Сергеевна Сопин Вадим Станиславович	127
КРИЗИС СИСТЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ФИНАНСОВ И ФИНАНСОВОЙ СИСТЕМЫ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ Басырова Диана Фанисовна Егоров Владимир Александрович	132
СОСТОЯНИЕ И ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОЙ ОТРАСЛИ КНИЖНОЙ ТОРГОВЛИ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА Бачу Екатерина Фёдоровна Калинина Марина Игоревна	137
МОДЕЛЬ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДОБАВЛЕННОЙ СТОИМОСТИ И ЕЕ ПРОИЗВОДНЫЕ КАК СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ Волокитин Владислав Анатольевич Соколова Светлана Владимировна	144
ОБЗОР ПРИЧИН ПАДЕНИЯ СТОИМОСТИ НАЦИОНАЛЬНОЙ ВАЛЮТЫ Емельянцева Мария Юрьевна Никифорова Галина Ивановна	150
ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ БИЗНЕСА ПРЕДПРИЯТИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ Зварыкина Татьяна Семеновна Чеховская Ирина Анатольевна Рысикова Ирина Васильевна	156
СУДЬБА РОССИЙСКОГО РУБЛЯ Жукова Елена Олеговна Инейкин Александр Сергеевич Смоленская Светлана Владимировна	165

УКРАИНА — НОВАЯ ГРЕЦИЯ ДЛЯ МИРА Осипов Алексей Владимирович Московкина Юлия Юрьевна Смоленская Светлана Владимировна	177
СЕКЬЮРИТИЗАЦИЯ БАНКОВСКИХ АКТИВОВ: ИСТОРИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В РОССИИ Тужик Анна Михайловна Кайгородова Кристина Александровна Панова Татьяна Александровна	184
РЕГИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ Ирхина Анастасия Владимировна Карпович Наталья Константиновна	190
РЕАЛИЗАЦИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПОДХОДА К УПРАВЛЕНИЮ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИМ РАЗВИТИЕМ РЕГИОНА Кислякова Надежда Сергеевна Карпович Наталья Константиновна	195
КОНЦЕПЦИЯ БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА НА ПРИМЕРЕ ОАО «РЖД» Фролова Анастасия Андреевна Кокорина Ольга Константиновна	200
СУЩНОСТЬ, СТРУКТУРА И МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫМ КОМПЛЕКСОМ Бурдюгова Ольга Васильевна Прытков Ринад Михайлович Полякова Ирина Леонидовна	206
КОНЦЕПЦИЯ ПОСТРОЕНИЯ ТУРИСТСКОГО КЛАСТЕРА КЫЗЫЛОРДИНСКОЙ ОБЛАСТИ Халыкова Гульзира Талапбаева Гульнар Едиловна	216
ВЗАИМОСВЯЗЬ МИГРАЦИИ НАСЕЛЕНИЯ, ФОРМИРОВАНИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ОБЩЕСТВА Тужик Анна Михайловна Кайгородова Кристина Александровна Петрякова Ольга Леонидовна	224
СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ Абдрашитова Алена Тимуровна Успенский Иван Викторович Голощапова Людмила Вячеславовна	229

ПРОБЛЕМЫ ИСКАЖЕНИЙ БУХГАЛТЕРСКОЙ
(ФИНАНСОВОЙ) ОТЧЕТНОСТИ И ПУТИ ИХ ВЫЯВЛЕНИЯ
Якубова Анна Игоревна
Максимов Антон Максимович
Голощапова Людмила Вячеславовна

236

СЕКЦИЯ 1.

ИСТОРИЯ

РЕПРЕССИИ БРАТЬЕВ СТАРОСТИНЫХ

Осипов Алексей Владимирович

*студент УлГТУ,
РФ, г. Ульяновск*

Инейкин Александр Сергеевич

*студент УлГТУ,
РФ, г. Ульяновск*

Вязьмитинова Ирина Петровна

*научный руководитель, канд. ист. наук, доц. кафедры «История и культура»
УлГТУ,
РФ, г. Ульяновск*

Осипов Сергей Викторович

*научный руководитель, канд. ист. наук, доц. кафедры «История и культура»
УлГТУ,
РФ, г. Ульяновск*

История репрессий является одним из самых трагических периодов в жизни нашего народа. Об этом времени многое уже известно, раскрыты и опубликованы засекреченные документы. Во многом именно это сподвигло меня проанализировать все эти документы, ведь тема репрессий довольно актуальна и в нынешнее время.

Начну своё повествование с детства и юношества братьев.

Детство братьев Старостиных.

Старостин Николай Петрович — старший из братьев, советский футболист, хоккеист, основатель футбольного клуба Спартак. Родился в Пресне. До 10 лет не интересовался футболом. Но после того как в их школе открыли секцию по футболу, он резко стал им увлекаться (наверное, увидел, как ребяташки его возраста бегают по полю). Он выступал в детской лиге. Но вскоре пришла революция, и о футболе можно было забыть.

Старостин не принимал особого участия в революции. После смерти своего отца Старостин поддерживал состояние своей семьи, играя летом — в футбол, а зимой — в хоккей.

В 1922 году был основан футбольный клуб «Красная Пресня», где Николай начал играть в футбол. Команда росла, вскоре построив свой собственный стадион. Старостин принимал активную роль в управлении клубом [8, с. 14.]

В начале 1930-ых гг. Николай становится капитаном сборной Советского Союза.

Он достаточно быстро сблизился с Александром Косаревым, секретарём Комсомола.

В ноябре 1934 года Косарев берёт в клуб братьев Старостиных. Команда вновь меняет своё название. На сей раз, оно закрепится надолго. Спартак — в честь римского гладиатора. Все Старостины играют в команде, а Старостин ещё принимает активное участие в управлении командой [6, с. 2].

Старостин Андрей Петрович — второй по старшинству брат. Детство он провёл в Москве, но самое запоминающееся для него было — это поездки в деревню Погост.

По началу ему нравился и футбол, и лыжи, лёгкая атлетика, бокс, и многое другое. Но наибольший интерес у него вызывал футбол. Что не удивительно, ведь брат с друзьями постоянно играл в футбол. После работы Старостин, вместе с братьями Николаем и Александром, ходили играть в футбол.

В 1922 начал играть в клубе МКС. С 1935 года начинает играть вместе с братьями в команде. Зарекомендовал себя, как отличный полузащитник [8, с. 13].

Старостин Александр Петрович — третий по старшинству. Вырос с братьями. Они его воспитывали. Любил играть с ними в футбол в свободное время. И решил заниматься этим профессионально.

Выступал с Андреем с 1922 за МКС. В 1935 году начала играть за Спартак. Через 3 года стал Капитаном, сместив с этой роли своего брата.

Война.

Новость о начале боевых действий застало братьев в Ленинграде (они играли матч с Zenitom). Они сразу же поехали домой.

На первой полосе газеты «Красный спорт» появилась статья «Слово нашей семьи», подписанная братьями. Скорее всего, братья не имели никакого отношения к написанному.

Братья работали, не покладая рук, так как нужно было производить очень много патронов для оружия.

В начале сентября немецкая ракета взорвалась буквально в двух метрах от дома Старостиных [11, с. 13].

Даже в такие трудные, тяжёлые времена у них находилось время для футбола. Насколько же они были ему преданы.

Как-то раз (зимой 1942) водитель служебной машины, которая отвозила Николая на работу, заметил, что за машиной следят. Автомобиль с тремя юношами двигался всю дорогу за ними и остановился неподалёку от конторы.

Такого больше не повторялось, но напуганный Николай обсудил эту ситуацию со своим другом-секретарём горкома Валентином Павлюковым. Как окажется позже, это не тот уровень, где решалась эта проблема [4, с. 11].

Переходим к самому интересному.

Арест Старостиных.

Собственно, арест провели 21 марта 1942 года.

Причём сразу арестовали не всех братьев. Александра арестовали через 2 недели после того как он вернулся с фронта.

Так в чём же состоит причина ареста Старостиных?

Версий очень много. Одна из самых «популярных» это то, что Старостины тесно общались с Александром Косаревым (одним из создателей Спартак).

Ну и логично подумать, что после расстрела Косарева расправа ждала и его друзей. Но Косарева расстреляли в 1939 году, зачем было ждать 3 года?

Ещё одна теория заключается в том, что на арест сильно повлияло общение братьев с режиссёром Мейерхольдом. Он был расстрелян в 1940 году. И опять же почему арест произвели через 2 года?

Николай часто высказывался о том, что у Берии с ним личные счёты.

Ещё одна причина состоит попросту в том, что Старостин был основателем и главой Спартака. Объясню почему — главным соперником Спартака было Динамо. В то время за Динамо болели и поддерживали все высшие руководители НКВД. Они свирепо ненавидели братьев Старостиных [5, с. 11].

Многие журналисты спустя многие-многие годы выдумывали просто невероятные факты. Ну, вот, например. Алла Боссарт пишет: В 1941 году после матча с Германией всех братьев задержали как шпионов. Не совпадает дата ареста и даты матча.

Ещё одна теория, что Старостиных арестовали за их состояние (денежное).

Они якобы играли в тотализатор на бегах (скачках) и как-то там жульничали.

Самая основная версия — это версия о том, что Старостины были участники профашистской организации, возглавляемой сотрудником немецкого консульства фон Хеймвером. А именно связано это со «Спецсообщением Берии Сталину» [1, с. 72].

Суть этого сообщения заключалась в том, что якобы НКВД обладает материалами, подтверждающие профашистские настроения среди спортсменов. В 1938—1939 гг. расследованием было установлено, что Николай и Андрей причастны к этой организации. Это подтверждали пойманные участники этой организации.

Следствие не стояло на месте, и копало дальше. Получены сообщения о том, что братья пропагандируют антисоветские лозунги.

Когда Москва была на грани оккупации, братья, якобы распространяя пораженческие настроения, хотели остаться и стать главными в министерстве спорта [2, с. 4].

Также в этом сообщении были сведения, что Николай, пользуясь своим высоким положением и связями, «отмазывает» спартаковцев от службы и похода на войну.

Старостин Андрей среди близких ему лиц заявил:

«Немцы займут Москву, Ленинград. Занятие этих центров — это конец большевизму, ликвидация советской власти и создание нового порядка...

Возможно, в этом доносе содержалась и правильная информация и ложная.

Например, в воспоминаниях общего друга Старостиных Анатолия Сеглина (спартаковец) есть такой момент: сидят за столом Старостины, я, и Корчагин, и кто-то из Старостиных обронил фразу: «Да нам всё равно где играть, что в СССР, что в Германии». Этот факт свидетельствует о пораженческих настроениях [3, с. 2].

По Москве распускали слухи, что Старостины расхищали народное добро, а значит, арестованы за дело и нечего о них сожалеть.

Наконец, была ещё одна версия. Григорий Берлянд (соклубник Старостиных) поведал такую вот историю, что ему удалось встретить на борту корабля, доставлявшего его в Одессу, некоего замполита, который раньше работал в органах. Так вот этот замполит рассказал ему, что многое рассказанное Николаем о его аресте — плод его фантазии. Так вот, этот замполит сам держал в руках дело старшего Старостина, из которого ясно следовало, что его задержали за экономические преступления. А братьев взяли в заключение, как членов семьи. А истинной причиной наказания было изготовление «левого» товара в артелях [11, с. 1].

Жизнь в ГУЛАГах.

Старостины, находясь в заключении, также продолжают играть в футбол. Футбол стал средством выживания.

В лагерях было много разных заключённых — артисты, учёные, политики, но именно принадлежность к спорту помогла Старостиным выжить в суровых условиях ГУЛАГов. Во многом главную роль в их защите сыграла популярность «Спартака». В своих книгах братья пишут, как Николай и Александр успешно тренируют лагерные команды в Сибири, на Урале, на Севере. Возможно, это даже повлияло на развития футбола в этих областях [9, с. 56].

И так, какой же можно сделать вывод. Судя по всему, истинные причины ареста братьев Старостиных не будут раскрыты никогда. Во-первых, тому что братья сами не хотят этого, они не раз придумывали что-то нелепое в рассказах про свой арест. Во-вторых, все документы СССР в то время были засекречены, и мало кто знает из верхов, что случилось. Быть может даже замполит мог слегка приукрасить свою историю, вед никто не проверял, действительно ли он работал в органах [7, с. 47].

И вот ещё одна несовпадение. В спецсообщении говорится об аресте только двух братьев, а взяли троих. Очень странно.

Арест всегда будет загадкой для многих из нас. Но почему же всё-таки арестовали всех? На мой взгляд, братья были уж больно независимы в то время по меркам того общества. И одно лишь это вызывало желание арестовать и отправить «куда подальше». А формулировки не играли важной роли: хоть предатели, хоть шпионы Германии, хоть экономические преступники. Были бы люди, а повод найдётся [10, с. 1].

Для Старостина несоответствие советских футбольных реалий тех лет действительному положению дел (лицемерие, окружавшее систему оплачиваемых любителей — де-факто профессионалов) было лишь препятствием для развития его любимой игры — так, в частности, были придуманы «стипендии», позволявшие оформлять игрокам достойные премиальные, косвенно не нарушая их «любительского» статуса (что стало одним из обвинений, выдвигавшихся против Старостина до его ареста).

Для Берии всегда существовал другой способ — в воспоминаниях динамовцев он остался человеком, предлагавшим главному тренеру «поставить в обороне роту автоматчиков», которая встретит атакующую команду соперника, «но может попасть и по своим».

Николай Старостин вместе с братьями пережил репрессии и прожил долгую футбольную жизнь. Лаврентий Берия был расстрелян в 1953 году.

Список литературы:

1. Бондаренко С. Уроки истории / — М.: 2011. — 3 с.
2. Гладков Д.С. Репрессированный Спартак / — М.: Искусство, 2007. — 15 с.
3. Дуров А.П. Как братья Старостины ждали прихода Гитлера и торговали «бронью» / — М.: Искусство, 2005. — 2 с.
4. Жарков В.С. Уроки Истории / — М.: 1998. — 65 с.
5. Морозов Г., Духон Б. Легендарное имя устояло / — М.: Московский спорт, 2002. — 172 с.
6. Пилипчук А. Статья «Футболисты «Спартака» — жертвы Берии или подпольные предприниматели?» 2011. — 2 с.
7. Савицкий А.С. Как Берия московскому Динамо помогал / СПб.: Спорт, 2008. — 47 с.
8. Смирнов В.С. Герой Соц. Труда / — М.: Наука, 1996. — 78 с.
9. Старостин А.П. Повесть о футболе / — М.: Наука, 1987. — 67 с.
10. Старостин Н.П. Автобиография / — М.: Просвещение, 1980. — 56 с.
11. Старостин А.П. Флагман Футбола / — М.: Искусство, 1988. — 100 с.

НАУЧНАЯ ПЕЧАТЬ 2000—2008 ГГ. О РОССИЙСКО-КИТАЙСКИХ ОТНОШЕНИЯХ

Коваль Татьяна Андреевна
студент Дальневосточного федерального университета,
РФ, г. Уссурийск

Лихарева Оксана Анатольевна
научный руководитель, доц.
Дальневосточного федерального
университета,
РФ, г. Уссурийск

История взаимоотношений России и Китая традиционно привлекала повышенное внимание исследователей. Актуальность темы определяется все большим интересом правящей элиты к налаживанию русско-китайских отношений. 2000—2008 гг. приходится на первое и второе президентство В.В. Путина. Как реагировало академическое сообщество, анализируя различные аспекты российско-китайских отношений за эти восемь лет? На современном этапе российско-китайские отношения являются одним из наиболее исследуемых направлений в современной историографии, что во многом объясняется возросшим влиянием Китая, как в Дальневосточном регионе, так и в мировой политике.

В последнее время отдельные политические круги, представители местных органов власти в восточных регионах, а также научного сообщества, пытаются поднимать различные дискуссионные вопросы вокруг китайской тематики и задаются риторическими вопросами о том, нужно ли России участвовать в антикитайских коалициях, каким должно быть российско-китайское сотрудничество.

Всплеск научного интереса наблюдался в 2006—2008 гг. Это связано с повышением интереса лидеров государств друг к другу. Немало важно, что именно в этот период были проведены годы России в Китае и Китая в России.

Публикации научных журналов «Россия и АТР», «Проблемы Дальнего Востока», «ПОЛИС» и «Международная жизнь» за 2000—2008 гг. можно

сгруппировать по тематике: политической, культурно-социальной и экономической.

Публикации политической тематики анализируют подходы обеих стран к международным проблемам, пограничному вопросу, обороне и безопасности в регионах, стратегическому партнерству и военному сотрудничеству, международному терроризму и мнения по вопросам охраны окружающей среды. Из 13 регионов российского Дальнего Востока и Забайкалья 5 имеют границу с Китаем, что оправдывает большой интерес к пограничному вопросу. М.Л. Титаренко в статье «Россия: безопасность через сотрудничество» говорит, что «подписанием Пекинской декларации обе стороны согласились с взаимным сокращением вооруженных сил в районе границы, тем самым укрепили доверие в военной области» [17, с. 45].

И.А. Рогачев приходит к выводу о том, что подписанное 14 октября 2004 г. в Пекине дополнительное соглашение о прохождении линии границы на ее восточном участке, обозначает окончание противоречий о границе между Китаем и Россией. В договоре подтверждается, что оба государства не против закрытия пограничного вопроса, уменьшения вооруженных сил в приграничной зоне и согласны с пунктом о совместном использовании двух приграничных островов в экономических целях в течение 10 лет. В соответствии с договором обе стороны обязуются завершить делимитацию территорий к концу 2007 г. Передачу В.В. Путиным островов Тарабарова и Большой Уссурийский Китаю И.А. Рогачев считает последним этапом формирования русско-китайской границы [13, с. 47].

Другим важным достижением в российско-китайских отношениях И.А. Рогачев считает подписание в ходе официального визита председателя КНР Ху Цзиньтао в 2005 году «Совместной декларации о международном порядке в XXI веке». По мнению И.А. Рогачева в этом важнейшем документе «Россия и Китай продемонстрировали совпадение основополагающих взглядов на важнейшие проблемы современного мироустройства и общее видение перспектив развития человечества. Констатируя, что складывание нового

международного порядка обещает быть сложным и длительным, резко усиливая взаимозависимость государств [14, с. 30].

Анализируя публикации 2006 года можно отметить стойкий интерес к прошедшему в 2005 году российско-китайскому саммиту. Авторы статей важнейшими задачами России и Китая считают сохранение мира, стабильности и безопасности для всех стран, соблюдение суверенитета. И.А. Рогачев особо выделяет проблему денуклеаризации Корейского полуострова, отмечая, что в силу географического положения и в результате исторического развития Корейский полуостров является средоточием интересов стран, прилегающих к нему. «Россия и Китай являются твердыми приверженцами курса на диалог и мирное решение, сохранение мира и стабильности на Корейском полуострове» [14, с. 38]. По единодушному заключению лидеров двух стран шестисторонние переговоры являются самым действенным форматом для поиска решений ядерной проблемы Корейского полуострова. Что касается иранской проблемы Москва и Пекин твердо выступают единым мнением против распространения ядерного оружия [14, с. 36].

Анализируя политические проблемы, авторы рассматривали и вопросы международного терроризма, которые на высоком уровне обсуждали Россия и Китай. М.Л. Титаренко подчеркивает, что сотрудничество в этой сфере не только декларируется, но и воплощается. Россия и Китай против привязки терроризма к конкретным государствам, нациям и религиям, а также против «двойных стандартов» в вопросах борьбы с терроризмом и, что они как страны, пострадавшие будут и далее упрочивать сотрудничество в противодействии терроризму [17, с. 44].

В целом прослеживается общее мнение авторов статей, что отношения между КНР и РФ по взаимному сотрудничеству в областях двусторонних отношений, обороны, безопасности и общей оценки обстановки в наиболее проблемных странах мира останутся неизменными. Как отмечают Китайские специалисты, моральная поддержка России нужна Китаю и в решении серьёзных внутренних (Тайвань, борьба против сепаратизма, сохранение

политического единства страны), и внешних проблем. Военное взаимодействие между Россией и Китаем оценивается авторами, как стабильное дружеское сотрудничество, перешедшее на более высокий уровень развития. Главными выдвинутыми вопросами, становятся военное и военно-техническое взаимодействие стран, его нынешнее положение и прогнозы на будущее. Е.П. Баженов отмечает, что военное сотрудничество между Китаем и РФ развивается по многим направлениям, включая подготовку китайских военных специалистов. С 2000 года по 2004 год был заметен повышающийся интерес к обмену военным опытом и поставкам Китаю большого количества боевой техники и вооружения [1, с. 68].

Экономической тематике посвящена примерно треть публикаций. Авторы оценивают 2000—2008 гг. как самые благоприятные в истории российско-китайских отношений для развития экономического сотрудничества: расширилась юридическая база, каналы связей, сферы и области сотрудничества. Первое десятилетие XXI в. отмечено так же реализацией крупных двусторонних проектов сотрудничества. Упомянуто, что таких проектов не было почти полвека. В настоящее время 67 субъектов Российской Федерации имеют прямые торгово-экономические связи с китайскими регионами.

Авторы выделяют вполне конкретные, измеряемые результаты развития экономических отношений между двумя странами. В период с 2000 по 2008 годы общий объем российско-китайской торговли увеличился без малого в 10 раз с 5,72 до 55,5 миллиардов долларов [8, с. 6]. Причем почти половина этого товарооборота приходится на приграничную торговлю. К началу 2008 года на границе действовали 15 постоянных пунктов пропуска, три зоны народной торговли и налажена сеть транспортного сообщения [8, с. 8].

Отмечается, что каждый регион организует приграничное сотрудничество в зависимости от партнерских и своих приоритетов, интересов и потребностей. Важным крупнейшим приграничным торговым регионом является Дальний Восток. К. Внуков отмечает, что с 2000 по 2008 гг. региональный торговый оборот Дальнего востока с Китаем вырос в 6,1 раза с 1,1 до 6,9 миллиардов

долларов. За тот же период накопленных китайских инвестиций в России увеличилось со 100 млн. до 2,6 млрд. долларов [3, с. 27]. О растущем интересе в обеих странах к развитию прямых связей между регионами свидетельствуют проведенные мероприятия, такие как Российско-китайский инвестиционный форум и первое заседание Постоянной рабочей группы по инвестиционному сотрудничеству [5, с. 46]. Региональное инвестиционное сотрудничество развивается достаточно активно. «В 2008 году общая сумма китайских инвестиций в дальневосточный регион и Забайкалье составила 96,6 млн. долл. рост к уровню 2005 года в 5 раз, а к уровню 2000 года в 21 раз» — отмечает К. Внуков.

В аналитических публикациях, посвященных экономическому сотрудничеству, были выделены проблемы в развитии приграничной торговли. Сюй Чжуансюнь считает, что весьма узка номенклатура российского экспорта. Он констатирует, что рассчитываются в приграничной торговле наличными, все расчеты ведутся в обход банков и часто с серьезными нарушениями российского и китайского валютных законодательств [15, с. 38]. В начале сентября 2005 года по инициативе Совета Федерации России и правительства Хабаровского края в Хабаровске был проведен Дальневосточный международный экономический конгресс. Участниками конгресса были отмечены несколько серьезных, основных проблем, мешавших стабильному развитию приграничного сотрудничества. Решение этих проблем «решено начинать с создания приграничных торговых комплексов и обустройства приграничных пунктов пропуска, которые способны стать еще одним механизмом для двусторонних контактов, прежде всего на региональном уровне и между хозяйствующими субъектами» [9, с. 45]. В нескольких публикациях упоминается о взаимодействии России с Китаем в банковской сфере, открытии корреспондентских счетов в банках Китая [7, с. 17].

Культурно-социальной тематике посвящено максимальное количество статей исследуемого периода: культурному взаимодействию, туризму, проблеме эмиграции и взаимодействию в научно-технической сфере.

Достаточное количество статей оценивают российско-китайское сотрудничество 2000—2008 гг. в научно-технической сфере [6, с. 93]. Н.В. Лосский полагает, что Китай в последние годы накопил немалый опыт реализации инновационных проектов. По его мнению, это сотрудничество будет выгодным, «если обе стороны будут эффективно дополнять друг друга, используя сильные стороны партнеров, что позволяет сотрудничать с китайскими коллегами на долгосрочной и взаимовыгодной основе» [9, с. 43].

В.В. Совастеев полагал, что китайско-российское культурное сотрудничество находится под влиянием долговременных факторов: географического, природного и исторического [16, с. 50]. В период с 2000 по 2005 год было проведено колоссальное количество заметных культурно-политических акций, наиболее важными из которых считают Дни культуры Китая в России и России в Китае. В рамках каждого из годов было проведено более 200 разнообразных мероприятий, которые способствовали росту общественного интереса к культуре обеих стран, проводились фестивали российской и китайской культуры, «туры российско-китайской дружбы», «неделя Москвы» в Пекине, «неделя Санкт-Петербурга» в Шанхае [4, с. 14]. В.Ю. Мишин констатирует, что смешивание культур фактически не происходит [11, с. 53]. Но это не мешает превратиться Харбину в анклав Русской культуры в Восточной Азии, а во Владивостоке существовать китайским театрам и школам.

Заметно активизировались и связи в области образования, был реализован «Рабочий план сотрудничества в области высшего образования» на 2005—2008 гг. Достигнута договоренность в заключении межправительственного «Соглашения о поддержке русского языка в Китае и китайского языка в России». Динамично и успешно продвигается вперед двустороннее сотрудничество по линии средств массовой информации, кино и архивного дела [12, с. 160].

Есть еще один важный аспект приграничных связей с Китаем — это активизация международного туризма. Приграничный туризм развивается с 1980-х годов [2, с. 77]. Предоставляя услуги для приезжающих, туристическая

область создает рабочие места, причем так же и в сопутствующих околотуристических отраслях — транспорте, гостиничном и ресторанном бизнесе, торговле. Ли Фэнлинь полагает, что туризм может стать высокодоходной областью региональных экономик приграничья, как Дальнего Востока, так и Китая [10, с. 53]. Такой подход требует усиленной работы туристических организаций, сплочения и координации действий обеих приграничных сторон.

Общий процент публикаций, посвященных эмигрантам был невелик, но все же, около половины статей за 2005—2008 гг. посвящено этой теме. Можно сделать вывод о том, что при улучшении политического, экономического и культурного взаимодействия России и Китая, возрос и интерес китайского населения к нашей стране и Дальневосточному региону, в частности. «В результате открытости внешних связей на Дальнем Востоке усилились миграционные процессы» — отмечает Ли Фэнлинь [10, с. 51]. Одной из форм сотрудничества двух государств является привлечение и использование в экономике приграничных регионов китайской рабочей силы. Для этого есть и существенные внутренние предпосылки, такие как естественная убыль населения России и серьезный миграционный отток коренного населения в европейскую часть страны, что создает серьезную нехватку трудовых ресурсов. На территории Дальневосточного региона за 2007 год на работу приняли больше 40 тысяч китайских рабочих, а в 2008 году их число увеличилось на 44 %. Такие темпы роста миграции, естественно, беспокоят исследователей [13, с. 43].

Ряд аналитических статей посвящен оценкам будущего развития русско-китайских отношений в различных сферах, ключевым является вопрос о перспективах российско-китайских отношений через 10—20 лет. «Ответить на этот вопрос достаточно сложно» — отмечает В.Л. Ларин [7, с. 20]. Главной трудностью является выбор направления развития отношений между Россией и Китаем: «будут ли они дальше развиваться по пути мирного взаимодействия и сотрудничества или же перейдут в формат противостояния и напряженности, конфликта и конфронтации» [7, с. 21]. Последнее маловероятно, потому что

итог такой конфронтации будет плачевным как для Китая, так и для России, что скроет все возможности на реализацию программ социально-экономического развития государств. От этого выиграет только третья сторона (которая желает нового российско-китайского конфликта). В.Л. Ларин считает, что пока власть в России и Китае находится в руках реалистов и прагматиков, такая опасность государствам не грозит. По его мнению, для успешного сосуществования и взаимодействия России и Китая в будущем важны две основы: 1. «Общий взгляд на мировые и региональные проблемы (что является основой стратегического взаимодействия двух государств). Идейная основа этого взаимодействия хоть и идеалистическая, но прогрессивная для «нового мирового порядка», отстаиваемая руководством КНР и поддерживаемая новым российским правительством. Схожее отношение к способам управления государством и решению социальных проблем. 2. Критической позицией для двусторонних отношений станет их способность сохранить главную ценность нынешних отношений — равноправие в партнерстве [8; 10]. К. Внуков считает, что сферы возможных противоречий между Китаем и Россией на ближайшую перспективу ограничены. Самая реальная — это Центральная Азия. Иные такие как распределение доходов от российских ресурсов, судьба китайских мигрантов в России вполне решаемы [3, с. 28]. Необходима только воля, чтобы ставить, обсуждать и решать проблемы до их возникновения. Платформой нового рывка в сотрудничестве России и Китая, по мнению В.Л. Ларина, станут экономическое освоение Тихоокеанской России и модернизации Северо-Восточного Китая [7, с. 18]. К середине XXI века экономика России переориентируется на рынки Азиатско-тихоокеанского региона такой прогноз дал И.А. Рогачев [13, с. 51].

23 июня 2005 года во Владивостоке состоялось открытие международной научной конференции «Китай и Россия в Северо-Восточной Азии: пути и перспективы стратегического взаимодействия». Конференция была нацелена на суммирование накопленного опыта и повышение эффективности двустороннего сотрудничества. В выступлениях участников конференции много-

кратно прозвучало предложение создать совместную российско-китайскую группу ученых, координационный совет, который занимался бы проработкой вопросов международного сотрудничества, составлением комплексных прогнозов развития экономической, демографической ситуации в регионах, мог бы действовать в интересах экономического развития российского Дальнего Востока и Северо-Восточного Китая, укрепления добрососедства и дружбы между [18, с. 55].

Подводя итог нужно сказать, что научное сообщество очень корректно оценивает развитие российско-китайских отношений, перспектив экономического и стратегического сотрудничества двух стран. Критики в адрес руководства соседствующих стран не встречается, позиция авторов направлена на поддержку политического курса и на стабилизацию положительного общественного мнения по отношению к КНР.

Список литературы:

1. Баженов Е.П. Китай и внешний мир. — ПОЛИС. — 2005. — № 12. — С. 66—71.
2. Белоглазов Г.П. Продовольственная безопасность Китая и ее российский вектор развития. // ПОЛИС. — 2004. — № 3. — С. 75—83.
3. Внуков К. Россия-Китай: углубление партнерства и взаимодействия (к итогам визита президента РФ В. Путина в КНР) // Проблемы Дальнего Востока. — 2004. — № 6. — С. 26—30.
4. Гране М.А. Китайская мысль. // Международная жизнь. — 2004. — № 4. — С. 12—16.
5. Го Леньчэн. Анализ путей экономического сотрудничества Китая и России. // Россия и АТР. — 2007. — № 3. — С. 46—48.
6. Ларин В.Л. 10 лет договору о добрососедстве, дружбе и сотрудничестве между Российской Федерацией и Китайской Народной Республикой. // Россия и АТР. — 2008. — № 3. — С. 89—98.
7. Ларин В.Л. Тихоокеанская политика России в начале XXI века // ПОЛИС. — 2007. — № 2. — С. 15—21.
8. Ларин В.Л. Россия и Китай: уроки прошлого, откровения настоящего, горизонты будущего. // ПОЛИС. — 2008. — № 5. — С. 5—10.
9. Лосский Н.В. По образу и подобию. // ПОЛИС. — 2007. — № 2. — С. 43—49.

10. Ли Фэнлинь. Нерешенные вопросы совместного развития Дальнего востока России и Северо-Востока Китая. // Россия и АТР. — 2002. — № 3. — С. 51—57.
11. Мишин В.Ю. О некоторых тенденциях политики КНР в 2007 году. // ПОЛИС. — 2008. — № 4. — С. 52—57.
12. Поповкин А.В. Зачем России Китай? (Размышления по итогам «круглого стола» международной конференции «Россия и Китай в современном мире» и материалам Кирилло-Мефодиевских чтений). // Россия и АТР. — 2003. — № 4. — С. 158—166.
13. Рогачев И.А. Российско-китайское межрегиональное и приграничное сотрудничество: основные направления тенденции развития, перспективы. // Международная жизнь. — 2007. — № 11. — С. 43—53.
14. Рогачев И.А. Российско-китайский саммит 2005 года. // Международная жизнь. — 2005. — № 7-8. — С. 28—41.
15. Сюй Чжуансюнь. Анализ создания зоны свободной торговли в Китае и на Востоке России. // Россия и АТР. — 2007. — № 9. — С. 37—40.
16. Совастеев В.В. Некоторые аспекты изучения истории Российско-китайских отношений (конец XX — начало XXI века). // Международная жизнь. — 2001. — № 5. — С. 49—56.
17. Титаренко М.Л. Россия: безопасность через сотрудничество. // ПОЛИС. — 2003. — № 6. — С. 43—47.
18. Ши Чуньян. Расширение экономического сотрудничества между северо-востоком Китая, Сибирью и Дальним Востоком России. // Россия и АТР. — 2006. — № 3. — С. 53—57.

К 70-ЛЕТИЮ ДНЯ ПОБЕДЫ «НИКТО НЕ ЗАБЫТ, НИ ЧТО НЕ ЗАБЫТО»

Лешан Анна Григорьевна

*студент первого курса Южного Федерального Университета
Академии Архитектуры и Искусств,
РФ, г. Ростов-на-Дону*

Кравец Виктория Сергеевна

*научный руководитель, канд. ист. наук Южного Федерального Университета
Академии Архитектуры и Искусств,
РФ, г. Ростов-на-Дону*

Ни одна война оставила свой след в истории государства Российского. Изучая историю России в школе, преподаватели стараются донести до нас весь трагизм всех войн прошедших времен. Но особое место в истории России (СССР) занимает Великая Отечественная война 1941—1945 гг., потому что эта война была самой разрушительной, самой жестокой и кровопролитной, она унесла миллионы человеческих жизней. Практически каждая советская семья потеряла близких и родных.

Взгляды на Великую отечественную войну 1941—1945 годов разные у каждого послевоенного поколения. Самая большая противоречивость и неоднозначность существует в оценке самого трагического и одновременно самого героического периода истории нашей Родины.

Историки, политики сегодня, спустя 70 лет после окончания войны, снова и снова возвращаются к событиям и документам того трагического и героического времени для нашей страны, предоставляя на всеобщее обозрение ранее засекреченные данные и информацию, известные истории факты. На страницах книг, газет, в сюжетах документальных фильмов, посвященных Великой Отечественной войне, появляются новые исследования и материалы, новые герои войны и подвиги советских солдат.

Ее масштабы измеряются не только величайшим взлетом патриотизма и человеческого духа, духовности и величайшего исторического прозрения воевавших поколений людей, но и величайшим несчастьем для советского

народа, цена которого измеряется гибелью более 30 миллионов советских людей.

Война была за духовные ценности, которые к тому времени собой олицетворяли государство трудящихся и для трудящихся, как государство социальной справедливости, которое первое в мире покончило с эксплуатацией труда человека, за независимость, за достоинство человека — Советское государство.

На ринге был бой двух идеологий: идеологии советской, коммунистической, которая первая в мире поставила на первое место человека труда, дружбу народов, идеологии мира, а не идеологии войны, социальной справедливости и идеологии фашизма, как идеологии человеконенавистничества, и господства немецкой нации над всеми нациями, арийского превосходства немцев над всеми народами мира, идеологии мирового господства.

Победа в Великой Отечественной войне — это была победа не только Союза Советских Социалистических Республик, но и победа социалистического строя, который советский народ признал своим, победа духовности, и культуры, победа духовного потенциала и коллективизма, общности и дружбы народов, взаимопомощи, которая, по мнению князя П. Кропоткина, является величайшим двигателем социальной культуры и всей биологической эволюции.

Ф.М. Достоевский в своей знаменитой Пушкинской речи указал, что важнейшие черты русской духовности и характера русского проявились в этой войне в полную силу — победа любви не только к своему Отчеству, но и победа любви ко всему миру, любви к земле русской, семье, к родному дому, любви к Богу, победа все человечности и всемирной отзывчивости.

Не только символом Победы, но и духовной правдой Великой Отечественной войны, является памятник советскому солдату в Трептов парке в Берлине, держащему ребенка на руках и разрубившему фашистскую орду.

Основной частью дальнейшего духовного развития России в XXI веке есть и будет — сохранение памяти о Великой Отечественной войне 1941—1945 гг.

Чувство гордости за историю своей Родины, сочетающееся с памятью истории составляют достоинство и способность нации творению своего будущего, к реализации своих помыслов о выстраданных идеалах.

Без сохранения памяти о Великой Отечественной войне, о героизме советского народа, о ее героях, о великой Победе, не может быть ни достоинства России, ни гуманизма российского общества, ни гуманизма российского образования и культуры.

Великая Отечественная война является духовным подвигом наших прадедов и дедов, прабабушек и бабушек, многие из которых продолжают еще жить рядом с нами, — подвиг, без которого не было бы ни нас с вами, ни России. Не которые псевдогуманисты задним числом выстраивают иллюзии, будто Россия продолжила бы свою историю под сапогом гитлеровского солдата. Но с этим мнением трудно согласиться.

Великая Отечественная война была не на жизнь, а на смерть. В гитлеровские планы, о чем говорится в служебных дневниках Гальдера, входили цели стереть с земли Ленинград, Москву и другие города, тем самым стереть не только память о советских, но и память о национальных корнях и святынях.

Со стороны В. Афанасьева прозвучавшие слова, о якобы существовавшей гуманной необходимости сдачи Ленинграда Гитлеру, обещавшему стереть его с лица земли, являются не только кощунственно мерзкими, но и являются самым настоящим предательством памяти тех ленинградцев и защитников Ленинграда, которые не отдали город врагу на поругание и истребление.

Это была война гуманизма не только против античеловечности, но и против устремлений к геноциду целых народов. В реестр полного истребления фашистский Германии входил не только еврейский народ, но и все славянские народы, отнесенные гитлеровскими расистами к неарийским народам.

На протяжении своей многовековой истории русскому народу приходилось неоднократно с оружием в руках отстаивать свою независимость, но вероломное нападение гитлеровской Германии, которому подверглась Советская Страна, было самым страшным и опасным.

Целями фашистской Германии в войне против СССР было уничтожить СССР, как государство, захватить советскую землю, разграбить богатства страны, уничтожить миллионное население СССР, поработить советский народ, обречь его на вечное горе и страдания.

Таким образом, вопрос стоял о жизни и смерти Советского социалистического государства, о жизни и смерти народов Союза ССР, об их свободе и независимости.

В расчет планов нападения Гитлера на Советскую страну, входила быстрая победа над Советским Союзом. К этому моменту на вооружении огромной фашистской армии в оснащении была мощная боевая техника, а за ее плечами двухлетний опыт боевых действий в Западной Европе.

При нападении на Советское государство, немецко-фашистские стратеги были уверены в том, что их армия, воспитанная в духе борьбы за мировое господство, одержавшая молниеносные легкие победы в Западной Европе, столь же легко одержит победу и в войне, против Советского Союза, что в очень короткие сроки ей удастся разбить Советские Вооруженные Силы и одержать победу.

В начале Великой Отечественной войны против Советского государства немецко-фашистские захватчики имели ряд временных, но очень значительных военных преимуществ, заранее отмобилизованные и сосредоточенные у советских границ армии, внезапность нападения, численное превосходство в танках и авиации, использование экономики завоеванных стран — Франции, Чехословакии, Голландии, Бельгии и других стран.

Вооруженное преимущество и внезапность начала войны привело Советское государство к тяжелым последствиям. Временное отступление Советской армии, захват врагами важных промышленных и сельскохо-

зййственнх районов, вывоз в неволю для работы на фашистскую армию десятки миллионов советских людей, разрушение русских городов и сел — все было результатом натиска превосходящих по численности и боевой технике противника. Но это было все на короткий срок. Советская Армия и самоотверженный советский народ, собрав все свои силы и желание к победе, дали ответный победный отпор.

Огромная сила воли многонационального Советского государства, правильная политика Коммунистической партии, героизм и мужество солдат Советской армии, работников тыла, партизанских отрядов, непоколебимая воля к победе и к свободному независимому существованию, преданность своему народу, позволили выстоять, накопить силы и разгромить фашизм, и тем самым, отстоять свободу и независимость своей Родины.

Но путь к Победе над фашистской Германией был длительный и тяжелый, сопровождающийся ожесточенной борьбой и тяжелыми потерями. На протяжении трех лет Советская Армия одна сражалась с войсками фашистской Германии и ее сателлитов. Советские Вооруженные силы в этой кровавой борьбе не только сдержали бешеный натиск врага, но и в ряде блестящих военных операциях сломили мощь немецко-фашистской армии, выводили из войны одного за другим всех сателлитов фашистской Германии, перенесли войну на территорию врага и нанесли ему окончательное поражение.

Тяжесть второй мировой война трудно оценить, но то, что была самой масштабной и тяжелой войной в истории человечества — это очевидно. В ней участвовало 61 государство с населением 1,7 млрд. человек, погибло более 50 млн. человек.

Советский Союз принял на себя основной удар этой войны. Вторая Мировая война стала для советского народа Великой Отечественной, люди сплотились перед лицом угрозы порабощения и уничтожения.

Героизм и мужество бойцов и командиров Красной Армии, беспримерный трудовой подвиг всех тружеников тыла, военное искусство советских полководцев — Г.К. Жукова, К.К. Рокоссовского, И.С. Конева, А.М. Василев-

ского стали истоками победы, которым способствовала помощь союзников (материально-техническая и военная).

Немалую роль в победе сыграла коммунистическая партия, которой доверял советский народ. По моему мнению, основные заслуги партии принадлежали рядовым коммунистам, которые шли в атаку, боролись за победу в партизанских отрядах, стояли у станков в тылу.

Гитлер, начиная войну против Советского Союза, рассчитывал на межнациональные противоречия внутри нашей страны, но его планы не оправдались. В период Великой Отечественной войны было образовано более 80 национальных дивизий, люди всех национальностей были в партизанских отрядах.

Деникин А.Н. и Милюков П.Н., позабыв о своей ненависти к большевикам, выступили, против сотрудничества с немцами участников движения Сопротивления в странах Европы.

Значение и итоги победы советского народа в войне:

- Сохранена свобода и независимость СССР;
- Расширились границы СССР;
- Разгромлен фашизм;
- Народы Европы спасены от фашистского ига;
- Изменился социально-экономический строй в странах Восточной

Европы.

Основными источниками победы советского народа стали героизм, сплочение народных масс, окрепшая в войне сила Красной Армии, выросшее военное искусство ее полководцев, командиров и политработников, единство фронта и тыла, героическая борьба партизанских соединений и подполья, возможности сверх централизованной директивной экономики, помноженные на огромные природные и людские ресурсы, организаторская деятельность Коммунистической партии, которую поддерживал народ.

Эта победа досталась дорогой ценой. На полях сражений, в концлагерях, на оккупированных территориях, в блокадном Ленинграде, в тылу врага погибло около 30 млн. советских людей, уничтожена треть национального

богатства страны, разрушено 1710 городов, более 70 тыс. деревень и сел, уничтожено огромное количество заводов, фабрик, шахт, многие километры железнодорожных путей, сокращение доли мужского населения страны. Из мужчин 1923 года рождения к концу войны остались в живых лишь 3 %, что сказалось, на долгие годы на демографической ситуации.

Со стороны Советского государства война носила справедливый, оборонительный характер. Германия же вела захватническую, несправедливую войну.

Сколько жить будет наше старшее поколение, обожженное горячим огнем, не забудет того, что наша страна пережила с горького трагического рассвета 22 июня 1941 года до наполненного бурной радостью солнечного утра 9 мая 1945 года. Об этих военной трагедии и радости победы написаны горы книг, картин, снято много фильмов. Кажется, что все уже сказано и пересказано о военных событиях 1941—1945 гг., потрясших мир и все человечество, и о людях, вынесших на своих плечах невероятную тяжесть пережитого в той войне.

Но мне все-таки, кажется, что не все.

Молодежь, рожденная в девяностых годах, часто с трудом представляет себе: как же было возможно совершить подвиг, стать героем, отдать свою жизнь за чье-то будущее. Мне, как кажется, человеческая натура такова, что с годами бывшее окутывается своеобразной романтической дымкой. Помните, старик ворчун-ветеран, нарисованный Лермонтовым, всерьез уверяет, что были, мол, в его пору юности люди иного покроя — «богатыри, не вы!» Но стоит современному ветерану вспомнить себя таким, каким он был на заре 22 июня 1941 года, чтобы это, быть может, наигранное ощущение быстро рассеялось. В ходе трудных военных лет пришли опыт, выносливость и умение воевать. И солдаты той войны были как люди — обыкновенные советские люди...

Как мы сегодня современное поколение относимся к Великой Отечественной войне?

Наверное, по-разному. Мы поколение, которое живет под мирным небом, избалованное вниманием родителей и благами современной цивилизации, не знающее лишений и горестей войны. Поэтому, к великому сожалению для кого-то Великая отечественная война становится просто историческим событием в истории России. Но благодаря телевидению, нашим родителям, дедам и бабушкам и особенно учителям мы знаем о Великой отечественной войне. Каждый год 9 мая, отмечая великий День Победы, мы чтим и помним о тех, кто отдал свои жизни за нас, за нашу мирную жизнь. И не хватит никаких слов благодарности, чтобы отдать дань почтения этим людям. Я считаю, что лучшей благодарностью будет наша память о них.

Каждая семья, бывшего Советского Союза, имеет связь с этой войной. И мою семью война, также, не обошла стороной. В семейном альбоме хранятся черно-белые старые фотографии, которые мы храним очень бережно — прадедушек Козаченко Владимира Николаевича и Довбня Василия Николаевича, бабушки Довбня Евдокии Прокопьевны — ветеранов войны, с боевыми медалями и орденами на груди, которых, к сожалению, я знаю только по фотографиям и по рассказам родных. Помню рассказы моей бабушки, как прапрабабушка Козаченко Анна Дорофеевна спасла жизнь советскому солдату. Об этой истории моя бабушка Школьная Вера Владимировна написала стихотворение

ВОСПОМИНАНИЕ О ВОЙНЕ

Мне бабушка рассказала о войне.

Не об одном каком-то страшном дне,

О месяцах, ужасней коих нет.

А было мне четырнадцать-то лет.

Но мне запомнился её рассказ,

«Августовской ночью, в самый Спас:

Наше село на берегу реки.

Правобережья кручи высоки.

Подворье, где жила, за огородом
Кончалось кручею над широким бродом.
Здесь долго шли тяжёлые бои,
То немцы приходили, то свои.
Как снова наши за реку ушли,
Солдата тётки за двором нашли
Без памяти. И спрятали в сарай,
А немцы в доме... Боже, не карай!
Но как солдату раненому быть?
Всего-то речку надо переплыть,
На левом берегу свои стоят.
Но раны не дают, огнём горят.
Недолго думая, весло взяла,
Перед рассветом к лодке подвела,
Без всплеска переплыли, и в тиши,
В прибрежные уткнулись камыши.
Тотчас его ночная скрыла мгла...
Довольная солдату помогла,
Спросить забыла, как его зовут,
Откуда родом, часть, какая тут.
В ту ночь бы, вроде, обошла беда...
Я ни о чём не думала тогда.
Освобожденье... И победы гром...
Давно разрушен над рекою дом.
Но изредка, спокойным летним днём,
Глядя на воду, думаю о нём.
Мне восемьдесят. А он ли долго жил?
Или в боях всё ж голову сложил?
И вспоминал ли девочку, что в эту ночь,
Помогла ему уплыть от смерти прочь?

Хватило ли к своим добраться сил?

Моё он имя тоже не спросил...

Сказал лишь тихо: «Если буду жить,
Тебя я постараюсь не забыть...»

«Война свирепствовала постоянно и по любому ничтожному поводу; всюду принося всеобщее разорение, угасание семей, заполнение государства вдовами и сиротами. Во все времена люди были готовы из-за честолюбия, скупости, ревности и злобы грабить, жечь и резать друг друга...». Эти слова были написаны в XVIII веке, но как они актуальны и сейчас.

«История — это фонарь в будущее, который светит нам из прошлого» сказал Василий Осипович Ключевский, крупнейший отечественный историк.

Бесконечная череда значимых и ничтожных событий настоящего времени, не должна заслонять в народном сознании события 1941—1945 гг. Напротив, Великая Отечественная война продолжает оставаться тем явлением, смысл которого каждое новое поколение старается постичь самостоятельно, вокруг которого по-прежнему ведутся острые споры, слагаются мифы и легенды.

Постоянный интерес к Великой Отечественной войне закономерен и оправдан жизнью. Мне кажется, что дело здесь не только в том, что на полях ее сражений решались судьбы страны и народа, а на кону Победы были принесены жизни миллионов людей, благополучие страны. Военные сороковые годы магически притягивают к себе интерес, прежде всего потому, что война показала поразительные примеры величия человеческого духа, стала испытанием, которое было с честью выдержано.

Я могу согласиться с утверждениями многих современных ученых, которые считают, что с конца 80-х годов в отечественной историографии Великой Отечественной войны начался новый этап. Данный этап заключается введением в научный оборот значительной части засекреченных ранее документов, что следует считать главным следствием уничтожения контроля над исторической наукой.

Юбилей — 70-летие Великой Победы советского народа в Великой Отечественной войне 1941—1945 годов — является чрезвычайно важной и поистине знаменательной вехой для всех государств — участников Содружества Независимых Государств.

Это наша общая история, это наша общая память о боевом братстве, беспримерном мужестве и героизме воинов всех национальностей, которые, не жалея сил и самой жизни, мужественно сражались за свободу и независимость своего Отечества.

Главы государств — участники СНГ, учитывая все указанные факторы и руководствуясь стремлением достойно отметить предстоящий юбилей — 70-летие Победы в Великой Отечественной войне, на заседании Совета глав государств Содружества в Минске приняли 25 октября 2013 года Решение об объявлении 2015 года в Содружестве Независимых Государств Годом ветеранов Великой Отечественной войны 1941—1945 годов и в ознаменование юбилея Победы в Великой Отечественной войне, приняли Решение о единой юбилейной награде — памятной медали, учрежденной к 70-й годовщине Победы советского народа в Великой Отечественной войне 1941—1945 годов.

Единой юбилейной медалью, в соответствии с утвержденным Положением, должны награждаться, в соответствии с национальным законодательством, все ветераны Великой Отечественной войны 1941—1945 годов, а также лица, приравненные к ним, и другие лица, по решению государств — участников Содружества.

Главами Правительства государств — участников Содружества 20 ноября 2013 года был одобрен План основных мероприятий по подготовке и празднованию 70-й годовщины Победы советского народа в Великой Отечественной войне 1941—1945 годов, который был принят Советом глав государств Содружества Независимых Государств. План включает в себя свыше 60 масштабных и долговременных мероприятий важного общественного звучания, направленных на активизацию работы по улучшению социально-экономических условий жизни ветеранов, инвалидов, участников Великой

Отечественной войны 1941—1945 годов и других лиц, приравненных к ним. Отечественной войны 1941—1945 гг.

Особое значение Решению Совета глав государств СНГ об объявлении 2015 года Годом ветеранов Великой Отечественной войны 1941—1945 годов придали также Межпарламентская Ассамблея государств — участников СНГ. Участниками МПА СНГ были приняты модельный закон «О недопустимости действий по реабилитации нацизма, героизации нацистских преступников и их пособников», модельный закон «Об увековечении памяти защитников Отечества, видных государственных и общественных деятелей», а также модельный закон «О патриотическом, военно-патриотическом воспитании и военно-шефской работе».

Украина отказалась от Великой Отечественной войны. Украинский министр образования и науки считает, что Великой Отечественной войны не было. А в 1941—1945 имела место «разборка тоталитарных государств». Поэтому термин Великая Отечественная война вскоре исчезнет из украинских учебников. В 2014 году руководство Украины запретило празднование Дня Победы. В Минобразования Украины объявили, что поддерживают ранее озвученную идею Института национальной памяти заменить в новых учебниках истории понятия «Великая Отечественная война» на термин «Вторая мировая война». Об этом сообщил глава министерства Сергей Квит, назначенный на эту должность после майданного государственного переворота. «Я лично это поддерживаю, потому что весь мир трактует это как трагедию — это Вторая мировая война. Для Украины это не была Великая Отечественная война, Украина была жертвой разборок тоталитарных государств», — заявил глава Минобразования Украины журналистам. По мнению майданных историков, этот термин является «пережитком советской пропаганды». Не Великая Отечественная война, а «разборка тоталитарных государств!» Т. е. миллионы советских людей, в т. ч. и украинцев, не с фашизмом боролись, не землю свою защищали от коричневой чумы, не народы Европы спасали от уничтожения — а в «разборке» участвовали, как какие-нибудь рэкетеры.

До такого — обозвать события 1941—1945 гг. «разборкой тоталитарных государств» — не додумались даже на Западе в годы «холодной войны». Таким образом, майданная власть берет курс на тотальную фальсификацию истории. Кроме переписывания учебников следует ожидать дальнейшего (и теперь уже тотального) уничтожения памятников воинам-освободителям. Ибо в той идиотской исторической версии, что предлагается майданными фальсификаторами, не было никаких освободителей — были участники «разборки». Наконец, раз объявляется, что никакой Великой Отечественной войны не было, то и отмена праздника 9 мая — Дня Победы. К лицу новому правительству Украины. Как видим, на Украине отгораживаются от России и других стран и народов бывшего СССР не только металлическими стенами, но также и историческими.

И в преддверии великого праздника — 70-летия дня Победы в Великой Отечественной войне, преклоняя голову перед ветеранами и участниками ВОВ, хочу закончить свой доклад стихотворением моей бабушки Школьной В.В., посвященным этому большому празднику.



Рисунок 1. Помним Вас...

Помним Вас....

И берега святого Днепра,

И переправы мужественной силы.

Помним Вас...

Волгоград и Хатынь...

И цветы на высокой могиле.

Своей Родине

Молодость Ваша верна,

Вечно бьется в ней

Смелость живая.

Вы сражались за жен, матерей,

Родную землю от врагов защищая.

Вам путь озаряет вечный огонь

И молоды Вы будете вечно...

Помним Вас...

Кланяемся в ноги живым,

Подвиг Ваш никогда не забудем!

С Днем Победы, Ветераны войны,

Вами горды, дорогие нам Люди!

Список литературы:

1. Афанасьева Ю.Н., Дорошенко В.Л., Мельтюхова М.И., Данилова В.Д., Невежина В.А. Другая война. 1939—1945. — М., 1996. С. 29; 71—72; 386.
2. Дашичев В.И. Пакт Гитлера — Сталина: мифы и реальность Ежегодник германской истории. 1988. — М., 1991. С. 186.
3. История Второй мировой войны 1939—1945. Т. 2. — М., 1974. С. 112.
4. История Великой Отечественной войны Советского Союза 1941—1945 гг. — М., 1960. Т. 1. С. 255—258.
5. Информация информационно-аналитического Департамента СНГ о 05.01.2015 года.
6. Новая и новейшая история. 1993. № 1.
7. Предисловие к сборнику «Война и политика», — М., 1999. С. 4.
8. План основных мероприятий по подготовке и празднованию 70-й годовщины Победы советского народа в Великой Отечественной войне 1941—1945 годов.
9. Семиряга М.И. Тайны сталинской дипломатии. — М., 1992. С. 22; 27.
10. СССР-Германия. 1939. Сборник документов. Вильнюс, 1989.
11. Сахаров А.Н. Отечественная историография: западные оценки и наша реальность. Россия в XX веке: Историки мира спорят. — М., 1994. С. 740.
12. Школьная О.В. Школьная В.В. сборник стихов «Мы пишем Вам» 2012. С. 81; 90.

СЕКЦИЯ 2. СОЦИОЛОГИЯ

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СИСТЕМЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

Данилова Анастасия Владимировна
студент 2 курса, кафедра финансов, учета и аудита СибГИУ,
РФ, г. Новокузнецк

Быкасова Лариса Валентиновна
научный руководитель, канд. культурологии, доц., СибГИУ,
РФ, г. Новокузнецк

Получение высшего образования, как за рубежом, так и в России, — важный и серьезный шаг в жизни каждого человека. Высшее образование, безусловно, играет большую роль в формировании личности. При получении высшего образования, человек поглощает огромное количество информации, приобретает новые навыки, расширяет границы мировоззрения. Будущее каждой страны во многом зависит от уровня образования её граждан. Институт высшего образования является отправной точкой и инициатором процесса модернизации современного общества.

Получение высшего образования, обучение в университете — процесс, долгий и не легкий, дающий возможность осуществить одну из важных целей в жизни каждого человека — трудоустройство по специальности с перспективой карьерного роста.

Получая качественное высшее образование, человек открывает перед собой новые возможности и перспективы, независимо от того, получено оно в России или за рубежом, хотя есть отличия обучения «здесь» и «там».

Целью данной работы является выявление общих черт и отличий систем образования в России и за рубежом. Объектами нашего исследования являются системы высшего образования некоторых зарубежных стран с различными системами высшего образования (США, Японии) и России.

В последнее время ситуация в мире существенно изменилась: в высшем образовании происходит интеграция и глобализация. В связи с этим в систему высшего образования в России приходят новые методы, приемы и принципы обучения. Обратимся к зарубежному опыту получения высшего образования.

Все высшие учебные заведения в системе образования Америки можно разделить на колледжи и университеты.

Колледжи — отдельные факультеты университетов США, которые готовят профессионалов в узкой области знаний, а также высшие учебные заведения с 2-летней и 4-летней программой обучения. Таким образом, в США университеты — это обширные объединения колледжей, школ, и научно-исследовательских центров.

Местные, технические колледжи и колледжи начального обучения предлагают обучение техническим профессиям, краткосрочные технические программы повышения квалификации, рассчитанные на обучение в течение нескольких недель или месяцев.

Двухгодичные колледжи предлагают обширный выбор программ, которые рассчитаны обычно на год или более с отрывом от производства.

Обычно колледжи предлагают четырехгодичную программу обучения, позволяющую получить степень бакалавра.

Интересно и то, что в высших учебных заведениях, США сочетают заочную, вечернюю и очную форму обучения. Такой тип получения образования предпочитает рабочая молодежь. Такие студенты могут учиться даже во время выходных и каникул.

Обучение в американских вузах ведется по трем основным уровням. Первые четыре года высшего образования в США — это первый уровень образования. Студенту, который прошел четырехгодичную программу обучения в колледже или в университете присуждается степень бакалавра. В Америке колледжем называют учебное заведение, которое присуждает всего лишь степень бакалавра (возможно магистра), или первый этап обучения в университете сроком в 4 года, хотя некоторые вузы сокращают этот срок.

Первые два года студентами изучаются общеобразовательные предметы: гуманитарные дисциплины, математика, естественные науки, информатика, языки. В конце второго года обучения студенты выбирают предметы для более глубокого изучения.

Обучение на втором уровне ведется по специальной программе, ориентированной на практическую деятельность в различных областях. Студенты, уже имеющие степень бакалавра, должны учиться еще два года, что получить степень магистра. Для получения степени магистра студент должен написать и защитить диссертацию.

Наивысшая ступень образования в США — докторантура, предполагающая специализированное обучение и самостоятельную научную деятельность.

Американские студенты не тратят время и силы на предметы, которые никогда не пригодятся им в их профессии. Они за весь период учебы получают узкую специализацию, изучая те предметы, которые им точно пригодятся в будущем. В школах России напротив не предоставляют свободу в выборе предметов. Поэтому считается, что американские студенты лучше подготовлены к самостоятельной жизни.

Не менее интересен опыт получения высшего образования в Японии. В Японии получение высшего образования, как и в России, не является обязательным. Это может вызвать удивление, ведь Япония достигла высокого уровня научно-технического прогресса и невольно возникает, что в этой стране каждый гражданин просто обязан иметь высшее образование. Но это не так. Каждый житель Японии, обязан закончить только 9 классов школы. Учиться дальше или пойти работать, человек решает сам.

Получить высшее образование в стране восходящего солнца не так уж и легко. Если в России студенты зачисляются в высшие учебные заведения по результатам ЕГЭ. То в Японии, чтобы поступить в вуз необходимо пройти «Общий тест достижений первой ступени», который проводит Национальный центр по приему в университеты. И если тест успешно пройден, необходимо сдать вступительные экзамены в самом университете. Плюс образование в Японии очень дорогое. Все вузы платные. Государство помогает лишь

неимущим, выплачивая им стипендию. Но, когда студент, окончив обучение в ВУЗе, начинает работать по своей специальности, он должен вернуть полную сумму стипендии в государственную казну.

Особенностью учебного процесса в Японии можно назвать деление дисциплин на общенаучные, которые изучаются в первые два года (историю, философию, литературу, обществоведение, иностранные языки), и специальные, позволяющие освоить студенту его будущую профессию.

Сроки обучения в Японии такие же, как и в странах Европы, в США и в России. Степень бакалавра присуждается по окончании 4 лет обучения. Получив степень бакалавра, студент может продолжить свое обучение в ВУЗе на степень магистра, которое длится два года.

Степень доктора философии (Hakushi) требует уже трех лет обучения для тех, кто имеет степень магистра, и не менее 5 лет для бакалавров. Докторантура предполагает 3 года обучения для магистров и 5 лет для бакалавров.

Высшее образование в Японии можно получить:

1) в университетах полного цикла, обучение в которых продолжается 4 года, после чего студенту присуждается степень бакалавра, при желании студент может окончить аспирантуру и докторантуру;

2) в технических институтах, где студенты учатся 5 лет и получают широкую подготовку в области техники, в дальнейшем их профессия будет связана с разработками новых передовых технологий.

В России поступить в высшее учебное заведение могут граждане, получившие среднее полное общее образование (11 классов школы) или среднее профессиональное образование, которое получают в техникумах, колледжах и училищах.

Обучение в нашей стране осуществляется на бюджетной и на платной основе. Обычно на бюджетные места претендуют лица, в отношении которых действуют государственные социальные гарантии — инвалидам, круглым сиротам, участникам боевых действий. Также бюджетное место могут получить абитуриенты, предъявившие высокий результат ЕГЭ.

В России существует три вида высших учебных заведений — университет, академия и институт.

Существует три ступени высшего образования в России:

1) неполное высшее — сроком обучения 2 года;

2) бакалавриат — сроком обучения 4 года, следует отметить, что бакалавр не получает глубоких знание в своей специальности, а лишь имеет общий теоретический подход;

3) дипломированный специалист, срок подготовки дипломированного специалиста составляет 5 лет, выпускник, которому присуждена данная степень, является специалистом-практиком и может приниматься на работу по своей специальности;

4) магистр, срок обучения на магистра составляет 2 года, в магистратуру может поступить студент, уже имеющий степень бакалавра, в магистратуре получают широкие знания в области научной теории.

Чем же отличается бакалавр от специалиста? Тем, что бакалавр в отличие от специалиста соответствует стандартам международной классификации и приветствуется за рубежом.

Если говорить о достоинствах и недостатках высшего образования в России, то среди плюсов можно выделить:

- доступность;
- расширение кругозора студента, получение хороших знаний о своей профессии;
- творческая деятельность студентов.

К минусам можно отнести:

- низкий уровень комфорта и инфраструктуры;
- неготовность выпускников к практической работе;
- изучение, по мнению студентов, «лишних» предметов (вероятность того, что эти предметы пригодятся студенту в будущем, крайне мала).

Таким образом, каждая страна имеет свою специфическую систему высшего образования. Тем не менее, каждая система имеет свои плюсы и минусы. Основное отличие высшего образования в России от образования за рубежом заключается в том, что «там» стремятся подготовить практиков. У нас в основном готовят теоретиков.

К ВОПРОСУ О РОЛИ МУЖЧИНЫ И ЖЕНЩИНЫ В СЕМЬЕ

Дроздова Анна Вячеславовна

*студент 1 курса, Институт информационных технологий
и автоматизированных систем, СибГИУ,
РФ, г. Новокузнецк*

Быкасова Лариса Валентиновна

*научный руководитель, канд. культурологи, доц., СибГИУ,
РФ, г. Новокузнецк*

Жизнь общества определяется его социальной структурой, т. е. его внутренним устройством, взаимодействием отдельных частей общества как элементов единого целого. Одним из основных элементов общества является семья. В семье отражена вся совокупность человеческих связей и отношений. Развитие индустриального производства, научно-технической революции привели к тому, что женщины стали активно участвовать в общественном труде. В результате изменились роли женщины и мужчины в семье.

Издано много публикаций, посвященных проблемам, осложняющим жизнедеятельность современной семьи, проявляющимся в нестабильности семейного образа жизни, в распаде многих семей, в неудовлетворительном выполнении ряда своих функций, в первую очередь функции рождения и социализации следующих поколений.

Цель данной статьи — проанализировать ряд публикаций современных российских ученых, которые рассматривают проблему неравномерного распределения ролей в семье.

Доктор социологических наук Челябинского государственного университета Александр Ардалионович Тараданов в статье «Как повлиять на семейное благополучие?» выделил главные проблемы кризиса российских семей. Основными из них являются:

1. расхождение ценностей и целей индивида, семьи и общества;
2. негативный характер оценки СМИ перспектив семьи;
3. потеря обществом и государством эффективности в регулировании влияния на жизнедеятельность семьи.

Тараданов утверждает, что все выводы о проблемах в семье делаются исходя из теоретических знаний или представлений отдельного индивида, то есть проблемы оцениваются «абстрактно» [6, с. 109]. В своей работе ученый рассматривает несколько мнений о том, какой должна быть благополучная семья. Как выяснилось, что мнения оказались разные. Например, с точки зрения государства благополучная семья — это семья, члены которой являются законопослушными гражданами и добросовестными налогоплательщиками, которые своевременно поставляют рабочую силу на рынок и интеллектуалов в науку, искусство, политику и управление. Автор данной статьи пришёл к выводу, что надо установить область необходимых и достаточных социальных параметров, которые позволят выявить социально благополучную семью [6, с. 109]. В результате проведенного опроса Тараданов сделал вывод о том, что семья является социально благополучной при одновременном наличии в ней обоих супругов; наличие детей, а именно трёх и более и «семейного лада». Благополучной семьёй может быть любая семья в не зависимости от рода деятельности обоих супругов. Пожалуй, не менее главным фактором благоприятной атмосферы в семье является здоровье всех членов семьи. Тараданов исходил из того, что благополучная семья вырабатывает не только собственные, но и некоторые всеобщие правила поведения, которые соответствуют оптимальному удовлетворению потребностей, общества, личности и самой семьи. Именно такие, по мнению А.А. Тараданова, выполняют главную функцию семьи, а именно воспроизводство населения [6, с. 111].

Взаимосвязь семьи с социальными, экономическими и политическими процессами модернизации общества отмечает Марина Викторовна Рабжаева — старший преподаватель кафедры социальной работы и социальных наук Санкт-Петербургского института психологии и социальной работы. В статье «Семейная политика в России XX в.: историко-социальный аспект» она отмечает, что индустриальное общество способствовало становлению малых форм семей, в постиндустриальном обществе появились расширенные

по количеству и структуре семьи [5, с. 166]. Можно сделать вывод о том, что в доиндустриальном обществе семья была более эффективным институтом производства, чем воспроизводства. К началу XX в. малая семья в России стала распространенной, а главное — легитимной формой семейной жизни. Коренным изменениям институт семьи подвергся изменениям после Октябрьской революции, например, в 20-е годы была частичная реализация политики освобождения женщин от «быта». В советские годы существовала принципиальная открытость публичных дискуссий о семье, любви, сексе.

Стоит отметить статью А.Ю. Аверинцева «Брак и семья: несвоевременный опыт христианского взгляда на вещи», в которой он пишет, что «благословенная трудность семьи — в том, что это место, где каждый из нас неслыханно близко подходит к самому важному персонажу нашей жизни — к Другому» [2, с. 104]. По мнению ученого мужчина должен соединиться с женщиной и принять её женский образ, так сказать, понять её изнутри и наоборот. Родители и дети должны быть одним целым. В данной статье вся женская и мужская сущность рассматривается с точки зрения христианских учений на примере богов.

Рассмотрению гендерных ролей в мифологических системах уделил внимание А.Е. Наговицин. Ученый рассматривает роли мужчины и женщины в семье с точки зрения мифологических систем. Главной функцией семьи, по мнению автора, является поддержание социальных норм. Второй по значимости функцией является жизнеобеспечение. В рассматриваемый Наговициным период главные роли играли мужские божества. В космогонических системах разных народов в переходный к государству период мужские мифологические персонажи занимают ведущие роли в социальном и правовом пространстве. Со временем эта функция возвращалась женским персонажам, но существовала параллельная ответственность со стороны мужчины и женщины. По мнению Наговицина, на протяжении развития мифологических систем от родового строя к государственному выявляется постоянная гендерная роль женских божеств, связанная с понятием судьбы [4, с. 15]. Кроме этого практически

во всех мировых мифологических системах женские божества были связаны с идеей посмертного существования души и судьбы человека. При развитии государственных структур прослеживается замена женских божеств на мужские. Еще одной особенностью общества в государственный период играет то, что половая принадлежность правителя начинает играть всё меньшую определяющую роль в системе государственных институтов. В эпоху становления государства такая функция общества, как поддержание социальных норм отходит на второй план, а функция жизнеобеспечения становится главной функцией. В период ранних государств женщине передаётся функция покровительницы культуры, за ней закрепляются семейные отношения, продолжение рода. В период же перехода от матриархата к патриархату наблюдается вытеснение женских образов мужскими богами войны. Таким образом, автор делает вывод о том, что при изменении родо-семейных отношений на государственные происходит замена части главных женских божеств на мужские [4, с. 19].

Что значит быть женщиной? Как это? Эти вопросы актуализирует в своей статье «Искусство быть женщиной» А.Р. Абдуллин [1, с. 138]. На эти вопросы можно дать множество ответов, они могут быть и банальны, и научны, например, «быть женщиной» означает быть хорошей матерью, женой. Но нам нужна истина того вопроса. По мнению Абдуллина, она заключается в том, что женщину делает женщиной — женственность, но женщина не может быть женственной, если ей не открылся дар — любить [1, с. 140]. Истиной является и то, что каждая женщина по-своему хороша, так как женственность есть истина и способ бытия любой женщины.

Рассмотрению женского образа уделяет внимание доктор филологических наук Валерий Ильич Мильдон. По мнению ученого, женские образы представлены в русских народных сказках воплощением умной женщины в самых разных видах — от Василисы и Елены до Бабы яги: ум во благо и ум во зло. У женщин в сказках есть важные особенности: энергичность, твёрдость, вольность, мягкость, женственность. Всё это противостоит мужским

особенностям: воле, уму, силе. Для русской женщины вся вселенная не помеха, если дело касается её задушевных намерений. Мужчины же в русских сказках представлены героями смекалистыми, догадливыми, проворными, но с некоторым бездействием и поступками под влиянием внезапного порыва. Мужская психология в сказках часто напоминает нам ребёнка, которого надо направлять, за которым надо следить, иначе он наделает бед, всё это сможет сделать мать, жена, сестра, то есть женщина. Таким образом, женщина играет не последнюю роль в жизни мужчины. Мужчина всегда следует женским наставлениям и никогда не идёт наперекор ей. В русской сказке Вячеслав Иванов относится к женщине, как к явлению всемирно — культурному. Также Мильдон делает большой акцент на то состав сказочных семей [3, с. 145]. Они редко бывают полными: старик (старуха) и сын, мать (отец) с детьми; если и есть полные семьи, то они вторичны: если один из супругов был уже в браке, то обязательно остался ребёнок, который в дальнейшем становится пасынком или падчерицей. Если в семье и есть ребёнок, то он обязательно погибает от недогляда родителей или от неразумия. Персонажам русской сказки редко удаётся семейная жизнь, она несчастлива, неустроенна, но есть и исключения. Русскую сказку можно воспринимать как проекцию мира (ума и души), бытующего до тех пор, пока жив народ, создавший этот художественный материал [3, с. 148].

Изучив достаточное количество публикаций посвященных проблемам, осложняющим жизнедеятельность современной семьи, в неудовлетворительном выполнении ряда своих функций, можно сделать вывод о том, что конкретные рамки ролей мужчины и женщины не были определены конкретно. С одной стороны, женщины занимались ведением домашнего хозяйства, но никто им не запрещал способствовать развитию обществу, в котором они находятся. Во время становления государства ведущую роль занимали то женские образы, то мужские, они как бы соревновались на протяжении многих лет, но всё же мужчина был главнее и важнее мужчины.

В русских сказках мудрая и женственная женщина помогает своему храброму, умному мужчине советами, то есть в сказках за мужчиной

и женщиной роли в семье были строго закреплены. В настоящее время нет определённых семейных рамок, которые бы определяли модель поведения мужчины или женщины. Так как женщины стали всё более активно участвовать в общественно-экономической и политической жизни общества. Женщина может и работать, и заниматься воспитанием детей, и вести домашнее хозяйство. Мужчина может работать, участвовать в общественной деятельности и также воспитывать детей, но, пожалуй, самое важное то, что мужчина оставался мужчиной, добытчиком, а женщина была женственной и хранительницей домашнего очага.

Список литературы:

1. Абдуллин А.Р. Искусство быть женщиной // Философские науки — 1998 — № 3—№ 4.
2. Аверинцев А.Ю. Брак и семья: несвоевременный опыт христианского взгляда на вещи // Человек. — 2004. — № 4.
3. Мильдон В.И. Сказка — ложь // Вопросы философии — 2001 — № 5.
4. Наговицин А.Е. Гендерные роли в мифологических системах в государственный период // Вестник Университета культуры и искусства. — 2004. — № 3.
5. Рабжаева М.В. Семейная политика в России XX в.: историко-социальный аспект // Общественные науки и современность. — 2004. — № 2.
6. Тараданов А.А. Как повлиять на семейное благополучие? // Человек. — 2004. — № 2.

ГОТОВНОСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ ИНКЛЮЗИВНОЙ МОДЕЛИ СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЫ НА СЕЛЬСКОМ УРОВНЕ

Михайлец Дарья Ивановна

*студент Алтайского государственного университета,
РФ, Алтайский край, г. Барнаул*

Антонович Ирина Владимировна

*научный руководитель, доц. Алтайского государственного университета,
РФ, Алтайский край, г. Барнаул*

Система оказания помощи детям с ограниченными возможностями здоровья не была создана вплоть до XX века. Не была она создана и за время советской власти, когда помощь ребенку со специфическими нуждами сводилась к его изоляции в специальной школе интернаторного типа. Это вело не только к развитию личного осознания своей неполноценности, но и созданию в обществе стереотипа об этом. Поэтому современный мир пытается бороться со сложившимся многими годами опытом изоляции детей, имеющим инвалидность. Мы считаем, что общество способно полноценно принять детей с ограниченными возможностями с помощью сложившейся практики социальной работы, которая включает непосредственное включение во все процессы самих детей. Этот метод называют инклюзивным.

Цель: исследование возможности применения инклюзивной модели социальной работы с детьми с ограниченными возможностями здоровья на сельском уровне (на примере с. Шипуново Алтайского края).

Задачи:

- 1) Обосновать применение инклюзивной модели социальной работы с детьми с ограниченными возможностями здоровья.
- 2) Проанализировать реальную ситуацию применения инклюзии в с. Шипуново.

Объект исследования: инклюзивная модель социальной работы.

Предмет исследования: применение инклюзивной модели социальной работы (на примере с. Шипуново).

Гипотеза исследования заключается в том, что сельский социум пока не готово к применению инклюзивной модели социальной работы.

Методы исследования: наблюдение, экспертный опрос.

Ведущей идеей модели социальной работы является превращение субъектная включенность в нее всех участников процесса, в том числе и ребенка. Т. е., к примеру, социальный работник может предложить ребенку с ОВЗ быть участником детского лагеря, где он будет находиться не в изоляции от здоровых людей, а вместе с ними. Это, так скажем базовый уровень — практическая социальная работа. Следующий уровень — общественный. Здесь ребенок с особыми нуждами — полноценный участник всех общественных процессов. Социальная работа же предполагает проведение акций, концертов, создание клубов и т. д., где человека с ОВЗ не ограничивают. И к третьему уровню социальной работы относится законодательство, направленное на успешную адаптацию. Это законы, федеральные программы и пр. На этой ступени мы рассматриваем возможность применения инклюзивного образования [2] и Федеральную программу «Доступная среда» [1].

Для того, что выяснить готовность села Шипуново к применению инклюзивной модели социальной работы с детьми с ограниченными возможностями здоровья, мы провели исследования, благодаря которому гипотеза исследования нашла свое подтверждение. С.И. Уколов (эксперт на 3 уровне социальной работы) отметил, что «Инклюзивное образование пока невозможно в стенах школы. Т. к. существует проблема с квалифицированным персоналом. Сложно заинтересовать профессией учитель в селе. Поэтому 60 % учителей нашей школы уже не в том возрасте, чтобы учиться принципиально новому методу преподавания. Я хотел бы поддержать инклюзивное образование, но здесь необходимо создать условия, а район пока не в состоянии себе это позволить».

Стоит отметить, что действительно условий для детей с ограниченными возможностями нет. Конечно, квалифицированные кадры играют не последнюю роль, но инфраструктура тоже необходима. К примеру, элементарное —

пандусы, лифт (в 3-х этажном здании) отсутствуют. А также дверные проемы очень узкие и не соответствуют СНиП [3].

Общественная инициатива в селе Шипуново для детей с ОВЗ имеет место быть, но она скорее направлена на изоляцию таких детей. Эксперт на 2 уровне социальной работы, организатор ежегодных праздников, Н.А. Кротько ответила, что «все их мероприятия направлены только на деток с ограниченными возможностями здоровья. Состав волонтеров постоянен и не меняется. Это подготовленные люди, которые не будут смеяться, и осуждать наших ребят. Мы не призываем новых людей, т. к. отрицательный опыт уже был и не хотел бы его повторять».

Н.А. Кротько на протяжении многих лет является организатором мероприятий, таких как Новый год и день защиты детей. Она начала этим заниматься для своего племянника, имеющего диагноз Дауна. Наталья Алексеевна как никто другой понимает проблемы таких детей, но, тем не менее, продолжает проводить праздники, в которых участвуют только узкий не меняющийся круг волонтеров. Боясь приглашать новых людей, тем самым она препятствует инклюзии.

Последний уровень — практический. Мы обратились в Территориальный центр социальной помощи семье и детям Шипуновского района. И выяснили, что в селе Шипуново 128 детей официально признаны инвалидами. К огромному сожалению, это единственный вопрос, на который специалист (эксперт на 1 уровне социальной работы) дал нам полноценный ответ. Выяснилось, что по вопросам инклюзии специалист по работе с детьми с ограниченными умственными и физическими возможностями Мартынова М.В. не компетентна. Специалист сказала, что в районе не реализуется программа «Доступная среда». Судить о некомпетентности в вопросе инклюзии специалиста по социальной работе можно и потому как она называет термины — «Инклюзорное образование».

В центре ведется работа, но она так же имеет изолированную направленность. Организация не практикует совместную работу детей с ОВЗ и здоровых детей.

Для сравнения — Комплексный Центр социальной помощи семье и детям г. Барнаула имеет практику инклюзивной работы. Они организуют летние лагеря дневного пребывания, совмещают занятия в комнате Монтессори, а так же на всех праздниках Центра можно увидеть как здоровых, так и детей-инвалидов. Можно сделать вывод, что территориальная принадлежность так же играет немало важную роль.

Социальная работа в с. Шипуново с детьми с ОВЗ проводится. Но она имеет ярко выраженный индивидуальный характер работы «по-старинке», т. е. в районе, если и найдется энтузиаст с новыми видениями на социальную работу, ему очень быстро помогут избавиться от прогрессивных взглядов. Нужно обучать специалистов работе по-новому не индивидуально, а коллективно, постепенно оттесняя старые стереотипы в прошлое. Таким образом, острота и специфика проблемы социальной адаптации детей с ограниченными возможностями, проживающих в пространственно-ограниченном социуме с. Шипуново обусловлена рядом объективных и субъективных причин.

Объективные факторы: ограниченный доступ к услугам общественных социальных организаций, изолированность и территориальная отдаленность, отсутствие работы у родителей. К числу объективных факторов необходимо отнести также кризис традиционных семейных институтов, большое количество разводов в семьях с детьми с ограниченными возможностями здоровья.

Субъективные факторы: отсутствие конфиденциальности, недостаточная анонимность частной жизни, желание скрыть факт ребенка с инвалидностью, стереотипное общественное восприятие наличия ребенка с ограниченными возможностями, как показатель ущербности семьи. К тому же подростки и молодежь без инвалидности, не найдя возможности для самореализации,

обращаются к девиантным формам поведения по отношению к детям с ОВЗ, ревностно реагируя на их льготы и пособия.

Итак, можно сделать вывод, что абсолютно все уровни оказались не готовы к практике инклюзии, по разным, очень веским обстоятельствам. Это говорит о том, что гипотеза подтвердилась.

Закон об образовании в РФ от 29.12.2012 года гласит: инклюзивное образование — это обеспечение равного доступа к образованию для всех обучающихся, с учетом разнообразия особых образовательных потребностей и индивидуальных возможностей. И нововведения должны коснуться не только больших городов, но и малых населенных пунктов, но главное, что должно произойти — переворот в умах, головах, в первую очередь взрослого поколения, а затем уже и ребенка. В этом случае важность социальных реклам сложно переоценить. Ведь как говорится в одной из них: «хотелось бы, чтобы детки делились на тех, кто любит кашу и не любит...». Именно такого отношения в обществе недостает.

Список литературы:

1. Доступная среда на 2011—2015 годы: Государственная программа Российской Федерации от 15 апреля 2014 г. // Министерство труда и социальной защиты Российской Федерации. — 2014. — 24 апреля.
2. Об образовании в Российской Федерации: Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ // Российская газета — Федеральный выпуск № 5976. — 2012. — 31 декабря.
3. Строительные нормы и правила — СНиП 2.08.02 — 89*.

СЕКЦИЯ 3.

ФИЛОСОФИЯ

ГЕНДЕРНОЕ РАВЕНСТВО И СУРРОГАТНОЕ МАТЕРИНСТВО

Рыстан Жанерке

*студент 3 курса Евразийского национального университета им. Л.Н. Гумилева,
Республика Казахстан, г. Астана*

Адаева Гульнар Аманбековна

*научный руководитель, канд. филос. наук, доц., Евразийского национального
университета им. Л.Н. Гумилева,
Республика Казахстан, г. Астана*

В полемике, связанной с проблемами гендерного равенства, вопрос материнства остается самым неразрешенным. Если гендерное равенство — это социальное устройство, согласно которой и женщина, и мужчина обладают устойчивыми, равными возможностями во всех сферах жизни, то тогда вопрос становления женщины матерью, в связи с этим ее «отрыв от производства» является камнем преткновения. А генная инженерия с ее последним достижением в области суррогатного материнства является прямым доказательством того, что наука нашла ответ на извечный, неразрешимый вопрос. Таким образом, и женщина, как мужчина, «не отрываясь от производства», делая карьеру, используя тело другого человека, может иметь своего биологического ребенка.

Суррогатная мать — это женщина, которая вынашивает и рождает ребенка для супружеской пары, которые не могут завести ребенка обычным путем. Это случай, когда жена не способна родить сама, и тогда в матку суррогатной матери переносится оплодотворенное яйцо данной супружеской пары, или, если жена в принципе бесплодна, тогда сперма мужа используется для оплодотворения суррогатной яйцеклетки хирургическим путем, иначе говоря, это вспомогательная репродуктивная технология современного общества. Казалось бы, решена давняя проблема гендерного неравенства, но, когда

практика суррогатного материнства была реализована, возникли непростые моральные и юридические проблемы. В первую очередь его подвергают критике за коммерциализацию, мотивируя тем, что женщина, по сути, используется в роли платного инкубатора. О запрещении использования суррогатного материнства в коммерческих целях говорится в Брюссельской декларации Всемирной медицинской ассоциации (ВМА) 1985 года.

На общеевропейском уровне 19 ноября 1996 года Совет Европы принял Конвенцию по правам человека в биомедицине. Конвенция является первым обязательным в области здравоохранения юридическим документом, направленным на защиту человека от возможных злоупотреблений, связанных с использованием новых биологических и медицинских методов и процедур. Методы искусственного оплодотворения в международном праве регулируются также несколькими директивами, вытекающими из трех рекомендаций Парламентской ассамблеи Совета Европы, резолюциями, принятыми 16 марта 1969 года Европейским парламентом, и решениями Комиссии по правам человека 1971 и 1976 годов.

Законодательно суррогатное материнство запрещено в Австрии, Германии (наказание несут врачи и посредники, а не родители и суррогатная мать), Италии, Норвегии, Швеции, в отдельных штатах США, Франции, Швейцарии и другие. Некоммерческое суррогатное материнство разрешено в Австралии, Великобритании (допускается оплата текущих расходов суррогатной матери), Дании (с серьезными ограничениями), Израиле, Испании, Канаде, Нидерландах (запрещена реклама суррогатного материнства, предложение услуг суррогатных матерей и их подбор), в отдельных штатах США (Нью-Гемпшир, Вирджиния). В некоторых странах законом не запрещается суррогатное материнство, но при этом его никак не регламентирует (Бельгия, Греция, Ирландия, некоторые страны Латинской Америки и Азии) [3].

Что касается законодательного решения вопроса о суррогатном материнстве в Республике Казахстан, следует сказать, что на законодательном уровне институт суррогатного материнства из сферы семейного законода-

тельства не переведен в сферу гражданского-правового регулирования. Окончательно говорить, что, проблемы, связанные с урегулированием права, закреплением вопросов, относящихся к здоровью суррогатной матери, этических и моральных норм между заказчиком и исполнителем, всех внутренних отношений сторон договора о суррогатном материнстве решены не приходится, можно заметить, что оно далеко несовершенно. На наш взгляд, законодательство не должно исходить только из соблюдения прав или моральных интересов родителей — заказчиков, но и самой суррогатной матери. Как бы там не было, все равно, она остается в плену моральных и психологических переживаний, связанных с передачей ребенка, и бесспорно является более незащищенной стороной данного договора. Как и во всем мире, так и в Казахстане мнения людей, касающиеся этой проблемы, разделены. А что касается юридических аспектов в законодательстве Республики Казахстан о суррогатном материнстве, то оно сравнительно с ранней позицией, на сегодняшний день намного сформировано, и рассматривает почти все спорные вопросы между людьми, заключившими договор. Но нужно отметить, что суррогатное материнство осуществляется на коммерческой основе, разрушая все принципы морали. Иначе говоря, этот метод искусственного оплодотворения противоестественен и морально недопустимо, когда желание осуществляется на коммерческой основе. Эта технология оплодотворения предполагает разрушение глубокой эмоциональной и духовной близости, устанавливающейся между матерью и ребенком уже во время беременности. Суррогатное материнство травмирует и уничтожает чувства как вынашивающей женщины, материнские чувства которой прессингуют, так и ребенка, который впоследствии может испытывать кризис самосознания и самопознания. Но изначальным намерением государства было поддержать бесплодную семью, с целью устранить демографический дисбаланс в стране, иначе говоря, одной стрелой убить двух зайцев, поддерживая отдельную семью и таким же успехом разрешить проблему демографии.

Например, депутат Госдумы Российской Федерации, глава «Семейного комитета» Елена Мизулина говорит, что «нетрадиционные способы размножения необходимо запретить, иначе нам грозит вымирание». Председатель Госдумы по вопросам семьи, аргументирует это тем, что существуют серьезные риски «неподконтрольного» обществу суррогатного материнства, в числе которых отказ от естественного зачатия в богатых семьях, а также еще одного появления формы рабства женщин из бедных социальных слоев — «инкубаторского». «Ребенка просто превращают в товар и его судьба не определена», — утверждает Мизулина [2].

Наш опрос, проведенный среди студенческой молодежи города Астана, а именно в Евразийском национальном университете им. Л.Н. Гумилева, показал, что 100 % женщин осведомлены о существовании вспомогательной репродуктивной технологии, из них 40 % не против воспользоваться шансом, если материальное положение позволит им. При этом эти женщины имеют репродуктивное здоровье и могут самостоятельно выносить и родить ребенка. А остальные 60 % женщин считают, что суррогатное материнство никак не соответствует природным законам, а также оно может плохо повлиять на психологию младенца, и в то же время аморально по отношению к женщине, которая вынашивает и рождает ребенка. Нужно отметить, что среди женщин 90 % считают, что смыслом жизни для женщины является рождение детей и в дальнейшем их воспитание. А остальные 10 % не связывают свою жизнь с появлением детей, их приоритеты ориентированы на личностный рост и покорение карьерных вершин.

Респонденты, в целом, согласны, что искусственное оплодотворение, суррогатное материнство — это достижение науки на сегодняшний день. Имеются некая поддержка и защищенность со стороны закона, при заключении договора между заказчиком и суррогатной матерью. И эта поддержка со стороны государства, в виде защиты и покровительства, стимулирует акторов принять решение о суррогатном материнстве. Лица сделавшие выбор, исходят из нынешних экономических, глобальных и социальных условий.

Данное обстоятельство стимулирует женщин, имеющих низкое материальное обеспечение, чтобы выступать в качестве суррогатных матерей, предлагать свои услуги семейным парам, которые не имеют возможности иметь детей по причине здоровья. Семьи, имеющие репродуктивное здоровье и материальное благосостояние, в большей степени их выбор за суррогатное материнство основываются на карьерном росте, саморазвитии и личностной удовлетворенности.

Но как уже мировой опыт показывает, что дилемма суррогатного материнства не решится только на законодательном уровне, нужно рассматривать вопрос изнутри. Нужно отдельно останавливаться на этических, психологических и моральных аспектах этого вопроса. И только исходя из этого, можно решить проблему гендерного равенства и повысить рождаемость в стране.

Список литературы:

1. Кодекс РК о браке (супружестве) и семье. Глава 9. Статья 54.
2. Мизулина Е. предлагает запретить суррогатное материнство за деньги: «Ребенка превращают в товар». // <http://www.mk.ru/politics/russia/article/2014/04/24/1019623-mizulina-predlagaet-zapretit-surrogatnoe-materinstvo-za-dengi-rebenka-prevrashchayut-v-tovar.html>.
3. РИА Новости <http://ria.ru/spravka/20131111/976039040.html#ixzz3Vtl4rwVA>.

СУЩНОСТЬ ИСКУССТВА

Инейкин Александр Сергеевич

*студент УлГТУ,
РФ, г. Ульяновск*

Осипов Алексей Владимирович

*студент УлГТУ,
РФ, г. Ульяновск*

Волков Михаил Павлович

*научный руководитель, д-р филос. наук, проф. кафедры «Философия», декан гуманитарного факультета УлГТУ,
РФ, г. Ульяновск*

Многие думают, что искусство есть нечто отличное от природы, но было бы лучше сказать, что искусство является завершением природы. Можно спросить, как человек может улучшить природу, данную Богом, но факт в том, что Сам Бог через человека заканчивает свое творение в искусстве. Различные элементы средств Божьи, такие как деревья и растения и т. д. — Его инструменты, через которые он творит, так и искусство, являющееся средством Бога, через которое Сам Бог завершает Свое творение.

Нет сомнений в том, что так называемое искусство не обязательно является искусством. Глядя на истинное искусство, человек способен увидеть реализацию молитвы: «да будет воля Твоя и на земле, как на небе». На протяжении всего творчества, от одной вещи к другой, Творец работал в процессе эволюции. Творческие способности по-прежнему работают через человека, и, таким образом, искусство является последним шагом в создании. Хотя на самом деле все, что человек создает, научное или художественное, искусство, те объекты, которые производятся с чувством красоты и которые вызывают к чувству прекрасного в человеке, являются главным выражением этой творческой способности.

Помимо того, что искусство — творческая сила Бога, искусство, также, — выражение души художника. Художник не может дать то, что он не собирается давать, хотя человек игнорирует то, как он это делает. Душа художника

воспринимает и производит только то, что она признает. После того, как человек понял, что художник не только производит, но и мыслит, для него не будет сложным увидеть в художнике душу. Искусство в цвете, в линии — не что иное, как отголосок его души. Если душа художника переживает пытки, его картина дает нам чувство благоговения; если душа художника наслаждается гармонией, то мы увидим гармонию в цветах, в линиях. Что это означает? Это означает, что душа работает автоматически через кисть художника. Художник глубже тронут красотой, так как его душа мыслит извне, делая более привлекательной эту красоту для тех, кто видит свою работу.

Что в линии и цвете такого, что оказывает влияние на человеческие способности? Вибрации, исходящие от цвета, оказывают влияние на центры трепета, центры интуиции, скрытые в теле. Человек смотрит на цвет и сразу ощущает восторг от него. Различные цвета производят разные степени вибрации, поэтому их влияния тоже разные. Тем не менее, в то время как один человек может быть открытым для этого влияния, на другого цвета оказывают малое впечатление. По той же причине, женщины более чувствительны к цвету и линиям, чем мужчины. Женщина реагирует на природу выразительнее, поэтому она чувствует цвета легче, чем человек, склонный к их отражению. Также, человек тонкой природы с пробуждённой интуитивной способностью будет реагировать на цвет, в то время как человек, у которого способности еще не открыты, нет.

Яркие цвета производят более четкие вибрации. Их эффект заметен более, чем в мягких тонах, и поэтому вполне естественно, что яркие цвета могут произвести впечатление на всякую душу. Для того чтобы отличить впечатление от мягких тонов, простота смысла не требуется. Например, простые слова быденного языка понимаются кем-либо, но более тонкие оттенки, скрытые за словами, понимают не все. Поэтому цвет, являющийся только цветом и ничем большим для простых людей, имеет свое особое значение для человека с прекрасным развитым чувством.

Гармония цвета основана на одних и тех же принципах, что и гармония музыки. Причина в том, что музыка — это звуковые колебания, в то время как цвет — видимая форма колебаний. С метафизической точки зрения, цвет имеет большое значение в жизни человека. Первое, что следует понять по отношению к цвету это то, что различные цвета происходят из сущности света. Все цвета — различные степени света, но так как есть три аспекта света, это иногда ведет к путанице в сознании тех, кто не придавал этому вопросу внимания. Первый из аспектов света проявляется через цвет — это сияние самого цвета. Следующий аспект проявляется, когда солнце или что-то еще бросает свой свет на цвет, а цвет отвечает на этот свет. И третий — свет от глаз, которые видят. Любой из аспектов свой для каждого человека. Не только потому, что степень света для каждого человека разная, свет, падающий на него тоже разный, и степень цвета отличается, но также и потому, что элемент, представляющий цвет, вызывает определенную степень ответа у индивидуума.

Согласно мистической идее, есть четыре основных элемента: земля, вода, огонь и воздух, и нечеткий элемент — эфир. Они не являются элементами в том смысле, в котором ученые используют это слово, а в смысле того, что мистика им придает. Все эти элементы находятся в организме человека, в его сознании и глубоко в себе. Все здание индивидуального существования построены с помощью этих пяти различных элементов. Вполне возможно, для гармонии существование между элементами означает преобладание на внутреннем плане и на внешнем. Короче говоря, по действие различных элементов заключается в том, что человек реагирует на различные цвета, представленные различными элементами.

С точки зрения мистика, желтый цвет — элемент земли, зеленый или белый цвет — элемент воды, красный — элемент огня, и синий — элемент воздуха. Если спросить, какой цвет соответствует эфиру, мистик ответит серый, потому что серый представляет ничто. Так как все цвета, так сказать, различные оттенки света, то это показывает, что свет сам проявляется в виде разных цветов.

Другой важный вопрос заключается в линии. Многие любители или художники чувствуют большое влияние линии: эффект, который линия может иметь. Вертикальная линия, горизонтальная линия, кривая, круг, все имеют различия в форме. И чем глубже изучаешь, в какой степени линия имеет разницу, тем более понимаешь, что секрет всей красоты заключен в линии. Но трудно сказать, в какой форме она выражена или то, что линия имеет правильную форму. Человек должен признать то, что чему никто не может научиться на исследованиях, интуиция может научить.

Единственным объяснением тайны линии, которое можно дать с мистической точки зрения, является эффект, поднимающий внутренне и внешние плоскости человеческого существа в такое состояние, что, в то время как он смотрит на линию, он, можно сказать, под влиянием этой линии. Это может быть объяснено через тайну концентрации: каждый объект, даже если это взаимодействие длится только мгновение, оказывает влияние на все человеческое существо.

Существует гармония линий, она еще труднее и сложнее для понимания, глубже, чем гармония цвета. Если комната прекрасно обставлена дорогостоящей мебелью, но эти вещи не находятся в гармонии согласно науке линий, мы чувствуем своего рода путаницу. Тоже с одеждой: платье может быть дорогостоящим или красивым, но если ему не хватает линии, то ему не хватает настоящей красоты. Таким образом, в искусстве линия является основой. Это секрет искусства и его обаяние, и только художник, задумавший красоту в линии, может выразить это в своем искусстве.

Один из аспектов искусства выражается тогда, когда художник пытается скопировать то, что он видит. Художник созерцает мир, и он понимает, что это не маленькая вещь, которую можно скопировать точно. Успех этого художника предопределен, потому что он обладает тягой к чему-то новому, что он действительно хочет изобразить то, что он уже видел. Разве это не замечательно. Великая вещь — умение копировать природу так, чтобы производить в душе человека те впечатления, которые производит природа.

Еще одним аспектом техники является преобразование природы. Преимущество этого искусства обеспечивается за счет привлечения, чем впечатления. Нет сомнений в том, в этом виде искусства художник может воплотить цель своей души, но в то же время он может получить результат, далекий от природы; и чем дальше он заходит, тем больше разрушает красоту искусства. Природа и искусство должны идти рука об руку.

Искусство имеет еще один аспект — символика. Символизм идет не из человеческого интеллекта, так как он рожден от интуиции. Тонкая душа лучше оснащена в той или иной мере для понимания символической идеи. Душа всегда мечтает и видит символические сны, и, когда душа становится тоньше, она может интерпретировать сон, понимая значение символизма. Художник, воплощающий в своем искусстве символическую идею, видел её в природе и интерпретировал в своем искусстве. Это настоящее вдохновение. Чем тоньше душа художника, тем мельче символы, которые он создает.

В каждом произведении искусства можно наблюдать три фактора: поверхность, длину и ширину, а также глубину. Тем не менее, это не стоит воспринимать в буквальном смысле. Поверхность является самой картиной, длина и ширина — история, которую он рассказывает, а глубина — смысл, который он показывает. Таким образом, лучшим способом изучения и оценки работы художника является рассмотрение этих трех элементов в совокупности.

Список литературы:

1. Бычков В.В. Эстетика / М.: Гардарики, 2004. — 556 с.
2. Волков М.П. Генезис науки. Проблема социокультурных истоков / Ульяновск: УлГТУ, 2000. — 94 с.
3. Западноевропейская эстетика XX века: Сборник переводов. 2. Ч. / — М.: Знание, 1991.
4. Спиркин А.Г. Основы философии / — М.: Изд-во полит. лит-ры, 1988. — 390 с.

СЕКЦИЯ 4. МАРКЕТИНГ

МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ «РЫНОК ОДЕЖДЫ В УЛЬЯНОВСКЕ»

Инейкин Александр Сергеевич

*студент УлГТУ,
РФ, г. Ульяновск*

Московкина Юлия Юрьевна

*студент УлГТУ,
РФ, г. Ульяновск*

Фролова Виолетта Николаевна

*студент УлГТУ,
РФ, г. Ульяновск*

Молгачев Алексей Анатольевич

*научный руководитель, канд. физ.-мат. наук, доц.
кафедры «Высшая математика» УлГТУ,
РФ, г. Ульяновск*

В 21 веке стало популярным проводить различные исследования, это и экономические, и гуманитарные, и машиностроительные, и потребительские. Этот список можно продолжать бесконечно, но мы остановимся на маркетинговом исследовании. Правильным будет являться утверждение, что «маркетинговые исследования — это форма исследования и направление прикладной социологии, которое основано на понимании поведения, желаний и предпочтений потребителей». Так же это вид социальной технологии. Целью ее является выявление эффективных средств управления рынком с помощью объективного понимания ситуации на нем. Умение просчитывать желания покупателей на рынке требует не только развитой интуиции, но и прекрасной службы маркетинга данного предприятия. Точно проведенные маркетинговые исследования рынка и разработанное маркетинговое планирование могут существенно повысить прибыльность компании. И исходя из решения открыть

новый магазин одежды в Ульяновске, мы провели исследование, чтобы знать, что влияет на выбор магазина одежды в нашем городе и насколько удачным будет решение его открыть. Таким образом, задачами нашего маркетингового исследования являются:

- 1) Проведя анкетирование, определить потребительские предпочтения в одежде;
- 2) Узнать, что наиболее важно человеку при выборе одежды;
- 3) Выделить сильные марки одежды.

Результаты анкетирования:

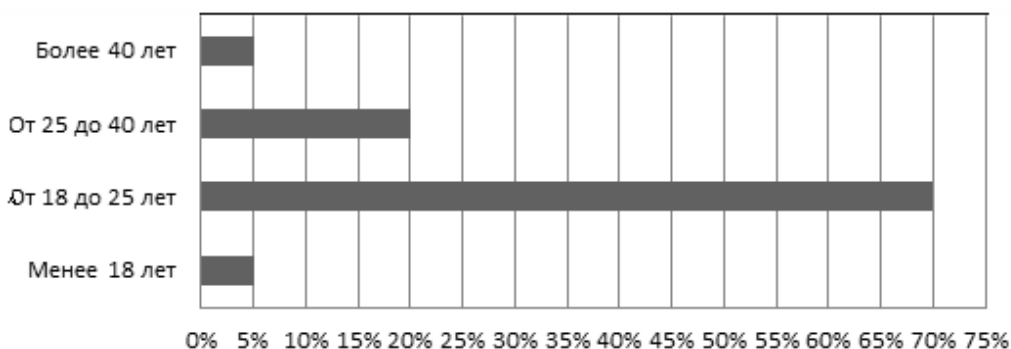


Рисунок 1. Возраст

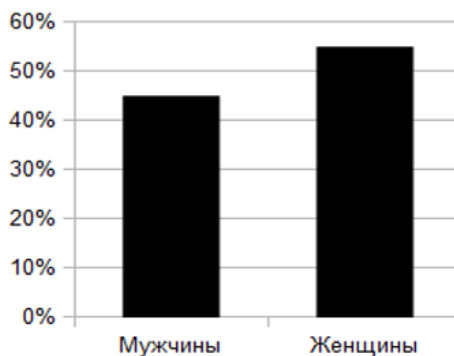


Рисунок 2. Пол

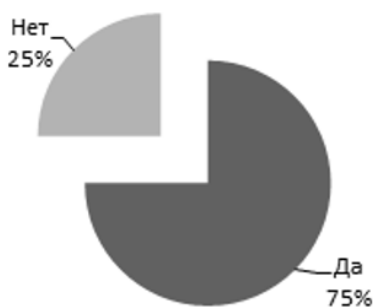


Рисунок 3. Часто ли вы носите джинсы?

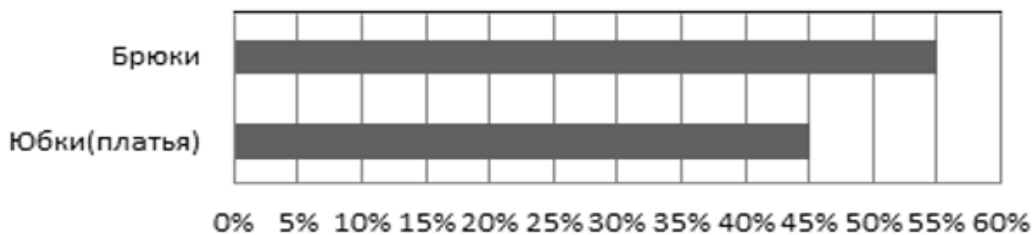


Рисунок 4. Что Вы носите чаще? (парни/мужчины)

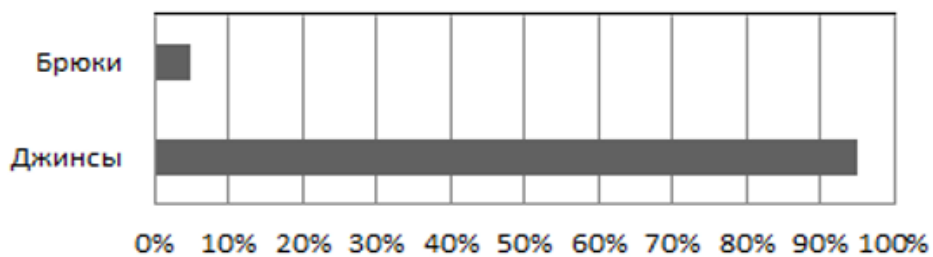


Рисунок 5. Что Вы носите чаще? (девушки/женщины)



Рисунок 6. Где Вы покупаете одежду?

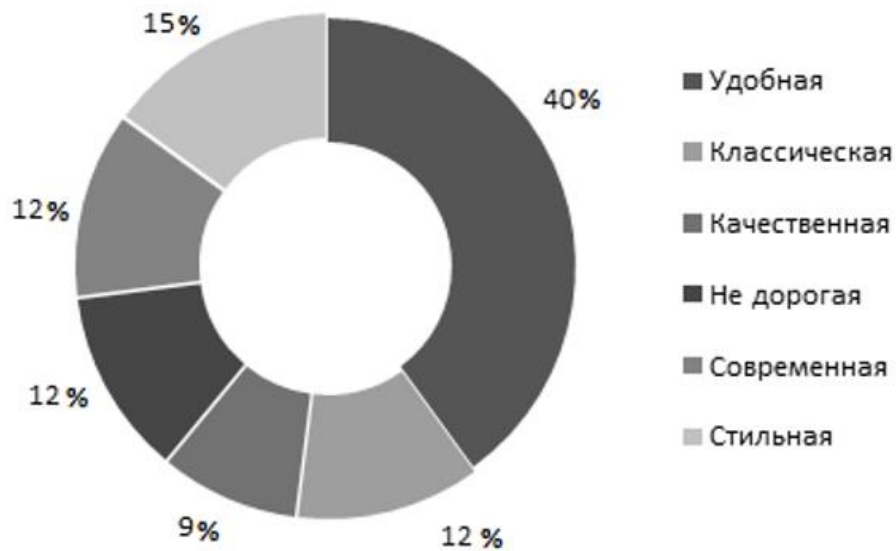


Рисунок 7. Какую одежду Вы предпочитаете носить?

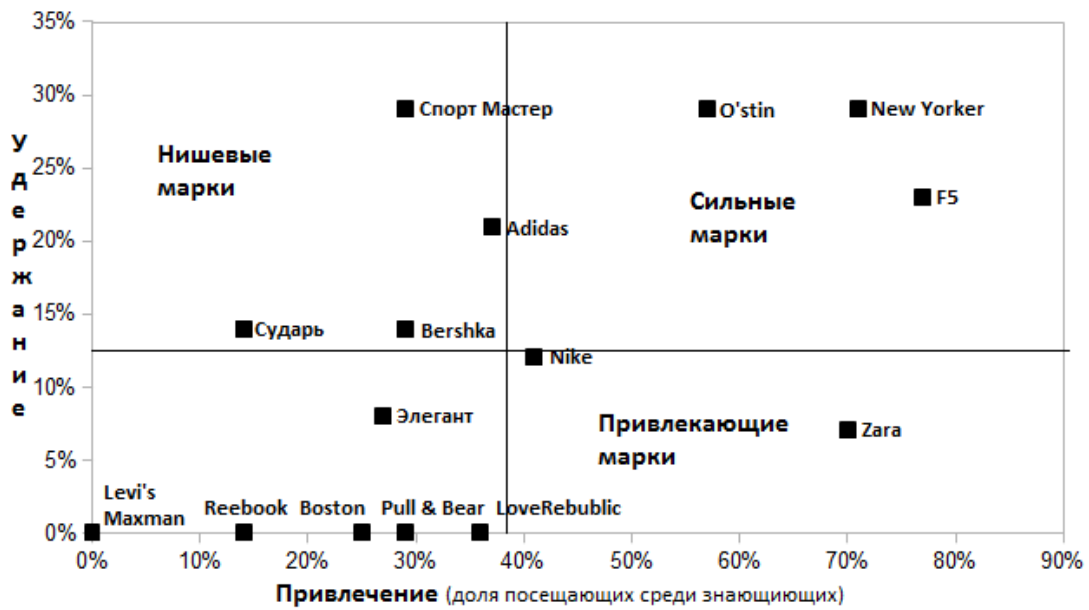


Рисунок 10. Что для Вас наиболее важно при выборе магазина одежды?

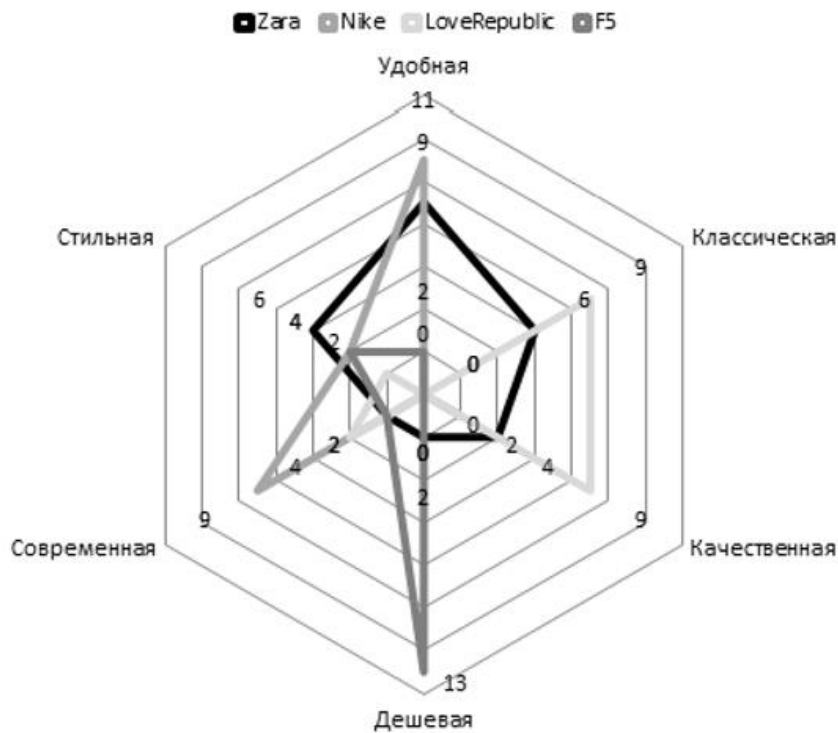


Рисунок 9. Имидж марок



Рисунок 10. Что для Вас наиболее важно при выборе магазина одежды?

Таким образом, проведя маркетинговое исследование, мы установили, что чуть менее, чем половина опрошенных покупает одежду в торговых центрах города вне зависимости от возраста и пола, чуть больше десятой части опрошенных предпочитают заказывать вещи в интернете 16 % покупают

одежду на рынке. Остальные опрошенные шьют на заказ, ездят за одеждой в другие города и оставляют право покупать одежду для себя другим людям.

Так же, можем заметить, что опрошенных считает самой удобной и модной одеждой является одежда из магазина NewYorker. Самой дешевой — в F5. По этим же результатам самая качественная одежда продается в магазине LoveRepublic. Можем заметить, что одинаково качественную, удобную, модную и в то же время дешевую одежду нельзя приобрести в одном определенном магазине. Это значит, что каждый производитель делает акцент на какой-то определенный параметр производимой одежды. Поэтому мы, открывая новый магазин розничной одежды, в первую очередь, исходя из результатов опроса, обратим внимание на то, чтобы одежда была удобна для каждого человека, создадим большой ассортимент стрейч-одежды большого количества различных размеров; затем внешний вид одежды — будут классические фасоны разнообразных цветов; потом на покупку влияет уже цена, сам бренд. Меньше всего, к сожалению, на выбор одежды, по мнению населения, влияет качество вещей.

Итак, проведя данное исследование, в конечном результате мы установили, что сильными марками являются NewYorker, O'stin и F5. Привлекательными — Zara и Nike. Нишевыми — Сударь, Спортмастер, Adidas и Bershka.

Список литературы:

1. Беляевский И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз / Издательство «Финансы и статистика», 2001 г.
2. Голубков Е.П., Основы маркетинга / Голубков Е.П. — Москва, 2002. — 457 с.
3. Шведова И. Книга директора по маркетингу производственного предприятия / Шведова И., Кузнецова Т., А.В. — Санкт-Петербург, 2008. — 263 с.

СЕКЦИЯ 5. МЕНЕДЖМЕНТ

ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ФИРМЕННОЙ СТРАТЕГИЙ: РАССМОТРЕНИЕ В СВЕТЕ КОНЦЕПЦИИ РАССЕЛА АКОФФА

Авилов Игорь Александрович
студент Санкт-Петербургского государственного университета,
РФ, г. Санкт-Петербург

Родионов Вячеслав Георгиевич
научный руководитель, доц.
Санкт-Петербургского государственного университета,
РФ, г. Санкт-Петербург

В одной из своих наиболее известных работ Рассел Акофф отмечал: «...стратегия представляет собой просто системный подход, обеспечивающий сбалансированность и общее направление роста...» [1]. Сразу бросается в глаза то, что в отличие от многочисленных громоздких дефиниций или ещё более громоздких конструктивных определений мысль выдающегося американского исследователя довольно проста и понятна. Попробуем теперь более подробно обсудить её основные положения.

В первую очередь, тот факт, что Акофф обращает внимание на абсолютно необходимую системность такого подхода, который он именуется стратегией. А это, в свою очередь, означает, что стратегия и должна обладать всеми признаками системы, и, по нашему мнению, в этой точке анализа уместно ещё раз напомнить эти ключевые признаки.

Прежде всего, любая система является в той или иной мере, ориентированной на цели, а следовательно цель, как таковая, должна предшествовать стратегии и вырабатываться до разработки самой стратегии. Конечно, в данном случае имеет место определённое упрощение вопроса, поскольку на самом деле в практике любой промышленной фирмы формулировка цели выступает, как процесс итеративный. Он может начинаться со своего рода целевого ориентира,

который затем просматривается через призму ведущих характеристик выработки стратегии, конкурентной обстановки, доступных ресурсов вообще и специфических по отношению к фирме особенно, возможностей внешнего партнёрства и т. д.; далее идёт возврат к формулировке цели в первой редакции и т. д. Тем не менее, естественный и абсолютно необходимый атрибут системы — цель её функционирования.

Второй важнейшей составляющей системы является структура её элементов, как правило, включающая сами эти элементы, их относительное положение в системе, взаимосвязи и, что особенно важно, взаимодействие этих элементов как внутри системы, так и с её окружающей средой.

Однако следует обратить внимание на то, что, по мнению американского исследователя, тот самый системный подход, о котором говорилось выше, в качестве первой главнейшей своей задачи имеет, прежде всего, обеспечение сбалансированности. А что особенно интересно, так это тот факт, что сам-то Акофф никак не раскрывает, о какой же именно сбалансированности идет речь. А это, в свою очередь, означает, что для любого исследователя, берущегося за анализ этой исключительно богатой мысли, появляется необходимость анализа сбалансированности. С другой же стороны, вторая главнейшая задача этого системного подхода — обеспечить общее направление роста фирмы.

В той ситуации, когда промышленная фирма не ставит своей стратегической целью достигнуть какого-то не только достаточно существенного, но и роста в целом, а, как известно из практики, немалое число такого рода фирм достаточно успешно функционирует на рынке. Тогда возникает вопрос, о правильности определения стратегии для данного вида фирм.

В данном случае возможны два объяснения, так или иначе снимающие указанное противоречие. С одной стороны, можно предположить, что американский исследователь всё же в неявном виде имел в виду гораздо более типичную фирму вообще, а промышленную — тем более, поскольку большая, если не абсолютная часть фирм всё же, так или иначе, стремится к росту. Или же Рассел Акофф мог просто пренебречь в силу самых разных причин

этимологическим различием между ростом и развитием. В то время как каждая из этих категорий, конечно же, имеет совершенно обособленный характер и предполагает принципиально разную позицию фирмы, как с точки зрения её внутренней эволюции, так и в отношении её положения на рынке. Более того, достаточно подробное рассмотрение данных категорий в корпоративном ключе, возможно, снимет само это противоречие.

Что касается роста, то здесь, как исследователи, так и практики имеют в виду прежде всего возрастание ключевых показателей деятельности фирмы — таких как прибыльность функционирования, доли рынков, объём выпускаемой и реализуемой продукции, контролируемые фирмой и т. д. В этом отношении нет особого смысла обсуждать данную категорию дальше, хотя понятно, что важнейшую роль в осмыслении роста будет играть та самая сбалансированность, о которой говорилось выше. Нетрудно представить фирму, которая, в стремлении захватить как можно большую долю рынка, снижает цены, а следовательно — рентабельность своего функционирования. И таким образом, хотя и имеет рост в отношении оборота и доли рынков, но явное снижение показателей в части прибыльности, что одновременно ухудшает целый ряд финансовых характеристик её деятельности.

О развитии же можно сказать то, что в современных условиях именно развитием обеспечиваются все наиболее важные победы фирм на рынках. Возвращаясь к обсуждению мысли Рассела Акоффа, что американский исследователь, на мой взгляд, употребляя термин «рост», просто в неявном виде подразумевал, что само по себе любое развитие, как накопление потенциала будущих перемен, в качестве безусловного и важнейшего своего результата имеет именно рост фирмы. Более того, часто наблюдается обратное явление: растущая фирма всё больше средств вкладывает именно в собственное развитие. Мы закончим на этом наше предварительное замечание и оставшуюся часть статьи посвятим обсуждению такого важнейшего элемента в конструкции Акоффа, как сбалансированность.

Прежде всего, американский исследователь имеет в виду, безусловно, сбалансированность той стратегической цели, которая ставится фирмой, с одной стороны, и имеющихся у неё ресурсов — с другой. Как всякий выдающийся исследователь, Рассел Акофф в данном случае мог предвидеть то, чего ещё не было в момент формулирования данного определения.

Действительно, сбалансированность, понимаемая в узком смысле этого слова, естественным образом требует многомерного согласования целей и ресурсов, ресурсов между собой, промежуточных задач [2]. Всё это правильно, но следует признать и тот очевидный факт, что сама по себе сбалансированность вне момента развития является своего рода фактором застоя. Полная и абсолютная сбалансированность так или иначе нуждается для дальнейшего развития системы в какой-то движущей силе, которая будет выводить саму эту сбалансированность на новый, более высокий, а иногда — принципиально иной тип всё той же сбалансированности, которая затем, в свою очередь, будет движима вперёд каким-то элементом нарушения баланса.

Когда же американский исследователь говорит о росте и сбалансированности, взятых в едином ключе понимания. То, скорее всего, как раз и имеется в виду, что рост определяется развитием, а развитие, в свою очередь, всегда ведёт к тем или иным дисбалансам и в итоге — к новой сбалансированности и новому росту. Если адекватное сочетание «рост-развитие» обеспечивается на достаточно длительном промежутке времени, то у предприятия появляются перспективы войти в число лидеров [3, с. 316].

Когда же речь заходит о том, каким образом эти принципы будут реализовываться в практике фирмы, как раз и необходим тот самый системный подход, обеспечивающий сбалансированность и общее направление роста, о котором говорил Рассел Акофф. А вот существо дефиниции Рассела Акоффа — это, скорее формулирование той стратегической общей платформы, на базе которой далее разрабатываются, в первую очередь, стратегические программы, а далее, и — в не меньшей мере, гораздо более локальные и по масштабам задачи отдельных подразделений.

Таким образом, в ходе исследования в данной статье была сделана попытка теоретического анализа фирменной стратегии, причём за основу была взята дефиниция Рассела Акоффа. Были последовательно проанализированы такие её важнейшие составляющие, как системность, сбалансированность, развитие и рост. Достаточно подробный анализ этих составляющих позволяет сделать вывод о том, что стратегическая платформа является необходимым и методологически значимым развитием стратегии, как таковой. Производственная деятельность без взаимосвязи с общей стратегией предприятия делает текущие решения необоснованными и непоследовательными, в результате чего рутинные операции могут ухудшить стратегическую позицию предприятия на рынке.

Список литературы:

1. Акофф Р. Планирование будущего корпорации. — М.: Прогресс, 1985 — 256 с.
2. Баркан Д.И. Управление продажами: Учебник. — СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента»; Изд. дом С.-Петербургского гос. ун-та, 2008.
3. Горохов А.Ю. Современные проблемы развития компаний и специфика маркетинговой деятельности. Экономика и управление. 2010 — 316 с.

СПОНСОРСТВО И БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ КАК ФОРМЫ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА

Аксаниченко Наталья Анатольевна
студент Санкт-Петербургского государственного университета,
РФ, г. Санкт-Петербург

Судова Татьяна Леонидовна
научный руководитель, проф.
Санкт-Петербургского государственного университета,
РФ, г. Санкт-Петербург

Проблема социальной поддержки, финансового или иного содействия социально значимым проектам, организациям, отдельным гражданам со стороны негосударственных структур (компаний, фондов и т. п.) является сегодня весьма актуальной темой. Основными формами подобной деятельности являются спонсорство и благотворительность. Объем данной деятельности постоянно расширяется.

Причины интереса к благотворительности и спонсорству кроются в росте социальной ответственности представителей бизнеса, развитии идей социального партнерства, осознании бизнесом невозможности построить комфортную для предпринимательской активности среду в условиях острого социального отчуждения. Российский бизнес начал понимать значение благоприятной социальной среды для успешной деловой активности и то, что для создания такой среды необходимы усилия самого бизнес-сообщества.

Тема спонсорства и благотворительности широко исследуется в работах отечественных и иностранных ученых.

Большинство отечественных авторов в своих работах при определении понятия «благотворительность» обращаются к Федеральному закону «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях» от 11.08.1995 № 135-ФЗ [3, с. 183; 7, с. 41]. В соответствии с данным законом под благотворительной деятельностью понимается добровольная деятельность граждан и юридических лиц по бескорыстной (безвозмездной или на льготных условиях) передаче гражданам или юридическим лицам имущества, в том числе

денежных средств, бескорыстному выполнению работ, предоставлению услуг, оказанию иной поддержки [9].

По мнению Д. Берлинга, благотворительность — это деятельность, с помощью которой субъекты, обладающие частными ресурсами, добровольно и безвозмездно распределяют их для содействия людям, нуждающимся в данных средствах, организациям для решения общественных проблем, а также улучшения и усовершенствования условий общественной жизни [1].

Как форма социальной ответственности спонсорство было достаточно глубоко проанализировано в трудах зарубежных и отечественных ученых. Например, М. Брун определяет это понятие следующим образом: «... спонсорство нужно понимать, как готовность фирм предоставлять деньги, имущество или услуги лицам и организациям в спортивной, культурной или социальной области для достижения целей предпринимательства в области маркетинга и коммуникаций» [4, с. 34].

Федеральный закон Российской Федерации от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе», который регулирует спонсорскую деятельность, спонсор определяется как лицо, предоставляющее средства или обеспечивающее предоставление средств для организации, проведения спортивного, культурного или любого иного мероприятия, создания или трансляции, теле- или радиопередачи либо создания и (или) использования иного результата творческой деятельности. Кроме того, в пункте 10 статьи 3 дано определение спонсорской рекламы, под которой понимается реклама, распространяемая на условии обязательного упоминания в ней об определенном лице, как о спонсоре [8].

Г.Л. Тульчинский в книге «Корпоративная социальная ответственность: технологии и оценка эффективности» под спонсорством понимает поддержку непрофильной для бизнеса деятельности на взаимовыгодных началах, взаимовыгодное сотрудничество, построенное на реализации совместных проектов, чаще всего — поддержка социально-культурной деятельности на возмездной

основе в виде услуг рекламного и PR-характера со стороны спонсируемой стороны [7, с. 40].

Чертой, отличающей спонсорство от благотворительности, является взаимная выгода. В основе спонсорства, — отмечают Г.Л. Тульчинский и А.Ф. Векслер — лежит взаимовыгодное сотрудничество, которое строится на реализации совместных проектов. В свою очередь, благотворительность — это безвозмездная помощь, не требующая получения выгоды. Спонсорство же обязано быть выгодным спонсору и его адресату. Это одна из причин, почему спонсорские отношения оформляются договором, который содержит взаимные обязательства обеих сторон — спонсора и получателя. Отличие спонсорской поддержки от других видов материальной помощи заключается именно в том, что она обязательно предусматривает встречную услугу. Спонсоры вкладывают средства в обмен на ожидаемую пользу [3, с. 89].

В чем же привлекательность спонсорства и благотворительности для бизнеса? Во-первых, оно способствует продвижению торговой марки. Оно помогает компаниям «выделиться из толпы», сделать бренд и компанию узнаваемыми.

Во-вторых, для компаний спонсорство — это возможность позиционировать свой бренд как инновационный и креативный, способ улучшить его имидж, обеспечить позитивное восприятие бренда. Принятие участия в общественно значимых мероприятиях и событиях помогает ассоциировать организацию со спортом, культурой, здоровьем, социальным благополучием. Таким образом, это целенаправленно закрепляет позитивные ассоциации с брендом.

В-третьих, спонсорство — превосходный аналог рекламы. В современном мире широко распространено привлечение спонсорства для расширения или продолжения классической рекламной деятельности компаний. Большое будущее пророчат спонсорству специалисты, несмотря на то, что спонсорство по сравнению с прямой рекламой — занятие более хлопотное и трудоемкое, а рассчитать его эффективность сложнее. Спонсорство как аналог рекламы стал

так популярен в большой степени из-за роста ограничений на использование прямой рекламы [5, с. 184].

Главным отличием спонсорства от рекламы в том, что оно подразумевает вовлечение аудитории в данную коммуникацию, тогда как рекламу многие потребители воспринимают как досадное вторжение в частную жизнь. Если спонсорскую программу грамотно построить и реализовать, она способна обеспечить максимальное приближение рекламируемого бренда к широкому кругу потенциальных потребителей, а также создать положительную ассоциацию между мероприятием и его компанией-спонсором.

Еще одним преимуществом спонсорства по сравнению с традиционной рекламой является различие в уровне «зашумленности». Почти все компании прибегают к традиционной рекламе на телевидении или радио, в то время как компаний, которые активно и эффективно используют спонсорство намного меньше [3, с. 96].

Кроме того, спонсорство крупнейших мероприятий и событий воспринимается потребителями как признак наиболее крупных и успешных компаний, которые уделяют должное внимание социальной ориентированности бизнеса.

В-четвертых, спонсорство — инструмент повышения лояльности, способ без лишних затрат установить прочную связь с целевым рынком. Оно предоставляет компаниям наличие разных по составу целевых аудиторий и позволяет установить более тесные контакты с потребителями их продукции.

В-пятых, спонсорство является способом вовлечения и поддержки персонала, стимулирования служащих. Данная форма социальной ответственности бизнеса содержит разнообразные и привлекательные возможности поощрения сотрудников организации и их семей.

Также, для некоторых компаний спонсорство является возможностью продемонстрировать результаты своей работы. Примером этого может служить спонсорство нефтяной компанией Лукойл гоночной команды «ЛУКОЙЛ Рейсинг Тим» — лидера отечественного автоспорта. Ее пилоты выступают

в сильнейших чемпионатах Европы и мира по автомобильным гонкам, помогая продвигать бензины и масла, производимые компанией.

И конечно, спонсорство может являться средством проникновения на зарубежные рынки. Так, устремившаяся на рынки Азии немецкая компания Siemens AG стала спонсором McLaren, одной из команд «Формулы-1».

Привлекательность благотворительности связана с возможностями создания дополнительных факторов развития бизнеса, таких как:

- улучшение внешней деловой среды за счет усиления благожелательного отношения, укрепление социальных связей с клиентами, поставщиками, инвесторами, органами власти;

- повышение деловой репутации фирмы;
- формирование и продвижение привлекательного имиджа, бренда;
- эффективная интеграция маркетинговых коммуникаций;
- расширение потребительской, клиентской базы;
- развитие новых рынков;
- дополнительные возможности сбыта продукции;
- дополнительные конкурентные преимущества;
- рост лояльности персонала и снижение текучести кадров [7, с. 44].

Для инвесторов благотворительность — важное средство для придания компании более привлекательного имиджа, а значит, повышения курса ее акций. Сотрудники заинтересованы в благотворительности, поскольку растет престиж их места работы. Это облегчает для компаний наем, снижает текучесть кадров. Благотворительность создает и благоприятную среду в отношениях со СМИ, органами власти, населением, общественностью. Это как минимум уменьшает транзакционные издержки, создает преимущества в распределении ресурсов.

В отличие от благотворительности, спонсорство имеет четко выраженные недостатки, которые могут влиять на эффективность использования данной формы социальной ответственности бизнеса. К числу недостатков спонсорства эксперты относят:

- необходимость больших расходов при спонсорстве крупных мероприятий высокого уровня;
- возможность отрицательного результата в связи с негативной оценкой самого мероприятия;
- возможность ограничения эффекта спонсорского участия одной компании участием других спонсоров;
- невозможность полного контроля спонсором содержания проекта.

Поэтому при принятии решения спонсирования какого-либо мероприятия компаниям нужно учитывать данные недостатки и пытаться их исключить.

Также спонсорство и благотворительность отличаются сферами, где данные формы социальной ответственности бизнеса применяются.

Наиболее значимые сферы применения спонсорства — это спорт, культура и искусство, фестивали, медицина и здравоохранение. Для благотворительности характерны следующие направления:

- научно-исследовательские институты;
- образовательные учреждения (школы, колледжи, университеты, институты);
- центры искусств;
- церкви и религиозные общины;
- различные общественные организации.

Компании сами выбирают для себя формы социальной ответственности и приемлемые направления в соответствии с видом деятельности.

Список литературы:

1. Берлинг Д. Бизнес. Благотворительность. Общественное мнение. — М.: Форум доноров, 2010.
2. Благов Ю.Е. Корпоративная социальная ответственность: эволюция концепции / Ю.Е. Благов. — СПб.:Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2010.
3. Векслер А.Ф. Зачем бизнесу спонсорство и благотворительность / А. Векслер, Г. Тульчинский. — М.: Вершина, 2010. — 336 с.

4. Волкодав С.П. Проблемы спортивного спонсорства / С.П. Волкодав. — М.: Компания Спутник +, 2011. — 61 с.
5. Канаева О.А. Корпоративная социальная политика: теория и практика управленческих решений / О.А. Канаева. — СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2013. — 364 с.
6. Социальная роль бизнеса в общественном развитии: Корпоративная благотворительность и спонсорство в бизнесе. — М.: Международная Ассоциация менеджеров, 2011.
7. Тульчинский Г.Л. Корпоративная социальная ответственность: технологии и оценки эффективности / Г.Л. Тульчинский. — М.: Издательство Юрайт, 2014. — 338 с.
8. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (принят ГД ФС РФ 22.02.2006) (действующая редакция от 30.01.2014).
9. Федеральный закон от 11 августа 1995 г. № 135-ФЗ «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях» (с изменениями и дополнениями, действующая редакция от 5 мая 2014 года).
10. Формирование концептуальных основ корпоративной социальной ответственности // под общ. ред. Канаевой О.А., Сопина В.С. — СПбГУ, 2010. — 311 с.

РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ АУТСОРСИНГА ТРАНСПОРТИРОВКИ НЕФТЕСЕРВИСНОЙ КОМПАНИИ: РЕАЛИЗАЦИЯ ОБЕСПЕЧИВАЮЩИХ ЭТАПОВ

Муратов Равиль Русланович

*студент Национального Исследовательского Университета-
Высшая Школа Экономики,
РФ, г. Москва*

Левина Тамара Владимировна

*научный руководитель, старший преподаватель Национального
Исследовательского Университета-Высшая Школа Экономики,
РФ, г. Москва*

В статьях «Этапы разработки стратегии аутсорсинга транспортировки нефтесервисной компании» [3] и «Разработка стратегии аутсорсинга транспортировки нефтесервисной компании: реализация основных этапов» [4] автором была предложена последовательность действий при разработке стратегии аутсорсинга транспортировки компании нефтесервиса и реализованы основные этапы. Рассмотрим реализацию обеспечивающих этапов.

Измененная в соответствии с разрабатываемой стратегией логистическая сеть компании инициирует изменение процессов. В соответствии со структурой логистической сети компании можно выделить три основных процесса при транспортировке импортных грузов: планирование объемов перевозок, организация процесса транспортировки, мониторинг и контроль деятельности поставщиков транспортных услуг.

Основным процессом транспортировки рассматриваемой компании является организация процесса транспортировки. Для более детального рассмотрения данного процесса будут использованы стандарты и методологии семейства IDEF, которые позволяют эффективно отображать и анализировать процессы компании. При этом широта и глубина исследования процессов определяется разработчиком, что позволяет не перегружать модель излишними данными. Для рассмотрения процесса организации транспортировки импортных грузов на достаточных в рамках стоящей задачи уровнях иерархии будут использованы стандарты IDEF0 и IDEF3 [2, с. 509]. Для рассмотрения

изменения процесса «организация процесса транспортировки импортных грузов» необходимо определить данный процесс AI-IS и TO-BE в соответствии с предложенными выше мерами. Для построения процесса в соответствии со стандартами IDEF0 и IDEF3 будет использовано программное приложение AllFusion ProcessModeler v7. На рис. 1 рассматриваемый процесс представлен в формате IDEF3, т. е. разбит на более низкий уровень иерархии.

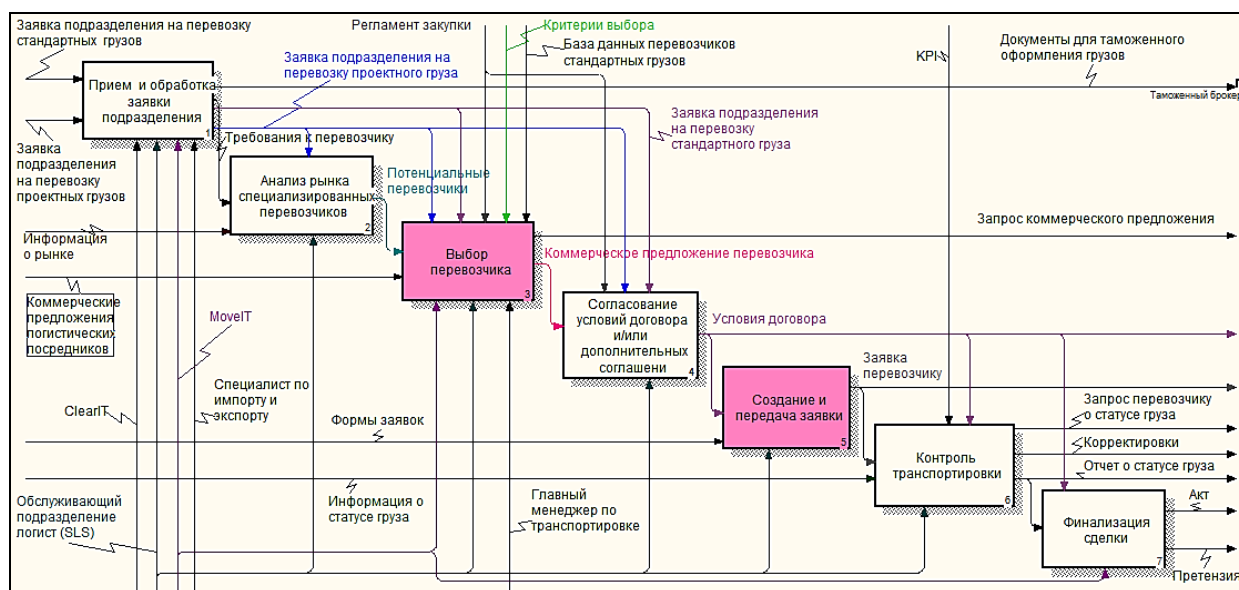


Рисунок 1. Процесс организации транспортировки AS-IS

Как видно из схемы процесса, подразделения бурения подает заявку в приложение MoveIT на осуществление перевозки груза. В заявке обязательно указывается груз и его количество, пункты отправления и назначения, требуемые даты забора и доставки груза. Заявка проверяется логистом и при необходимости дополняется необходимой информацией или корректируется. Также к заявке прикрепляются технические спецификации и сертификаты происхождения, необходимые для таможенного оформления. Специалист по импорту/экспорту на данном этапе процесса передает необходимые документы таможенному брокеру посредством приложения ClearIT для осуществления таможенного оформления грузов, которое включает в себя определение кодов ТН ВЭД, заполнение и подачу в таможенные органы таможенной декларации, расчет таможенных платежей и т.п. Если груз стандартный, то после получения заявки сразу осуществляется выбор

перевозчика из базы в MoveIT; если же груз проектный, то сначала необходимо провести анализ рынка и отобрать потенциальных специализированных перевозчиков. При этом рассматривается возможность консолидации грузов и формирования партий отправок, достаточных для FTL-загрузки. После выбора конкретного перевозчика с ним заключается либо дополнительное соглашение к договору (при перевозках стандартных грузов), либо контракт на разовую перевозку (при перевозках проектных грузов). После этого создается заявка на перевозку, которая передается транспортному посреднику посредством email или телефона. Во время транспортировки осуществляется мониторинг перевозки с отслеживанием статуса груза и его местонахождения. После получения подтверждения доставки груза до пункта назначения заявка закрывается в MoveIT, составляется акт выполнения перевозки или претензия в случае такой необходимости. Рассмотрим подробнее процессы выбора поставщика и составления и передачи заявки AS-IS.

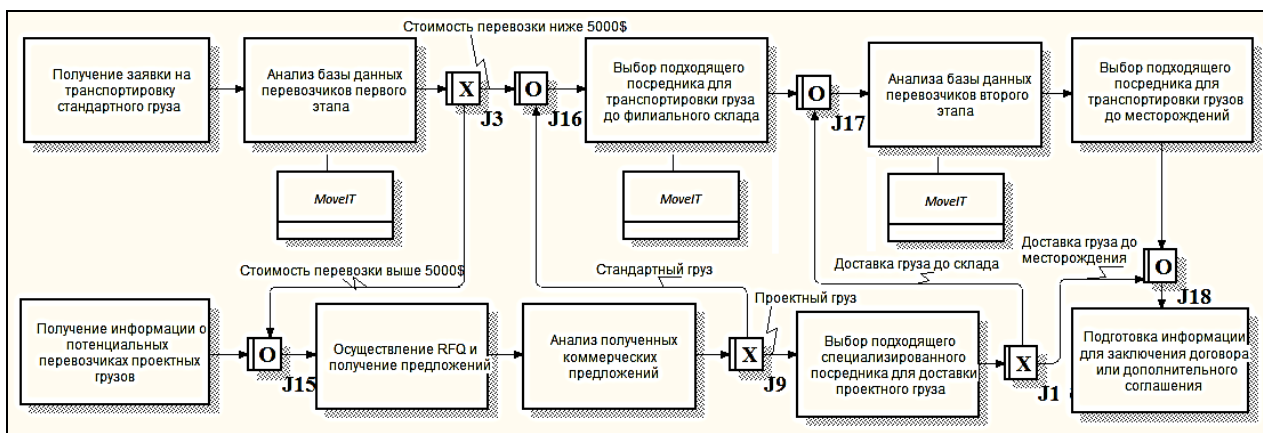


Рисунок 2. Процесс выбора перевозчика AS-IS

Процесс выбора перевозчика различается в зависимости от того, является ли груз стандартным или проектным. Если груз, требующий доставки на месторождения, является стандартным, то логист анализирует базу данных перевозчиков первого этапа (т. е. доставки грузов до филиальных складов) в MoveIT. При этом в базе данных есть тарифы на перевозку различными перевозчиками по различным маршрутам различными перевозчиками. Если стоимость перевозки грузов по необходимому направлению не превышает 5000 долларов

(данная цифра установлена директивно руководством компании), то логист переходит к анализу в MoveIT базы данных перевозчиков второго этапа (т. е. доставки грузов до месторождений) и подготавливает информацию для формирования заявки посреднику. Если стоимость транспортировки превышает 5000 долларов или по данному маршруту отсутствуют тарифы на грузоперевозку, то главный менеджер по транспортировке осуществляет запрос котировок у перевозчиков из базы данных MoveIT. В ответ на RFQ он получает коммерческие предложения, анализирует их и выбирает подходящего перевозчика первого этапа и затем второго этапа. При этом отсутствуют четкие критерии выбора перевозчика: в одних случаях главным критерием выступает тариф, в других — время доставки, в-третьих — время отправления груза и т. д. Стоит отметить, что для всех перевозчиков второго этапа есть установленные договорами ставки грузоперевозки по всем маршрутам. При перевозках проектных грузов логист, обслуживающий подразделение бурения, осуществляет поиск специализированного перевозчика в Интернете или использует информацию о перевозчиках, с которыми компания уже имела дело. После отбора потенциальных перевозчиков проектных грузов главный специалист по транспортировке осуществляет у них запрос котировок и в ответ на полученные предложения выбирает наиболее подходящего перевозчика. Четко установленные критерии в данном случае также отсутствуют, и менеджер руководствуется, в первую очередь, собственным опытом и знаниями. При этом нередко возникают ситуации, когда не удается найти перевозчика, способного доставить буровую установку из порта в Санкт-Петербурге непосредственно до месторождения. Если специализированный перевозчик может осуществить доставку груза сразу до месторождения, то логисту не требуется выбирать перевозчика на втором этапе доставки груза. В ином случае логист вынужден анализировать базу данных с локальными перевозчиками и выбирать подходящего логистического посредника в каждом конкретном случае.

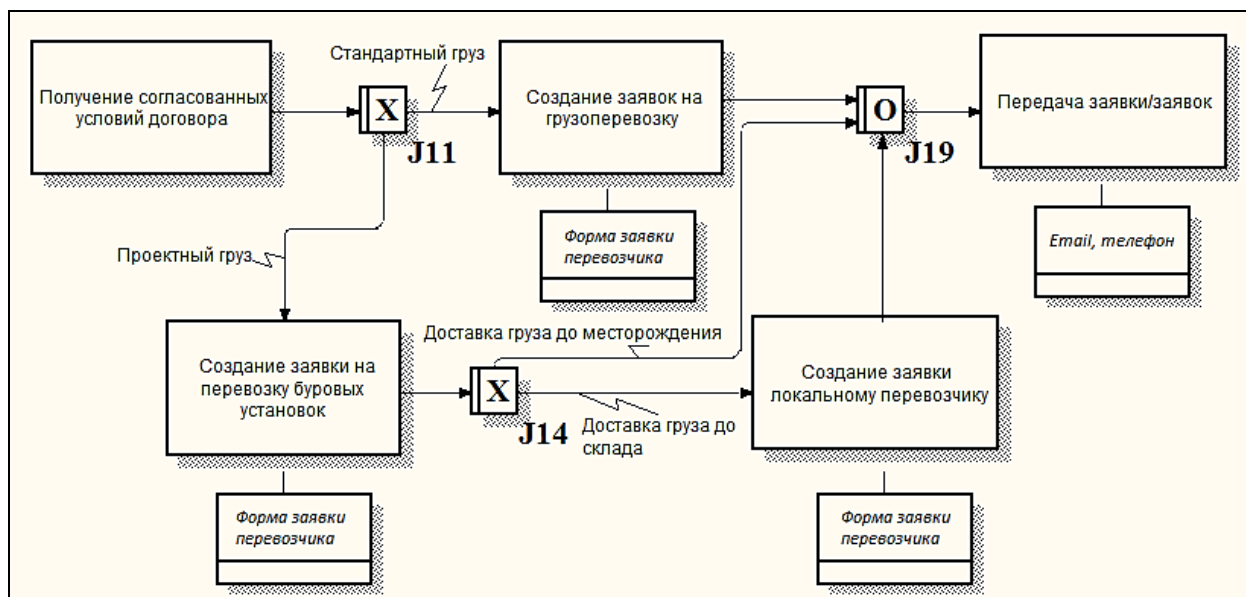


Рисунок 3. Процесс создания и передачи заявки AS-IS

Что касается процесса создания и передачи заявки (рис. 3.11), то после завершения сбора необходимой информации для передачи посредникам процесс различается для разных типов груза. Для стандартных грузов заявка создается в формах в виде Microsoft Word или Excel-файлов, предоставленных компании перевозчиками первого и второго этапов. При этом форма заявки отличается для каждого перевозчика, в связи с чем нередко возникают ситуации, связанные с трактовкой того или иного поля в заявке и правильностью его заполнения. В таких случаях логисты вынуждены делать уточняющие звонки транспортным контрагентам. После составления заявки поставщику транспортной услуги она передается каждому задействованному в перевозке логистическому посреднику посредством email или телефону. При перевозке проектного груза заявка на перевозку формируется в форме приложения к договору на разовую перевозку крупногабаритного груза. При невозможности доставить груз специализированным перевозчиком сразу до месторождения логисту требуется сформировать и передать заявку локальному перевозчику на втором этапе доставки.

Рассмотрев процессы AS-IS, перейдем к рассмотрению процессов TO-BE в соответствии с изменениями, вызванными разрабатываемой логистической стратегией. В соответствии с разработанными спецификациями, осуществление

таможенного оформления грузов в числе прочего комплекса услуг решено передать логистическим посредникам, поэтому отпадает необходимость в специалисте по импорту/экспорту для осуществления таможенного оформления. Также с учетом стратегии по сокращению количества логистических посредников и поддержанию с ними долгосрочных партнерских отношений, по каждому направлению перевозки стандартного груза будут получены соответствующие тарифы и иная необходимая информация. Таким образом, будет сформирована полноценная база данных всех логистических провайдеров с тарифами по всем направлениям грузоперевозок, поэтому отпадает необходимость в привлечение для запроса котировок и заключения договоров со специализированными перевозчиками главного специалиста по логистике. Все транзакции, связанные с грузоперевозками, будут осуществляться с использованием TMS (Transportation Management System), которая позволит обеспечить требуемый уровень информационного взаимодействия. Серьезные изменения претерпит данный процесс и на более низком уровне иерархии (рисунок 4).

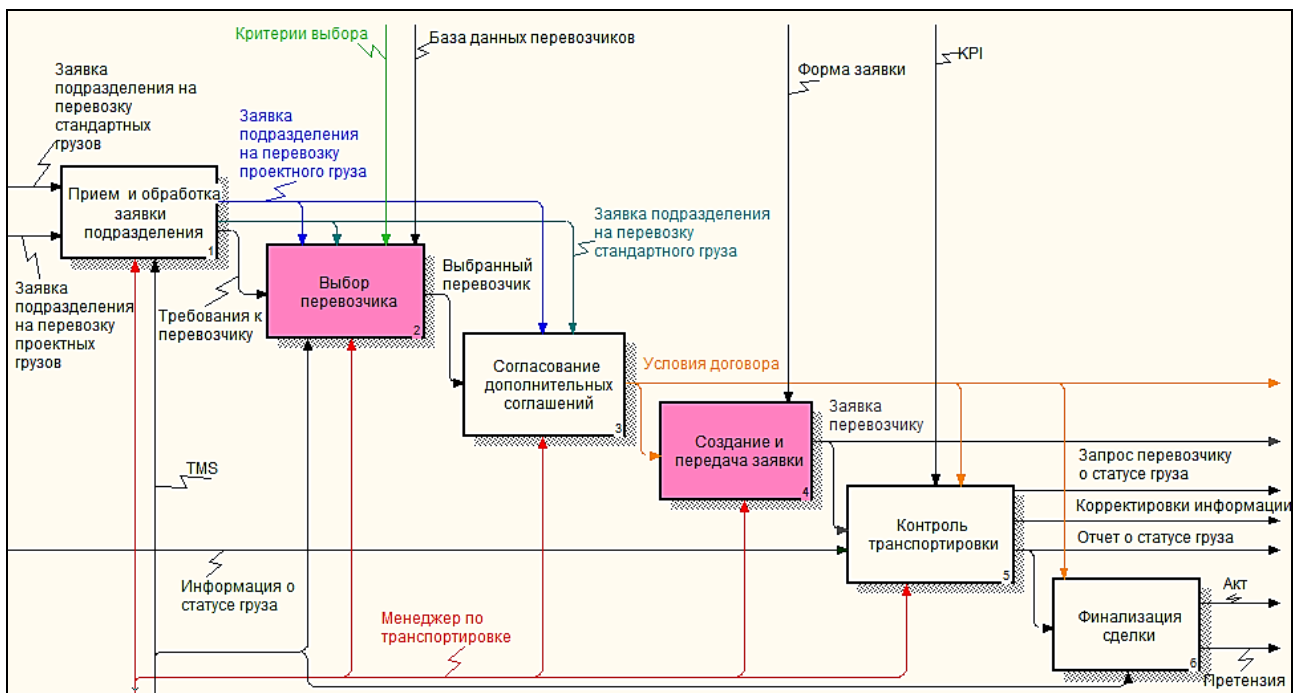


Рисунок 4. Процесс организации транспортировки ТО-ВЕ

Благодаря созданию базы логистических операторов для всех типов грузов отпадет необходимость в анализе рынка и заключении договоров при перевозках проектных грузов. Также все этапы процесса будут осуществлять только логисты по подразделению бурения без необходимости привлечения других специалистов.

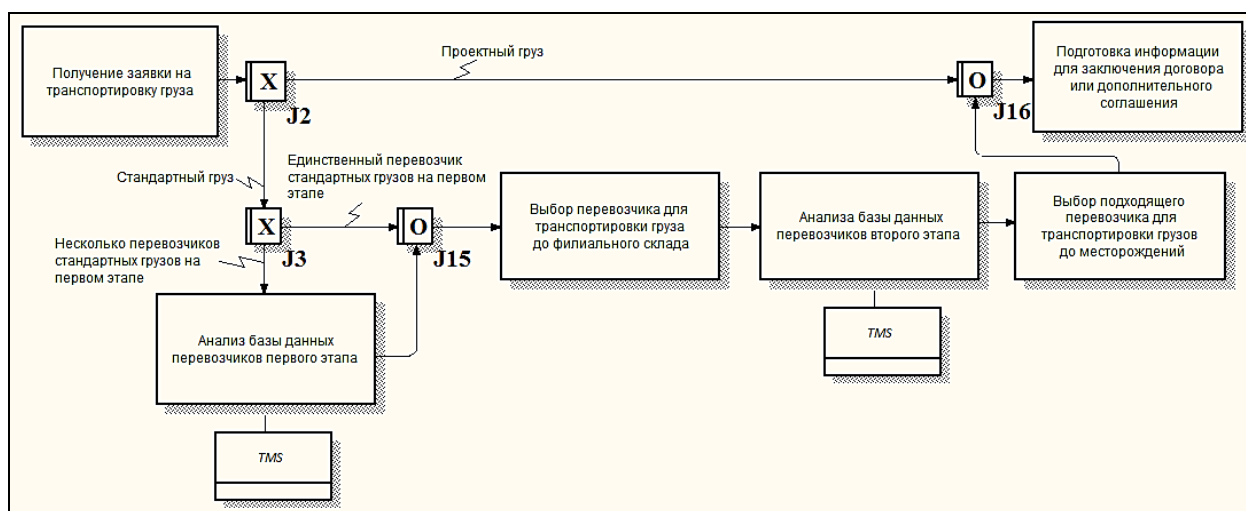


Рисунок 5. Процесс выбора перевозчика ТО-ВЕ

Значительно изменится и упростится процесс выбора перевозчика. При перевозках стандартных грузов при наличии единственного посредника, способного обслуживать текущие и перспективные объемы компании, логист при всех грузоперевозках на первом этапе будет выбирать его, далее по определенным выше критериям необходимо выбрать локального логистического посредника на втором этапе доставки. Если на первом этапе компанию обслуживает несколько посредников, то предварительно необходимо проанализировать базу данных перевозчиков и выбрать подходящего в конкретном случае. При перевозках проектных грузов задача логиста сводится только к подготовке всей необходимой информации о грузе для передачи LLP.

Что касается процесса создания и передачи заявки ТО-ВЕ (рис. 6), то он также претерпит значительные изменения и максимально упростится. Логист после завершения сбора всей необходимой информации как по стан-

дартному, так и по проектному грузу, создает в TMS заявку и передает ее через TMS контрагенту по транспортировке.

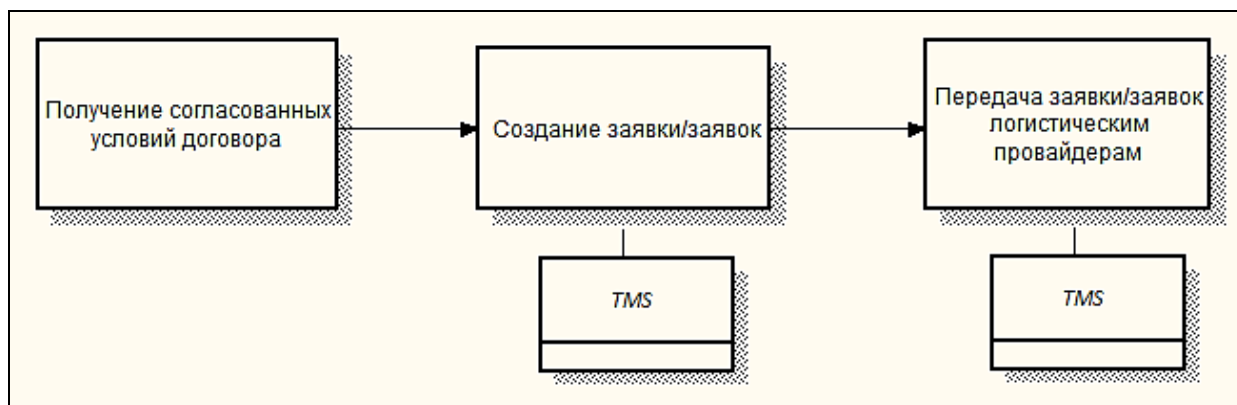


Рисунок 6. Процесс создания и передачи заявки TO-BE

Как видно из сравнения процесса организации транспортировки AS-IS и TO-BE, новая стратегия позволит значительно упростить процесс и входящие в него операции, сократить время выполнения составляющих процесса и всего процесса в целом.

Изменение процесса влечет за собой изменение организационной структуры отдела логистики. Существующую дивизиональную организационную структуру отдела логистики изменять не требуется, поскольку она поддерживает корпоративную стратегию концентрированного роста, нацеленную на увеличение доли «Компании» на рынке бурения России за счет развития географии сбыта и привлечения новых клиентов. Дивизиональные организационные структуры эффективны в изменяющейся среде, ориентированы на принятие оперативных решений и позволяют успешно решать сложные межфункциональные проблемы. Однако стоит изменить принцип разделения на дивизионы. Существующая структура имеет разделение по географическому признаку, но при этом деление является весьма условным, поскольку все сотрудники отдела логистики работают в центральном офисе компании. В связи с этим целесообразнее разделять дивизионы не по географическому признаку, а по продуктовому, т. е. по предоставляемым услугам внешним клиентам.

Помимо этого, изменения коснутся количественного состава отдела логистики, и в первую очередь менеджеров по транспортировке, обслуживающих подразделение бурения. С учетом разрабатываемой логистической стратегией, нацеленной на сокращение до необходимого минимума количества логистических посредников, отпадает необходимость в двух специалистах по обслуживанию сегмента бурения в каждом регионе. В связи с сокращением количества посредников можно также сократить количество специалистов отдела логистики, обслуживающих подразделение бурения в регионах и осуществляющих организацию доставки грузов до месторождений, работая с небольшим числом выбранных логистических посредников. Обосновать сокращение можно тем, что трудоемкость работ благодаря изменению процессов сократится почти вдвое — в 1,96 раз.

Также отпадает необходимость в специалисте по импорту/экспорту (ВЭД), обслуживающем рассматриваемое подразделение, поскольку выполняемые им раньше таможенные операции будут переданы на аутсорсинг логистическому провайдеру в составе других услуг. Помимо этого, высвободится свободное время главного специалиста по транспортировке за счет устранения необходимости осуществления запроса котировок в соответствующих случаях и заключения контрактов со специализированными перевозчиками. Высвобожденное время может быть использовано для решения стратегических задач, а не на решение преимущественно операционных вопросов, как это происходит сейчас.

Что касается разработки системы контроллинга, то для оценки эффективности деятельности отдела логистики и его вклада в повышение рентабельности компании будут использоваться разработанные в соответствии со стратегической картой КРІ, представленные в таблице 1. В таблице 2, в свою очередь, представлены минимально необходимые наборы КРІ, позволяющие оценить эффективность деятельности логистических провайдеров, а также методы их расчета. Данные наборы КРІ будут использоваться для мониторинга

и контроля деятельности поставщиков транспортных услуг, осуществляющих перевозку стандартных грузов на первом этапе доставки и проектных грузов.

Таблица 1.

Предлагаемый набор ключевых показателей эффективности для оценки деятельности отдела логистики

КРІ	Расчет	Ед.
Доля транспортных затрат в составе операционных	Транспортные затраты / Операционные затраты * 100 %	%
Затраты на транспортировку 1 т общего груза	Затраты на комплекс услуг логистического провайдера, приходящиеся на 1 т груза	Руб.
Затраты на транспортировку 1 т негабаритного груза	Затраты на комплекс услуг логистического провайдера, приходящиеся на 1 т груза	Руб.
Доля стандартных грузов, доставленных в сохранности	Объем стандартных грузов, доставленных в сохранности / Общий объем перевозок стандартных грузов * 100 %	%
Доля проектных грузов, доставленных в сохранности	Объем проектных грузов, доставленных в сохранности / Общий объем перевозок проектных грузов * 100 %	%
Доля стандартных грузов, доставленных в требуемое время	Объем стандартных грузов, доставленных в срок / Объем перевезенных стандартных грузов * 100 %	%
Доля проектных грузов, доставленных в требуемое время	Количество проектных грузов, доставленных в срок / Общее количество перевезенных проектных грузов * 100 %	%
Доля выполненных заказов, полностью соответствующих заявке (стандартные грузы)	Количество заказов, полностью соответствующих заявке / Общее количество выполненных заказов * 100 %	%
Процент «совершенных заказов» для стандартных грузов	% заказов, выполненных своевременно * % заказов, полностью соответствующих заявке * % заказов с точными документами * % заказов с сохранным грузом	%
Процент «совершенных заказов» для проектных грузов	% заказов, выполненных своевременно * % заказов с точными документами * % заказов с сохранным грузом	%
Средняя длительность цикла приема и обработки заявки подразделения	Общая длительность циклов приема и обработки заказа / Количество заявок подразделения * 100 %	Ч.
Средняя длительность цикла выбора логистического посредника при перевозках стандартных грузов	Общая длительность циклов выбора логистического посредника / Количество заявок подразделения * 100 %	Ч.
Средняя длительность цикла заключения дополнительных соглашений	Общая длительность циклов заключения дополнительных соглашений / Количество заявок подразделения * 100 %	Ч.
Средняя длительность цикла создания и передачи заявки логистическому посреднику	Общая длительность циклов создания и передачи заявок / Количество переданных заявок * 100 %	Ч.

Средняя длительность цикла выставления претензий перевозчику	Общая длительность циклов выставления претензий / Количество грузоперевозок * 100 %	Ч.
--	---	----

Таблица 2.

Предлагаемый набор ключевых показателей эффективности для оценки деятельности логистических провайдеров и LLP

КРІ	Расчет	Ед.
Средняя стоимость перевозки 1 т груза	Общая стоимость услуг за период / Общий объем грузоперевозок	Руб.
Среднее время перевозки груза по каждому маршруту	Общее время перевозки грузов по маршруту / Общее количество перевозок по маршруту	Дн.
Среднее время таможенной очистки 1 т груза	Общее время таможенной очистки / Общий объем грузов	Дн.
Доля грузов, правильно прошедших таможенные процедуры	Объем грузов, правильно прошедших таможенные процедуры / Общий объем грузов * 100 %	%
Доля грузов, забранных с консолидационных складов/порта в СПб в срок	Объем грузов, забранных со склада в требуемый срок / Общий объем грузов * 100 %	%
Доля перевозок, выполненных в требуемый срок	Объем грузов, доставленных в пункт назначения в срок / Общий объем грузоперевозок в данный пункт * 100 %	%
Доля перевозок с сохранным грузом в пути	Объем грузов, доставленных в сохранности / Общий объем грузоперевозок * 100 %	%
Доля перевозок, выполненных с точно оформленной транспортной документацией	Объем перевозок, выполненных с точно оформленными документами / Общий объем грузоперевозок * 100 %	%
Процент «совершенных заказов» (Perfect Order)	% своевременно выполненных заказов * % заказов с точной документацией * % заказов с сохранным грузом	%
Среднее время подтверждения заявки на перевозку	Общее время ожидания подтверждения заявки на перевозку / Общее количество заявок провайдеру	Ч.
Доля отказов от перевозки груза	Общее количество отказов в выполнении грузоперевозки / Общее количество заявок на перевозку * 100 %	%

Последним этапом разработки логистической стратегии аутсорсинга является разработка информационной поддержки процесса транспортировки. Существующие приложения — MoveIT и ClearIT — не отвечают современным задачам информационного взаимодействия специалистов отдела логистики с контрагентами по транспортировке и усложняют работу логистов в связи с необходимостью одновременной работы в двух приложениях. В создании единого информационного пространства на основе интеграции информа-

ционных корпоративных систем между компанией и транспортными посредниками в настоящее время нет необходимости, тем более не многие действующие в России транспортные компании готовы на это по техническим и финансовым причинам. Для осуществления информационной поддержки достаточно разработки и внедрения TMS. TMS позволит объединить и значительно упростить процессы планирования транспортировки, получения заявок от производственных подразделений, передачи заявки на перевозку логистическому провайдеру и расчета с поставщиками транспортных услуг. При этом TMS позволяет осуществлять управление процессами в рамках единого приложения с учетом всех видов перевозок: как автомобильных, так и сложных мультимодальных. TMS должна быть интегрирована с ERP-системой компании для возможности осуществления обмена информацией и ее анализа в режиме реального времени.

Список литературы:

1. Корпоративная логистика в вопросах и ответах / Под общ. и науч. ред. проф. В.И. Сергеева. — М.: ИНФРА — М, 2013. — 634 с.
2. Логистика: Учебник. Полный курс MBA / под ред. В.И. Сергеева, — М.: Эксмо, 2011. — 944 с.
3. Муратов Р.Р. Этапы разработки стратегии аутсорсинга транспортировки нефтесервисной компании. Сборник трудов XXV студенческой международной заочной научно-практической конференции «Научное сообщество студентов XXI столетия», 2014. — 313 с. С. 99—108.
4. Муратов Р.Р. Разработка стратегии аутсорсинга транспортировки нефтесервисной компании: реализация основных этапов. Сборник трудов XVIII студенческой международной заочной научно-практической конференции «Молодежный научный форум: общественные и экономические науки», 2014. — 275 с. С. 93—107.

РАЗВИТИЕ РЫНКА ИНФОРМАЦИОННОГО УСЛУГ

Саркисян Армен Самвелович

*магистрант Московского государственного технического университета
радиотехники, электроники и автоматики,
РФ, г. Москва*

Овчинникова Лидия Иосифовна

*научный руководитель, доц. Московского государственного технического
университета радиотехники, электроники и автоматики,
РФ, г. Москва*

В статье ставится задача рассмотреть развитие рынка информационных услуг в различных ее аспектах. Автор показывает, что сильнейшее влияние на развитие был и остается экономический фактор. Выявлена и обоснована необходимость рассматривать журналистику через призму экономики производства.

Как нам известно, рынок — это пространство, в котором происходит обмен между производителями и потребителями товаров и услуг. Иначе рынок может быть определен как совокупность продавцов и покупателей, осуществляющих обмен в виде купли-продажи. Но рассматриваемый нами информационный рынок имеет свою специфику [7, с. 127].

Информационный рынок образуется в тех случаях, когда у людей возникают потребности в информационных услугах. Необходимая потребителям информационная услуга становится очень ценным и ходовым товаром. С экономическим прогрессом в крупнейших странах мира, с укреплением национальных и международных рынков — формируется информационный рынок.

Основным товаром на информационном рынке являются информационные услуги в различных ее формах и состояниях — полуфабриката или готового продукта [11, с. 67].

При экономическом анализе информационных услуг не следует путать с фактической информацией. Информация в большинстве случаев не результат

информационной деятельности, возвращается извне, от других сфер общественного производства [2, с. 114].

Очевидно, любая система, в том числе социально-экономическая, содержит три вида ресурсов: материальные, энергетические и информационные.

Основу системы составляют материальные ресурсы, энергетические же ресурсы определяют возможную интенсивность процессов. При их отсутствии система оказывается либо статической, либо все процессы, происходящие в ней, полностью обуславливаются внешними факторами [7, с. 82].

Информационные ресурсы играют двойную роль: одна часть информационных ресурсов определяет структуру системы и обеспечивает стабильность структуры: вторая часть выполняет функции управления, т. е. определяет характер процессов, происходящих в системе. Информационный ресурс часто называют собственной информацией системы [8, с. 142].

Есть большая необходимость иметь количественную и качественную оценку материальных, энергетических и информационных ресурсов при исследовании и управлении экономическими системами [13, с. 57].

В настоящее время практически нет ни одной сферы или отрасли сферы деятельности, классификация которых была бы настолько противоречива, как в сфере услуг. Это связано в первую очередь с тем, что, если все национальные экономики дифференцировать на производство продуктов и оказание услуг, то само понятие «продукт» будет более четким и ясным, чем «услуга». В экономике есть области, предоставляющие огромный список различных услуг, таких как бытовые услуги: объединить все их множество одним четким понятием достаточно сложно, так как их общность определяется тем, что многие из них необходимы человеку постоянно или периодически. Кроме того, спрос на бытовые услуги постоянно растет, не только количественно, но и качественно, потому что существуют новые, ранее неизвестные потребности. Примерно тоже самое можно сказать и о потребительских товарах [7, с. 52].

Таким образом, в формировании экономической политики в отношении сектора услуг необходимо иметь классификацию, которая может четко и аргументировано показать, что они едины.

Чрезвычайно широко понятие информационных услуг. Различные специалисты относят к информационным услугам и услуги по передаче информации, услуги по сбору и обработке информации, информационные услуги, издательскую деятельность, услуги, обучение и развитие, услуги по созданию информационных систем, служб, средств массовой информации, научно-исследовательские и проектные услуги по разработке технического обслуживания оборудования, связанных с обработкой и передачей информации, объекты художественной культуры. В процессе такого анализа рынка информационных концепций информационных продуктов и информационных услуг часто не разделяют. Это обусловлено информационной продукцией: информационный продукт не подвергается разрушению и физического износа, но часто ассоциируется с определенным моментом времени, оно может легко тиражироваться и одновременно участвовать в нескольких процессах воспроизводства. Из-за наличия такого обширного спектра информационных услуг требуется скрупулезный подход к классификации.

На основе используемых классификационных признаков информационные услуги могут быть классифицированы следующим образом: по направлению воздействия на потребительную стоимость, по способу предоставления, по формам, по необходимости присутствия клиента в момент оказания услуги [6, с. 94].

При классификации информационных услуг основными являются следующие признаки:

- модели потребления;
- социальная значимость услуг;
- поддержка технологии;
- форма оказания услуг;
- удовлетворяемые потребности;

- потребительское назначение услуг.

Возникновение и развитие рынка информационных продуктов и услуг тесно связано с развитием информационных технологий, прежде всего компьютерных. Хотя первые информационные услуги появились на рынке Америки и Европы до того, как компьютеры стали общедоступными, по-настоящему широкое пользование ими началось в 80-х годах прошлого века, когда вычислительная техника стала доступной для небольших предприятий.

Можно разделить на несколько этапов развитие рынка информационных продуктов и услуг [7, с. 68].

Первый этап — это формирования рынка в связи с бурным развитием экономики в различных странах. В то время, в этих государствах наблюдался рост экономики, усиление рыночной конкуренции, и в результате этого была осознана роль информационных ресурсов в развитии бизнеса, стремительно развивающихся в различных СМИ, включая электронные средства телекоммуникаций.

Следующий этап развития информационного рынка — это появлением первых коммерческих компьютеров, способных работать с научными задачами.

Третий этап развития информационного рынка — это дальнейшее развитие информационных технологий. В начале 80-х годов, в результате технологического прогресса, на рынке появились достаточно мощные и недорогие персональные компьютеры, которые могли использоваться в бизнесе.

Четвертый этап развития информационного рынка — это появление и развитие интернета [7, с. 83].

Развитие отечественной индустрии информационных продуктов и услуг существенно отличается от западного пути. Если в США «колыбелью» рынка стали высшие учебные заведения, то реалии российского рынка информационных продуктов и услуг были созданы в системе научно-технической информации.

Происхождение информационного рынка в России началось в середине 80-х годов в результате внедрения экономических отношений в масс-медиа,

работающих в сфере научно-технической информации. Как система некоммерческих информационных ресурсов, часто объединенных в ведомственные сети, развивалась российская информационная индустрия [10, с. 59].

Как неотъемлемую часть единого рынка необходимо рассматривать рынок информационных продуктов и услуг, объектами которых являются товары в виде информационных продуктов, информационных услуг, научно-технической, проектно-конструкторской и технико-технологической продукции, а субъектами — контрагенты рынка, дифференцированные, но объему своего производственного, научного, информационного и финансового потенциала, а также формам собственности.

По виду представляемых услуг можно выделить пять групп поставщиков информационных продуктов и услуг: [9, с. 157]:

- поставщики интеллектуальных услуг;
- поставщики телекоммуникативных услуг;
- поставщики новостных услуг;
- генераторы баз данных;
- информационные посредники.

Исследования показывают, что доля бытовых услуг, постоянно растет, а доля информационных услуг делового характера постоянно снижается. Наблюдается тенденция снижения доли специалистов в области информационных технологий среди потребителей современных видов информационных услуг, указывая увеличение числа потребителей, которые не имеют специальных навыков и оборудования, которые нуждаются в информации, в своей профессиональной работе, так и дома.

Маркетинг инновационных продуктов и услуг имеет много общего с маркетинговыми программами в сферах бизнеса, но при этом надо иметь в виду, что маркетинг на рынке информационных услуг и имеет свою специфику.

Во время внедрения информационной деятельности возник так называемый «информационный маркетинг» или маркетинг информационных продуктов и услуг [15, с. 89].

Основными элементами программы информационного маркетинга являются: анализ продукта и ценообразование на рынке информационных услуг, установление принципов отношений между партнерами, рекламных и промо-мероприятий, контроль за исполнением маркетинговых программ.

Особого внимания заслуживают проблемы государственного регулирования информационной деятельности.

В России государство уже не оказывает большого влияния на развитие рынка информационных продуктов и услуг и не играет большой роли в его регулировании, ограничиваясь несколькими нормативными актами, затрагивающими вопросы авторского права, средств массовой информации, телекоммуникаций и организации системы научно-технической информации, в то время как в экономически развитых странах информационной и телекоммуникационной политике сейчас уделяется огромное внимание [11, с. 75].

В Российской Федерации была разработана и внедрена информационная политика в пяти уровнях: национальном; региональном; отдельного хозяйствующего субъекта; отраслевом; индивидуальном. Политика информатизации различных уровней практически инвариантна к масштабам территории или региона, но они имеют некоторые отличия, в порядке соответствующих инструментов и методов [4, с. 58].

К сожалению, сейчас мы видим разрыв, причём значительный, между российским и мировым рынком информационных услуг. А это приведёт к неблагоприятным последствиям для развития малого и среднего бизнеса в России. Чтобы преодолеть этот разрыв, необходимо чтобы наше государство субсидировало формирование единой информационной инфраструктуры рынка информационных услуг, а также жестко контролировало качество профобразования по соответствующей специальности.

Список литературы:

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. Пер. с англ. — М.: Питер, 2010.
2. Ансофф И. Стратегический менеджмент. Классическое издание. / Под ред. А. Петров. — М.: Питер, 2010.
3. Басовский Л.Е. Маркетинг: Курс лекций. — М.: ИНФРА — М, 2012.
4. Боумен К. Основы стратегического менеджмента. под ред. Л.Г. Зайцева, М.И. Соколовой — М.: ЮНИТИ. 2010.
5. Вайсман Р. Механические торговые системы. Психология трейдинга и технический анализ. — М.: Изд-во «Альпина Паблишер», 2011.
6. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент, — М.: Гардарика, 2014.
7. Гуревич С.М. Газета и рынок. Как добиться успеха — М.: ТОО ИИА «Евразия +», 2010.
8. Добунов А.А. Маркетинговая концепция управления предприятием // Маркетинг в России и за рубежом. — 2011.
9. Друкер П.Ф. Практика менеджмента — М.: Изд-во «Манн, Иванов и Фербер», 2015.
10. Карминский А.М., Нестеров П.В. Информатизация бизнеса. — М.; Финансы и статистика, 2012.
11. Маслоу А.Х. Новые рубежи человеческой природы — М.: Изд-во «Альпина Диджитал», 2011.
12. Портер М. Международная конкуренция. Пер. с англ. — М.: Международные отношения, 2010.
13. Саймон Г., Смитбург Д., Томпсон В. Менеджмент в организациях. — М.: Экономика, 2010.
14. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования — М.: ИНФРА — М. 2011.
15. Якокка Л. Карьера менеджера — М.: Изд-во «Попурри», 2014.

СЕКЦИЯ 6. РЕГИОНОВЕДЕНИЕ

СОПЕРНИЧЕСТВО США И КНР В РАЙОНЕ ЮЖНО-КИТАЙСКОГО МОРЯ

Паушева Александра Викторовна
студент Санкт-Петербургского государственного университета,
РФ, г. Санкт-Петербург

Концова Елизавета Андреевна
студент Санкт-Петербургского государственного университета,
РФ, г. Санкт-Петербург

Паришина Мария Валерьевна
студент Санкт-Петербургского государственного университета,
РФ, г. Санкт-Петербург

Дунаева Юлия Генриховна
научный руководитель, канд. ист. наук,
старший преподаватель кафедры мировой политики,
РФ, г. Санкт-Петербург

В последнее время становится очевидным, что основной вектор международных отношений смещается в Азиатско-Тихоокеанский регион. Администрация Б. Обамы также объявила о «возвращении в АТР» [7]. На сегодняшний день азиатский вектор американской политики становится все более заметным. Однако такой внешнеполитический курс США наталкивается на интересы Китая, который позиционирует себя лидером в регионе.

Несмотря на то, что Китай и США являются друг для друга важными экономическими партнерами, американо-китайские отношения характеризуются отсутствием взаимного доверия и наличием противоречий в различных сферах. Например, борьба за африканскую нефть, конфликт интересов вокруг Тайваня, экономическая конкуренция, соперничество за доступ к энергетическим ресурсам на Ближнем Востоке и даже в традиционном регионе американского влияния — Латинской Америке. Так, район Южно-Китайского

моря стал одним из пунктов столкновения интересов. Дело в том, что проблема ЮКМ осложняется тем, что здесь находятся острова — Спратли и Парасельские, принадлежность которых оспаривается Китаем и другими странами ЮВА. Право на острова Спратли оспаривается сразу 6-ю государствами: Китаем, Филиппинами, Брунеем, Вьетнамом, Малайзией и Тайванем. При этом целиком на острова Спратли претендуют: КНР, Тайвань и Вьетнам; на восточный сектор — Филиппины, на южный — Малайзия, Бруней претендует только на один остров из группы. Главными и наиболее активным участником территориального спора является Китай, вступивший в процессе развития в стадию превращения не только в мощную экономическую, но и военную державу. Его основным оппонентом выступает Вьетнам, считающий оба оспариваемых архипелага — Спратли и Парасельские острова своей исконной территорией и активно разрабатывающий месторождения нефти и газа на своем континентальном шельфе. В настоящее время можно констатировать, что территориальные споры по поводу принадлежности островов трансформировались по своему содержанию в споры по поводу права на разработку ресурсов континентального шельфа ЮКМ, на котором расположены спорные острова, а также в споры по поводу контроля морской навигации.

Для КНР Южно-Китайское море имеет огромное значение, которое заключается как в экономической, так и военно-стратегической значимости.

Так, китайское правительство придает огромное значение хозяйственному освоению ЮКМ. Быстро развивающаяся китайская экономика требует все большего доступа к энергетическим ресурсам. Стоит сказать о документе правительства КНР «Китайская политическая стратегия по энергетическому положению» [4], в котором указывается на то, что на сегодняшний день Китай — это самое большое развивающееся государство с развивающейся экономикой, второй производитель и потребитель энергоресурсов, но перед которым стоит главная задача борьбы с бедностью и повышения уровня жизни

населения. При этом рост потребления энергоресурсов Китая является необходимым условием для ликвидации данных проблем.

Так, учитывая геостратегическую и экономическую значимость района ЮКМ, данный район может стать зоной борьбы и противостояния КНР и США не только за региональное лидерство, но также перерасти в борьбу за мировое глобальное доминирование. Как отмечает профессор международных отношений Китайского народного университета Сяохэ Чэн, территориальный спор в Южно-Китайском море стал испытанием для американо-китайских отношений. «Это плохие симптомы для отношений между Китаем и США, — отмечает аналитик, — в особенности, когда обе страны пытаются создать так называемую новую модель международных отношений, а риторика Вашингтона и Пекина в отношении друг друга становится все более резкой» [10].

Позиция США заключается в том, что они пытаются выступать медиатором в разрешении конфликта, призывая к соблюдению свободы морских навигаций в ЮКМ и поддерживают интересы стран-участников спора с Китаем. Таким образом, США закрепляют свои позиции в районе ЮКМ и сдерживают Китай. Такая позиция США вызывает негативную реакцию Пекина, которые придерживается позиции двухстороннего решения проблемы Южно-Китайского моря.

Противостояние КНР и США в районе ЮКМ объясняется его важным геостратегическим и экономическим положением. Так, через Южно-Китайское море проходят судоходные трасы углеводородов, которые доставляются в США из Ближнего Востока. ЮКМ является своего рода коридором Тихого океана и Индийского, где проходит 1, 2 триллиона долларов американской торговли [12, с. 5] Важной особенностью ЮКМ является обширный и неглубокий континентальный шельф, что предопределяет экономическое значение архипелагов Спратли и Парасельский. Юридическое обладание любым из его участков сулит тому или иному государству суверенитет над соответствующей экономической зоной [1, с. 84]. В случае с Парасельскими

островами и островами Спратли, это позволит осуществлять контроль почти над всей акваторией ЮКМ, как исключительной экономической зоной.

Более того, ЮКМ также богато биологическими и минеральными ресурсами: морепродукты, минералы и редкие металлы. По некоторым оценкам, в акваториях ЮКМ содержится до 10 % мировых запасов рыбы [2]. Так, по некоторым оценкам, численность рыбаков в Юго-Восточной Азии достигает 10 млн. человек, в то время как от рыбного промысла зависит благосостояние 100 млн. человек [13, с. 315—330].

Более того, Парасельские острова и острова Спратли обладают военно-стратегической значимостью. Так, контроль только над островами Спратли дает возможность контролировать (по крайней мере, с воздуха) практически всю акваторию Южно-Китайского моря, за исключением Сиамского и Тонкинского заливов [6].

В настоящее время КНР оспаривает около 80 % акватории ЮКМ. Китай не только говорит о праве владения островами Спратли и Парасельские, основанном на исторических источниках [9], а также выдвигает концепцию «исторических вод», по которой ЮКМ должно входить во внутренние воды Китая [14, с. 19—26]. Для КНР вопрос ЮКМ — это проблема «возвращения утраченных земель» и «великого возрождения китайской нации и воплощения китайской мечты». К 2015 году позиция правительства китайского правительства по проблеме Южно-Китайского моря ужесточилась, как и предсказывали многие эксперты. Так, с января 2014 года Пекин ввел новое правило, которое подразумевает, что все рыбаки иностранных государств должны запрашивать разрешение у КНР прежде чем пересечь воды Южно-Китайского моря [11]. Госдепартамент США считает эти действия неправомерными и ничем не обоснованными.

Также в 2014 году Китай начал создавать искусственные острова на спорных территориях в районе Южно-Китайского моря. Китай с помощью драг и бульдозеров расчищает участки у кораллов и рифов в Южно-Китайском море, засыпает их песком, заливает бетоном, строит гавани, причалы, вертолетные площадки и по крайней мере один аэродром. В последние месяцы

Китай создал искусственную земельную массу площадью в 1,5 кв. миль, иными словами, возвел в море Великую китайскую песчаную стену [3] Китай опровергает любые претензии, говоря, что проводит необходимые работы на «своих территориях».

Такая позиция китайского руководства явно противостоит интересам США. Дело в том, что через акваторию Южно-Китайского моря также проходят важные для американских ВМС морские коммуникации. Также ЮКМ является «выходом» на рынки стран ЮВА, торговый оборот с которыми составляет существенную долю в бюджете США. Более того через Южно-Китайское море проходят судоходные трасы, которые используются для транспортировки углеводородов в США с Ближнего Востока. При этом, в рамках нынешнего американского курса «возвращения в Азию», интерес к району ЮКМ приобретает еще большую значимость.

Важной чертой нового подхода стала диверсификация форм вовлеченности США в регионе. Во-первых, США использует территориальные разногласия Китая и других стран ЮВА по вопросу использования акватории ЮКМ для закрепления своих собственных интересов в регионе. США выступают тут в роли защитника интересов малых стран от гегемонной политики Пекина и в роли защитника принципа открытого моря. При этом, странным является тот факт, что США призывают Китай и другие страны соблюдать международные нормы права Конвенции ООН по морскому праву 1982 года [5], сами которую так и не ратифицировали. В целом же, защищая свободу судоходства ЮКМ и интересы и права отдельных участников спора островам, например, Вьетнама или Филиппин, США укрепляют свои позиции в регионе. Однако Пекин выражает неприемлемость интернационализации проблемы Южно-Китайского моря и вмешательства третьей стороны. В ходе выступления Хуа Чуньин заявила, что «США не являются стороной, вовлеченной в территориальный спор в Южно-Китайском море». «Поэтому этой стране следует воздерживаться от поддержки какой-либо из сторон, вовлеченных в территориальный спор, и прилагать больше усилий для

поддержания мира в этом регионе», — подчеркнула официальный представитель МИД КНР [8]. Несмотря на то, что США не являются претендентом на право владения островами, американские интересы в данной проблеме нельзя недооценивать.

В настоящее время как США, так и КНР увеличивают свое военное присутствие в регионе, применяют методы «мягкой дипломатии» для установления своих интересов в районе ЮКМ, а также развивают экономическое сотрудничество со странами данного района. Например, в рамках проекта «Инициативы Нижнего Меконга» (Lower Mekong Initiative) США активно оказывают финансовую помощь странам региона, тем самым укрепляя доверие у союзников. Вашингтон в рамках данного проекта финансирует проведение многих социальных программ развития, здравоохранения, образования и защиты окружающей среды в группе стран региона Меконга (Китай, Лаос, Камбоджа, Мьянма, Таиланд, Вьетнам). Так, США в 2010 г. организовали конференцию по здравоохранению, спонсируют программы по лечению малярии, туберкулеза и ВИЧ-инфекций в данных странах. Также США активно выделяют средства на студенческие обмены для стран АСЕАН. Что касается КНР, то она также активно использует политику «мягкой дипломатии», которая, главным образом, заключается в использовании инструмента китайской диаспоры, а также интенсификацию политики по продвижению культуры, которая заключается в деятельности Институтов Конфуция, а также деятельности по привлечению иностранных студентов стран АСЕАН на учебные программы в КНР.

Таким образом, с дальнейшим «возвышением Китая», продолжением американской политики по «возвращению в Азию» можно прогнозировать, что американо-китайские противоречия в районе Южно-Китайского моря будут только обостряться, что будет негативно сказываться на региональной безопасности АТР. К сожалению, уже вряд ли можно рассчитывать на мирное сосуществование двух держав в регионе ЮКМ, претендующих на глобальное лидерство. Сможет ли Китай занять место США на мировой арене, и кто пойдет на уступки в конфликте ЮКМ, покажет время.

Список литературы:

1. Васильев Л.Е. АСЕАН в начале 21 века. Актуальные проблемы и перспективы. — М.: Форум, 2010 г. С. 84.
2. Габуев А. Штормовое предупреждение // Коммерсант Власть. 03.09.2012 № 35 — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2009573/print>.
3. Китай строит Великую песчаную стену в море 03.04.2015 — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.ng.ru/world/2015-04-03/1_china.html.
4. Китайская политическая стратегия по энергетическому положению. 2007 (на кит. яз.) // Правительство КНР — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.gov.cn/zwgk/2007-12/26/content_844159.htm.
5. Конвенция ООН По Морскому Праву. 1982 г // ООН — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/lawsea.shtml.
6. Корецкий А. Спорят многие, договариваются двое // Коммерсант Власть. 15.07.1995. № 131 — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.kommersant.ru/doc/113435>.
7. Мамонов М.: Возвращение США в Азию // РСМД — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://russiancouncil.ru/inner/?id_4=708#top.
8. МИД КНР: США не следует вмешиваться в территориальный спор в Южно-Китайском море 14.02.2014 — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/966717>.
9. Неоспоримый суверенитет Китая над островами Сиша и Наньша. Документ МИД КНР. 30 января 1980 г.
10. США недовольны введенными КНР ограничениями для рыбаков в Южно-Китайском море 10.01.2014 — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://oane.ws/2014/01/10/ssha_nedovolny_vvedennymi_knr_ogranicheniyami_dlya_rybakov_v_yuzhno-kitayskom_more.html.
11. Patrick M. Cronin: Cooperation from Strength The United States, China and the South China Sea // — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.cnas.org/files/documents/publications/CNAS_CooperationFromStrength_Cronin_1.pdf P.5.
12. Rahman Ch., Tsamenyi M. A Strategic Perspective on Security and Naval Issue. P. 319 // Ocean Development & International Law. 2010. Vol. 41. Issue 4. P. 315—333.
13. Zhao G. Analysis of the Sovereign Dispute over the Spratlys under the Present Law of Sea. P. 22 // Asian Review. 1999, vol. 9, 1999. P. 19—26.

СЕКЦИЯ 7. РЕКЛАМА И PR

ВЫВОД НА РЫНОК НОВОГО БРЕНДА (НА ПРИМЕРЕ БРЕНДА СУВЕНИРНОЙ ПРОДУКЦИИ «ЙОШКИНЫ»)

Елькина Анна Александровна

*студент Поволжского государственного технологического университета,
РФ, Республика Марий Эл, г. Йошкар-Ола*

Васенин Дмитрий Николаевич

*научный руководитель, канд. экон. наук, доц. кафедры Социальных наук
и технологий Поволжского государственного технологического университета,
РФ, Республика Марий Эл, г. Йошкар-Ола*

С каждым годом на рынке появляется все больше конкурентов и становится сложнее заслужить доверия потребителя, поэтому роль формирования бренда становится все более значимой. Чтобы новый продукт стал сильным брендом в условиях увеличения информационного воздействия на потребителя, программы разработки и вывода на рынок новой торговой марки нуждаются в новых подходах.

Бренд — это комплекс ощущений, эмоций, который человек получает при взаимодействии с товаром, услугой или компанией [1, с. 38], результат впечатления, которое производится на потребителя, и результат его опыта в использовании бренда [2, с. 121]. Актуальность вопроса формирования новых подходов к разработке и выводу бренда на рынок подтверждается тем, что сегодня в России 9 из 10 новых товаров погибают в течение первых лет жизни, несмотря на то, что их компании-владельцы вкладывают в торговую марку значительные средства [3, с. 12].

Существует определенный порядок, технология построения и обеспечения развития бренда. Долгое время считалось, что для удачного вывода бренда на рынок достаточно красивой упаковки, удачно подобранных названия и слогана, необычных, ранее неиспользуемых рекламных сообщений. Однако, все перечисленное — всего лишь атрибуты бренда. Развитие бренда включает

целый комплекс различных мер: определение целевой аудитории, позиционирование нового товара, разработка атрибутов бренда, выбор каналов продвижения, управление брендом. Разработка нового бренда — это, в первую очередь, выстраивание коммуникаций. От того, насколько точно каждая мера будет просчитана и продумана, зависит насколько эффективным окажется разрабатываемый бренд.

Вывести на рынок новый бренд без рекламы и PR в настоящее время практически невозможно. На сегодняшний день в маркетинговой практике существует большое количество технологий вывода бренда на рынок. Рассмотрим одну из наиболее используемых технологий, включающую в себя восемь основных шагов вывода бренда на рынок, авторами которой являются Эл и Лора Райс, маркетинговые профессионалы и писатели [4].

Первый шаг носит название «Враг». Его суть в том, что для создания успешного бренда необходимо знать своего «врага» — бренды-конкуренты, которые могут мешать успеху нашего бренда. Определив «врага», можно целенаправленно определить стратегию бренда, которая будет отличаться от его стратегии. Шаг второй — утечка информации — подразумевает под собой, что PR-кампания начинается с так называемой утечки информации, которая передается средствам массовой информации, ведь журналисты любят истории о новых событиях, которые еще только должны произойти. Рекламная кампания, в отличие от PR-кампании, начинается строго в день вывода продукта на рынке, а сам продукт до момента выхода первого рекламного сообщения хранится в тайне.

Особенность третьего шага — наращивания оборотов — состоит в том, что постепенная раскрутка бренда соответствует тому, как большинство потребителей узнают о нем. Сегодня пост в социальных сетях, завтра друг где-то упомянет наш товар — и кажется, что о бренде знают уже давно. Зачем все делать в одиночку, когда другие могут помочь в распространение информации о нашем бренде? Четвертый шаг «Привлечение клиентов»

подразумевает, что постепенное развертывание PR-кампании дает достаточно времени, чтобы привлечь на свою сторону союзников.

На следующем этапе репутация бренда растет, он «разгоняется» и продолжает раскручиваться. На шестом шаге речь идет об обратной связи — если попросить потребителей дать совет или высказать мнение, то есть возможность получить массу идей, которое можно будет использовать в деятельности компании, совершенствуя наш бренд. В последующие этапы рекомендуется совершенствовать уже не сам товар, а рекламные сообщения товара. В одних рекламных посланиях мы можем использовать одни характеристики товара, и, если они окажутся для потребителя стандартными, мы сможем использовать в качестве уникального торгового предложения другие. Шаг восьмой — «плавный» старт — предполагает, что рекламная кампания тесно связана с наличием готового продукта. Первая рекламное сообщение появляется, когда товар уже поступил в продажу. В PR же наоборот: выводить новый продукт или услуги на рынок стоит после того, как PR-кампания закончится. Продукт будет представлен тогда, когда будет готов. Правильный продукт в правильное время при правильной рекламной и PR-поддержке — непобедимая комбинация [4].

Рассмотрим процесс вывода на рынок бренда на примере сувенирной продукции «Йошкины». В настоящее время бренд «Йошкины» представлен на рынке Республики Марий Эл дизайнерскими брелоками ручной работы. Каждый сувенир индивидуален и неповторим. Для формирования данного бренда была разработана сказочная легенда семейства отзывчивых зверюшек, которые обладают волшебной силой и помогают людям. В названии четко прослеживается связь с названием города Йошкар-Ола, тем самым миссия бренда является гораздо шире миссии обычной сувенирной продукции и бренд приобрел дополнительный психологический смысл для потребителя. Целевая аудитория состоит из двух сегментов: жители Республики Марий Эл (в основном дети дошкольного, школьного возраста, студенты) и туристы, посещающие нашу республику и город Йошкар-Олу.

Атрибуты бренда — совокупность внешних характеристик, эмоциональных и функциональных ассоциаций, присвоенных бренду, с помощью которых потребитель узнает, запоминает и воспринимает товар и бренд. Для бренда «Йошкины» были разработаны легенда, состав героев, характер, уникальные свойства и специализация каждого из них, логотип, определены фирменные цвета и шрифты.

Важным каналом коммуникации развиваемого бренда с потребителем являются точки продаж, так как именно там потребитель вступает в непосредственный физический контакт с товаром и принимает окончательное решение о его приобретении. Каждая точка продаж сувенирной продукции «Йошкины» оформлена в фирменном стиле. На ней обязательно присутствует фирменный брендированный стенд-стойка для более заметного размещения продукции, буклет-каталог с описанием брелоков, уникальным торговым предложением, вариантами исполнения, инструкцией по применению и контактной информацией, а также эксклюзивная фирменная упаковка. Коммуникационное оформление точек распространения продукции позволяет повысить узнаваемость бренда, его ценность и объем продаж.

Эффективным PR-инструментом для вывода и продвижения бренда «Йошкины» явилась организация республиканского детского конкурса творческих работ «Йошкины спешат на помощь». Данный конкурс позволил наладить коммуникации более чем с 500 потребителями, так как участие принимали более 100 семей с детьми в возрасте от 4 до 17 лет, детские сады, школы, кружки со всей Республики Марий Эл. Участие детей в конкурсе раскрыло их творческий потенциал, умение работать коллективно, призовые места повысили их самооценку, подготовка к конкурсу позволила вовлечь всех членов семьи в работу над общей идеей. Конкурс получил широкое освещение в республиканских средствах массовой информации, а также позволил позиционировать бренд города Йошкар-Олы как территории распространения добра, дружбы, толерантности. В конечном счете конкурс позволил распрос-

транить идеи бренда, тем самым повысив лояльность к бренду «Йошкины» и его популярность.

С помощью участников конкурса можно также использовать такой действенный PR-инструмент как «сарафанное радио». В силу ментальности российские потребители склонны доверять мнению своего окружения — если родные и близкие принимали участие в конкурсе, были награждены хорошими призами, значит продукт достоин внимания и стоит самому принять участия в подобных мероприятиях и приобрести данную сувенирную продукцию на память.

Сегодня вряд ли можно встретить человека, который не знает, что такое социальные сети. Ежедневно в социальных сетях регистрируются новые пользователи, которые могут стать нашими потенциальными клиентами. Продвижение сувенирной продукции «Йошкины» ВКонтакте дает дополнительную возможность как продвижения бренда, так и реализации коммерческих целей.

Подводя итоги, можно сделать вывод, то бренд «Йошкины» находится еще на стадии вывода на рынок. Необходимо предпринимать дальнейшие шаги по дальнейшему развитию бренда, используя технологии построения коммуникаций и управления брендом. Таким образом, в современном мире с высокой конкуренцией, где существует широкий выбор товаров и услуг, компаниям для того, чтобы вывести новый товар на рынок, развить свой бренд, необходимо постоянно выстраивать отношения с потребителями. Реклама с инструментами PR помогают ускорить процесс формирования бренда, его вывод и успех на рынке.

Список литературы:

1. Аакер Д.А. Бренд-лидерство: новая концепция брендинга / Д.А. Аакер, Э. Йохимштайлер / Пер. с англ. — М.: Издательский Дом Гребенникова, 2003. — 380 с.
2. Огилви Д. Огилви о рекламе / Д. Огилви. — М.: Эксмо, 2007. — 232 с.

3. Тамберг В. Новая рыночная ниша. От идеи к созданию востребованного продукта / В. Тамберг, А. Бадьин. — М.: Эксмо, 2008. — 256 с.
4. Восемь шагов раскрутки бренда с помощью PR — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.marketing.spb.ru/lib-comm/brand/brend_pr.htm (дата обращения: 28.03.2015).

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ИМИДЖА ВУЗА

Лебедева Дарья Константиновна

*студент Поволжского государственного технологического университета,
РФ, Республика Марий Эл, г. Йошкар-Ола*

Васенин Дмитрий Николаевич

*научный руководитель, канд. экон. наук, доц. кафедры Социальных наук
и технологий Поволжского государственного технологического университета,
РФ, Республика Марий Эл, г. Йошкар-Ола*

В настоящее время многие вузы, особенно региональные, в связи со сложной демографической ситуацией, единым информационным пространством и как следствие обострением конкуренции на рынке образовательных услуг испытывают все большие сложности с привлечением абитуриентов. Современный вуз должен соответствовать достаточно высоким требованиям потребителей, ему необходимо подстраиваться под быстро меняющуюся среду, готовить востребованных высококвалифицированных специалистов и иметь позитивный имидж в глазах широкой общественности.

Позитивный имидж образовательного учреждения и отдельных направлений профессиональной подготовки напрямую влияет на «спрос» у потребителей, то есть у абитуриентов и их родителей, то есть на получение образования. Поэтому, повышая имидж образовательного учреждения, можно решить некоторые актуальные вопросы. Целенаправленная, регулярная работа над имиджем ВУЗа, а также повышение имиджа блока определенных специальностей в конце концов приведет к:

- 1) положительному мнению о вузе, то есть его репутации;
- 2) лояльному отношению к нему;
- 3) позитивному образу, сформированному в сознании общественности;

что будет способствовать повышению количества поданных заявлений на отдельные направления и в целом на направления специальностей вуза, и возможно, увеличению специалистов различных профилей.

Имидж — это не просто образ, а целенаправленно сформированный образ кого-либо или чего-либо, содержащий некоторые ценностные характеристики и призванный оказать эмоционально-психологическое воздействие на целевую аудиторию в целях популяризации, рекламы и т. д. [2, с. 8]. Имидж можно рассматривать с двух сторон: с одной — отношение к нему внешних аудиторий, которые собственно и являются целевыми аудиториями, и с другой — имидж в представлении самого учебного заведения [3]. Из этого можно сделать выводы: если мнения сторон совпадают, то эффект (общественный и коммерческий) получается положительным; если существует расхождение между мнениями — желаемый результат не достигается. Также профессиональный подход к формированию желаемого имиджа учебным заведением должен строиться на полномасштабном и всестороннем изучении аудитории, которой данный имидж адресован.

Изучив целевую аудиторию необходимо определиться с инструментами и каналами, через которые будет идти работа по повышению имиджа. В этих целях создается концепция повышения имиджа, в которую могут входить следующие направления:

1) прямая реклама:

- Видео реклама (в том числе и вирусные ролики в сети интернет);
- Наружная реклама (баннеры, мобилкэты, растяжки, вывески и т. д.);
- Печатная реклама (создание собственного ежемесячного печатного издания);
- Онлайн реклама (вирусные ролики, работа в социальных сетях с целевой аудиторией, сайт образовательно учреждения и т. д.);
- Сувенирная продукция;
- Неформальная символика вуза;
- Прямые, личные рассылки (при работе с абитуриентами).

2) PR:

- Событийные мероприятия (фестивали, благотворительные мероприятия, тренинги, семинары, мастер-классы и т. д.);

- Работа с абитуриентами (дни открытых дверей);
- Работа с прессой;
- Работа с социальными сетями.

Отдельного рассмотрения требует работа в социальных сетях, так как основная целевая аудитория молодежь и для них актуально получать большую часть информации из сети интернет, а именно из социальных сетей. Поэтому необходимо тщательно налаживать коммуникации именно в социальных сетях.

Социальная сеть — это онлайн-сервис, сайт, позволяющий создавать социальные связи, строить взаимоотношения, распространять информацию и др. Главные особенности социальных сетей:

- практически неограниченные возможности для обмена самой разнообразной информацией (текстовой, фото, видео; сервисы сообществ и микроблогов; возможность указывать место, отмечать фотографии и т. д.);
- индивидуальные профили с максимальным количеством личной информации (ФИО, вуз, место работы, фото и т. д.);
- добавление в «друзья» в первую очередь по принципу наличия реальной связи (друзья, знакомые, одноклассники или одногруппники, родственники и т. д.) и во вторую — по принципу схожести интересов (группы, сообщества и т. д.) [4].

Принципы работы с аудиторией в социальных сетях такие же, как и в других сферах: определиться с целевой аудиторией, каналами коммуникации и создать коммуникацию (контент, общение, баннерная реклама в сети интернет, создание группы или сообщества и т. д.). Стоит отметить, что для бюджетного учреждения немаловажным является то, что данный метод повышения имиджа вуза не требует значительных финансовых затрат. Основное направление работы с целевой аудиторией в социальных сетях — привлечение ее к жизни вуза через группы и сообщества. Грамотно оформленная и выстроенная группа создаст благоприятное впечатление у тех, кто впервые зайдет на ее страницу, а поддерживаемая постоянная активность

усилит его. Ключевыми позициями в ведении группы или сообщества можно считать:

1) Увлечение в контент. Через группу можно привлекать уже состоящих в ней участников (студентов и не только) к общественной жизни вуза, например, предстоящим мероприятиям: фестивалям, мастер-классам, тренингам и т. д. Также в группе можно наладить коммуникацию — «студент-студент», «руководство вуза-студент», «студент-абитуриент» и «руководство вуза-абитуриент».

2) Точки контактов. Стоит отметить, что важными в ведении сообщества или группы являются точки контактов — это определенные «маркеры», которые ненавязчиво привлекают внимание реципиента и доносят какую-либо идею, или побуждают к какому-либо действию. Например, одно из самых важных — это название группы или сообщества, оно должно быть простым и лаконичным, но в тоже время нести определенную смысловую нагрузку. В описание также не стоит «лить много воды», все должно быть кратко и информативно. Следующая точка контакта — это обсуждения. Их названия должны быть адекватны объекту, который вы продвигаете с помощью группы. Далее, «аватар» [1] или визуализация группы в идеале должна сочетать в себе и информативность (на ней по возможности должна быть обозначена группа, не дублируя ее названия, краткое и самое главное УТП и адрес сайта университета) и привлекательность изображения (сочетание логотипа и основного фона). Еще одной точкой контакта должны быть адреса сайтов полезных для участников группы в ссылках. И наконец, аудиозаписи и видеозаписи, которые должны постоянно дополняться, а в подписях к видео и фотографиях необходимо ненавязчиво обозначать ссылки на основной сайт.

3) Личный бренд. Немаловажным в работе с группами в социальных сетях является личный бренд человека, который ведет группу. Его профиль также должен быть привлекательным: качественные фото, полезный и интересный контент, уделено внимание всем точкам контакта и как можно больше ссылок на группу в профиле (но опять же не навязчиво).

Таким образом, в связи со сложностью и многогранностью современной среды для поддержания конкурентоспособности образовательного учреждения, необходима постоянная работа по повышению имиджа. Социальные сети — это идеальное место для привлечения и удержания целевой аудитории, а сообщества и группы в них — отличный инструмент повышения имиджа, который не требует особых усилий и затрат. Грамотно оформленная и выстроенная группа позволит: 1) создать благоприятное впечатление у тех, кто впервые окажется на ее странице, а поддерживаемая, постоянная активность усилит этот эффект; 2) наладить двухстороннюю коммуникацию между вузом и потребителем; 3) сформировать индивидуальный формат общения и обмена информацией; 4) повысить лояльность целевой аудитории; 5) увеличить востребованность вуза.

Список литературы:

1. Аватар — это картинка, которую пользователь выбирает себе в качестве «лица» на форумах, социальных сетях и блогах.
2. Менеджмент имиджа образовательного учреждения — [Электронный ресурс] // Некоммерческое партнерство гильдии маркетологов marketologi.ru. URL:<http://www.marketologi.ru/publikatsii/stati/menedzhment-imidzha-obrazovatel'nogo-uchrezhdenija/> (Дата обращения: 24.11.2014).
3. Наумова С.А., Имиджелогия: Учеб. Пособие [Текст] / С.А. Наумова; Том. Политехн. Ун-т. — Томск, 2004. — 116 с.
4. Социальные сети — [Электронный ресурс] // сервис анализа сайтов СУ.

СЕКЦИЯ 8. ЭКОНОМИКА

РАЗВИТИЕ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ КАК ВАЖНОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ ЭКОНОМИКИ

Акимова Анастасия Константиновна

*студент филиала ФГБОУ ВПО «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса»,
РФ, г. Находка*

Леонович Валентина Евгеньевна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доц. филиала ФГБОУ ВПО «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса»,
РФ, г. Находка*

И покупка в небольшом магазинчике, и многомиллионная международная сделка представляет собой торговую операцию. На ранних этапах развития обществу было достаточно обмена товарами, а сегодня торговля — глобальное явление, определяющее уровень развития любого государства, и, вместе с этим, уровень относительного достатка или бедности миллионов людей.

Международная торговля представляет собой некую форму связи между товаропроизводителями разных стран, возникающей на основе международного разделения труда, и выражает их взаимную экономическую зависимость. В литературных источниках часто дается следующее определение: Международная торговля — это процесс купли и продажи товаров и услуг (обмен), осуществляемый между покупателями, продавцами и посредниками в разных странах.

В данной статье мы рассмотрим сущность и значение международной торговли в экономике и проанализируем путь развития международной торговли как важного элемента внешней политики государства.

Торговля — неотъемлемая составляющая современной мировой экономики. На международном уровне она дает возможность странам получать необходимые ресурсы, поставляя готовые товары или оказывая услуги.

Например, государства Персидского залива имеют значительно больше нефти, чем могут потребить, но не имеют развитой промышленности и поэтому не производят многих жизненно важных товаров. Деньги для их приобретения они получают от продажи нефти и нефтепродуктов. Это пример торговли на международном уровне. Другой ее уровень (локальный) — это хорошо знакомая нам повседневная розничная торговля.

К торговле в широком смысле этого слова относятся не только операции купли-продажи и обмен одного товара на другой товар посредством денег, но и размещение рекламы в печатных изданиях, и использование труда наемных работников.

Первоначально торговля имела форму обмена подарками. Для нас подарок — это вещь, переданная бесплатно и никак не связанная с обменом. Но в обществах с простой социальной организацией обмен подарками представляет собой, по сути, растянутый во времени обмен товарами и услугами. Человек оказывает помощь другому человеку, ожидая, что в будущем получит от него подарок. Такая система позволяет членам группы специализироваться в выполнении разных работ, то есть в обществе начинается разделение труда.

На бартерной основе (простом обмене товарами) могут осуществляться рыночные сделки на самом нижнем уровне. Однако даже на примитивных рынках самая распространенная форма торговли — торговля за деньги. В некоторых обществах с недостаточно развитыми товарно-денежными отношениями существовали общепризнанные товары, берущие на себя часть функций денег. Ярким примером тому являются всем известные раковины моллюсков каури и связки раковин тамбу. Продавец тыкв мог получить за свой товар нитку бус из таких раковин, а затем без труда обменять их на необходимый товар, например, на ананасы.

В процессе развития цивилизации появились правила, регулирующие рыночную торговлю. В Древней Греции, например, в пределах рыночной площади было запрещено любое насилие. Кроме того, во время Олимпийских игр, организовывались ярмарки для участников и зрителей, на которых иногда

торговало до тысячи купцов. В большинстве случаев торговля происходила под строгим надзором городских властей.

С развитием транспортных сообщений в торговлю вовлекались все больше территориально обособленных регионов с различными ресурсами, как природными, так и созданными человеком. Легкие, компактные дорогие товары перевозились не только морским транспортом, но и сухопутными торговыми путями. Самый известный из них — Великий шелковый путь, по которому в Европу поступал китайский шелк, специи, семена растений.

Становление мировой экономики, связанное в единое целое международной торговлей, началось с успехов итальянских и арабских купцов XIII—XIV вв. В те времена контролирующие торговые пути племенные вожди и монархи часто предпочитали покровительствовать иностранным купцам, которые должны были платить большие пошлины и вести торговлю через посредников из местного населения, также получающих часть прибыли.

В Европе Великий шелковый путь пытались контролировать итальянские торговые города: Пиза, Генуя, Венеция, Неаполь и другие. Венеция также стремилась установить контроль над р. По, в бассейне которой находились богатые города Феррара, Мантуя, Кремона и Павия.

В XVI—XVII вв. многие восточные правители дали согласие на основание в своих странах колоний европейских купцов. После этого богатые торговцы больше не сопровождали товары лично, а контролировали движение товаров с помощью писем. Велась интенсивная переписка, фиксировались различные сделки, проводимые в факториях, складывалась система учета, появились специальные торгово-финансовые документы: коносаменты (сопроводительные документы на груз) и переводные векселя. В это же время началось страхование груза, перевозимого морем. Дальнейшему росту международной торговли способствовало развитие средств связи: телеграфа и телефона в XIX ст., радио и спутниковой связи в XX ст.

Рост международной торговли сопровождался усложнением и дифференциацией финансовых механизмов. Появились новые виды контрактов, такие

как фьючерсы (срочные контракты); их суть состоит в том, что соглашение заключается на поставку товаров к определенному сроку по цене, устанавливаемой в момент заключения сделки. Например, производитель сухих завтраков гарантирует цену, по которой он через несколько месяцев приобретет партию зерна. Поставщик, подписывая такой контракт, надеется, что ко времени выполнения поставок зерно подешевеет, и он получит дополнительную прибыль.

Оплата товара обычно производится в валюте страны покупателя. В таком случае, планируя объемы производства, производитель надеется на получение определенной суммы в иностранной валюте, но не может точно спрогнозировать, какой курс обмена сложится ко времени платежа. Срочные контракты позволяют заранее оговорить и гарантировать курс обмена.

Успешность в торговле всегда рождает конкуренцию. Война всегда была эффективным, но не единственным способом устранения торговых конкурентов. С этой целью используют также протекционистские тарифы и импортные квоты. Применение протекционистских тарифов ведет к повышению цены импортного товара до уровня, когда он теряет конкурентоспособность. Импортные квоты — это ограничение импорта заранее установленными объемами, которые оставляют неудовлетворенной часть потребительского спроса, обеспечивая тем самым возможность устойчивого развития отечественных производителей.

Другое ограничение свободной торговли — монополия. Она может быть установлена законодательством (государственная монополия) на какие-то товары или возникнуть в результате конкурентной борьбы. Классический пример монополиста — компания американского финансиста Джона Рокфеллера «Стандарт ойл». В конце XIX в., скупая независимые нефтяные компании, Рокфеллер добился полного контроля над рынком нефти и нефтепродуктов США.

В роли монополистов могут выступать и покупатели товаров. Так, несколько крупных компаний иногда образовывали картель, контролирующей

цены на определенный вид сырья. В этом случае производители вынуждены продавать свой товар по цене, не отражающей ни соотношение спроса и предложения, ни фактические затраты на производство.

Распространенная форма ограничения свободной торговли — ценновая поддержка. Она используется для сохранения низких цен на определенные товары. Например, согласованная сельскохозяйственная политика стран Европейского союза предусматривает выделение производителям субсидий, позволяющих поддерживать кокурентоспособность продуктов независимо от производственных затрат. Цель этой политики: сохранить стратегически важное сельскохозяйственное производство.

В каком же направлении движется мировая торговая политика? Генеральное соглашение о тарифах и торговле (ГАТТ) — это международный договор, направленный на снижение тарифов и содействие мировой торговле. Он был оформлен поначалу 26 странами и вступил в силу в 1948 г., имея начальной целью создание Всемирной торговой организации в рамках ООН. Эта организация тогда так и не появилась на свет, а ГАТТ «выжил» и стал международным форумом, где можно было обсудить и решить вопросы, связанные с торговыми барьерами и спорами.

И вот в 1995 году Всемирная Торговая Организация была наконец организована. На начало 2003 г. членами этой всемирной организации были 145 государств, а также Европейское Сообщество (помимо своих стран-членов по отдельности). В 2014 году число членов достигло 160 и еще несколько стран «стоят на листе ожидания». Таким образом, соглашение ГАТТ охватывает свыше 95 % мировой торговли.

ГАТТ следует двум главным принципам. Принцип «национального режима» означает, что страны-участницы должны относиться к иностранным компаниям, задействованным в их экономике, так же, как к своим фирмам. Согласно второму принципу «наибольшего благоприятствования», они предоставляют одинаковые льготы всем своим партнерам.

Международная торговля, особенно в странах с открытой экономикой, где высока доля продукции, реализуемой на мировых рынках, оказывает огромное влияние на общее состояние мировой экономики. Ухудшение условий экспорта товаров (снижение цен, уменьшение спроса на них) или импорта (его удорожание) может вести к падению национального производства, ухудшению состояния платёжного баланса, снижению курса национальной валюты. Особенно тяжело снижение объёмов внешней торговли отражается на положении стран с однобокой структурой экспорта, порождает нестабильность их экономики.

Структурные изменения, происходящие в экономике стран под влиянием научно-технического прогресса, усовершенствование промышленного производства способствуют активизации международной торговли. Объёмы мировой торговли, движущей все международные товарные потоки, растут быстрее производства. Кроме того, меняется и сама структура торговли. Сейчас преобладает торговля готовой продукцией над торговлей сырьём и материалами. Основной товароборот развивающихся стран направляется на развитые, они же, в свою очередь, торгуют по большей части между собой, переориентируясь при этом все в большей степени на рынок услуг, успешно развивают сферу международного туризма. Кроме того, развивающиеся и постсоциалистические страны расширяют свой экспорт рабочей силы.

Международная торговля растет и развивается в связи с выгодностью и целесообразностью международного разделения труда, сосредоточения производства определенных продуктов в отдельных странах с целью их последующей продажи на мировом рынке и удовлетворения тем самым потребностей других стран, создающих спрос на этот продукт. Участниками международной торговли выступают все субъекты мирового хозяйства. Общее, частное и единичное разделение труда лежит в основе международной торговли. Совершенствование специализации международного производства порождает множество различных направлений и форм торговли.

Таким образом, место международной торговли в системе мировой экономики определяется динамикой международного обмена услугами, международной экономической интеграцией, научно-техническим сотрудничеством, реализацией всех форм мирохозяйственных связей, подчеркивая, тем самым, неоспоримую значимость на этапах становления и развития мировой экономики.

Список литературы:

1. История мировой экономики: Учебник для вузов / Под ред. Г.Б. Поляка, А.Н. Марковой. — М.: ЮНИТИ, 2002. — 727 с.
2. Колесов В.П., Кулаков М.В. Международная экономика: Учебник для вузов. — М.: ИНФРА — М, 2004. — 474 с.
3. Макконнелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика. / Пер. с 14-го англ. изд. — М.: ИНФРА — М, 2003. — 972 с.
4. Современная экономика: учебное пособие / кол. авторов; под ред. О.Ю. Мамедова. — М.: КНОРУС, 2012. — 320 с.
5. Уильям Бернстайн. Великолепный обмен. История мировой торговли. — М.: АСТ, 2014. — 516 с.

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ УСТОЙЧИВОСТИ

Андреевская Людмила Сергеевна

*студент Санкт-Петербургского государственного университета,
РФ, г. Санкт-Петербург*

Сопин Вадим Станиславович

*научный руководитель, канд. экон. наук, доц.
Санкт-Петербургского государственного университета,
РФ, г. Санкт-Петербург*

Постоянно растущий сегодня спектр вызовов глобализации привел к активному развитию теории корпоративной социальной ответственности. Среди основных драйверов развития концепции КСО можно отметить следующие [3, с. 169—172]:

1. Внутреннее давление (благотворительные побуждения сотрудников, а также лидеров компаний, которые, как правило, не приносят компании каких-либо выгод, но служат для создания позитивного имиджа в обществе).
2. Внешнее давление (давление со стороны государства и общества).
3. Этические ценности.
4. Рыночное давление.
5. Корпоративная стратегия (возможность получения не только социальных, но и экономических выгод).
6. Давление со стороны институтов гражданского общества.
7. Устойчивое развитие.

Согласно статистики на 2012 год 3500 компаний по всему миру присоединились к Глобальной инициативе по отчетности (GRI) и выпустили более 8 тыс. нефинансовых отчетов [10, с. 3].

Однако и в настоящее время остается актуальным вопрос о сущности КСО. Исследователей, занимающихся данной проблематикой условно можно разделить на две группы. Первая группа включает в себя авторов, которые трактуют КСО преимущественно как ответственность компании в социальной, экономической и экологической сферах и говорят о возможности использо-

вания КСО в качестве эффективного инструмента устойчивого развития компании. Так, например, Дынкин А.А., Миловидов Д.В. в своей книге используют следующее определение: «корпоративная социальная ответственность в широком плане определяется как категории или уровни экономической, юридической, этической и инициативной деятельности коммерческой организации применительно к ценностям и ожиданиям общества» [5, с. 93].

О.А. Лещенко в своей статье «Современные методы оценки эффективности деятельности компаний в области КСО» отмечает, что «корпоративная социальная ответственность, с одной стороны, позволяет компании построить конструктивный диалог с различными секторами общества, с другой — является эффективным инструментом саморазвития компании» [6].

Вторая группа придерживается мнения, согласно которому единственной целью компании является получение как можно большей прибыли, а, соответственно, КСО выходит за рамки интересов компании. Здесь можно привести известное высказывание М. Фридмена, который в одной из своих статей подчеркнул экономическую природу любой фирмы и отметил, что основная цель КСО — получение прибыли.

Многообразие определений КСО мы можем заметить и на сайтах различных компаний. Каждая из них старается вложить в термин своё видение. Отчасти это обусловлено тем, что фирмы стремятся адаптировать КСО для своей, иногда достаточно узкой, сферы деятельности. Международный стандарт ISO26000, опубликованный в 2010 году, был призван свести в единую систему все аспекты КСО и стать руководством для компаний любой специализации. Согласно данному стандарту «социальная ответственность — ответственность организации за воздействие её решений и действий на общество и окружающую среду через прозрачное и этическое поведение, которое:

1. Содействует устойчивому развитию, включая здоровье и благосостояние общества;
2. Учитывает ожидания заинтересованных сторон;

3. Соответствует применяемому законодательству и согласуется с международными нормами поведения;

4. Введено во всей организации».

Однако, лишь 16,9 % компаний, реализующих КСО в России, внедрили данный стандарт в систему управления [1, с. 15]. Кроме того, стоит отметить, что стандарт по-прежнему оставляет компаниям возможность специализировать данное определение под свою специфику деятельности. Так, например, внедряя данный термин в собственную стратегию развития, фирма может учесть среди заинтересованных сторон лишь персонал, а может рассматривать стейкхолдеров в широком смысле и включить трактовку КСО также акционеров, потребителей, поставщиков и т. д. Таким образом, проблематика сущности КСО по-прежнему остается актуальной.

Какова бы ни была трактовка КСО, все же основной целью реализации социальной ответственности для большинства компаний является получение определенных выгод. Среди эффектов, которые возникают в результате реализации корпоративной социальной ответственности можно выделить следующие [8, с. 61]:

1. Социальный.
2. Экологический.
3. Экономический (или бизнес-эффект).

Достижение первых двух, возможно при реализации, реагирующей КСО, т. е. КСО, которая направлена на смягчение уже существующих проблем. Достижение третьего эффекта становится возможным в достаточно долгосрочной перспективе и лишь при условии реализации компанией стратегической КСО, которая подразумевает внедрение КСО непосредственно в корпоративную стратегию компании. При реализации стратегической КСО компания может рассчитывать на получение конкурентных преимуществ, которые так необходимы в современных условиях глобализации, порождающей существенное усиление конкурентной борьбы за потребителя. Однако, согласно исследованию Ассоциации менеджеров России, лишь 16 % российских

компаний в качестве цели реализации КСО ставят перед собой получение долгосрочных конкурентных преимуществ. Подавляющее большинство, а именно 60 %, считают, что основная задача проведения программ по повышению уровня социальной ответственности компании — поддержание репутации в среднесрочной перспективе. При этом эксперты отмечают, что в большей степени (25,8 %) на долгосрочную перспективу ориентированы компании, представляющие сырьевые отрасли, а на среднесрочную перспективу в рамках поддержания репутации 28,6 %, являющихся представителями перерабатывающих отраслей [1, с. 27—29].

В целом, выделяя основные характерные черты развития КСО в России, можно отметить, что:

1. Малое количество компаний придерживается международных стандартов при трактовке КСО.

2. Лидируют крупные компании, которые стараются соответствовать общемировым тенденциям.

3. Отмечается рост заинтересованности компаний в развитии стратегического подхода к КСО.

4. Сохраняется ориентация на внутренних стейкхолдеров [1; 10].

Таким образом, проблематика сущности, необходимости КСО, а также возможных результатов её реализации по-прежнему остается актуальным вопросом. Кроме того, сохраняется своеобразная специфика реализации КСО в России.

Список литературы:

1. Доклад о социальных инвестициях в России — 2014: к созданию ценности для бизнеса и общества // Под общ. ред. Ю.Е. Благова, В.И. Кабалиной, А.А. Петрова-Савченко. — М.: Ассоциация Менеджеров, 2014. — 146 с.
2. Из России с любовью. Национальный вклад в глобальный контекст КСО. Исследование агентства Economist Intelligence Unit. — 2008. — [Электронный ресурс] — URL: <http://www.pwc.com>. Дата обращения: 02.04.2015.
3. Канаева О.А. Корпоративная социальная политика: теория и практика управленческих решений. СПб.: Изд-во С.-Петербур. Ун-та, 2013. — 363 с.

4. Корпоративная социальная ответственность: учебное пособие // Э.М. Коротков, О.Н. Александрова, С.А. Антонов и др.; под ред. Э.М. Короткова. — М.: Изд-во «Юрайт», 2012. 445 с.
5. Корпоративная социальная ответственность и конкурентоспособность // под общ. ред. Дынкин А.А., Миловидов Д.В. и др. — М.: ИМЭМО РАН, 2004. — 112 с.
6. Лещенко О.А. Корчагина Е.В. Современные методы оценки эффективности деятельности компаний в области КСО. // Менеджмент в России и за рубежом. — 2014. — [Электронный ресурс] — URL: <http://www.mevriz.ru/articles/2014/1/5595.html>. Дата обращения: 01.04.2015.
7. Международный стандарт ISO26000 «Руководство по социальной ответственности» — [Электронный ресурс] — URL: <http://www.iso.org/iso/ru/home/standards/iso26000.htm> Дата обращения: 01.04.2015.
8. Налетова А.А., Левыкина Л.Д. Эффекты корпоративной социальной ответственности (КСО): подходы к оценке // Механизация строительства, 2014. — № 10.
9. Friedman M. The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits // New York Times Magazine, 1970.
10. Belyaeva Zh.S. Transformation processes of the corporate development in Russia: corporate social responsibility // Экономика региона. 2011 — № 1.
11. Rangan K., Chase L, Karim S. Why every company needs a CSR strategy and how to build it // Harvard Bussiness school working paper, 2012. — 31 p.

КРИЗИС СИСТЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ФИНАНСОВ И ФИНАНСОВОЙ СИСТЕМЫ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Басырова Диана Фанисовна

*студент Стерлитамакского филиала
Башкирского государственного университета
РФ, Республика Башкортостан, г. Стерлитамак*

Егоров Владимир Александрович

*научный руководитель, старший преподаватель
Стерлитамакского филиала Башкирского государственного университета,
РФ, Республика Башкортостан, г. Стерлитамак*

Актуализируя современный научно-практический поиск сбалансированной модели роста в мировой экономике, следует отметить, что проблема предотвращения очередного кризиса, прогнозирования периода и особенностей его вероятного развития занимает умы многих специалистов в этой области.

Критическое восприятие современного макроэкономического контекста и условий развития мирового хозяйства позволяет заключить, что, абстрагируясь от различного рода спекуляций и полемики относительно неэкономических причин развития кризиса и теорий заговора в чистом виде можно выделить три ключевых фактора, которые выступают детерминантами развития очередной волны кризиса в мировой экономике: долговой кризис в Европе; финансовые проблемы США; замедление экономического роста Китая.

Для того чтобы эксплицировать логику развития очередной волны кризиса, кратко развернем эти три составляющие, подчеркивая специфику воздействия каждого из факторов.

Долговой кризис в Европе. В последнее полугодие в прессе и на телевидении активно муссируется информация об ухудшении экономического положения стран Европы, суть которой определяет крайне опасное положение стран Старого Света [7].

М. Калашников отмечает, что «бомба кризиса продолжает тикать. Долг развитых стран с 2002 г. по 2012 г. вырос на 32 % = с 73-х до 105 %. При этом темпы роста долга не снижаются.

При всем этом уродливо разросшийся, грозящий новым взрывом, бесплодно спекулятивный сектор финансов не только не сократился, но даже бурно увеличивает свою долю в ВВП Британии, Испании и Ирландии. Нарастают внешнеторговые дисбалансы: Запад по-прежнему больше тратит, покупая товары у Азии, чем зарабатывает на продаже своих товаров и услуг» [3].

Выстраиваемая многие десятилетия модель экономического роста потерпела неудачу.

В итоге весной и летом 2011 г. Греция, Ирландия и Португалия оказались на грани дефолта. На этот раз, в отличие от кризиса 2008—2009 гг., речь идет уже о кризисе всей системы государственных финансов.

Финансовые проблемы США. В Новом Свете усугубление финансово-экономических проблем приобрело политический окрас на фоне несговорчивости консерваторов и республиканцев, которые длительное время не могли прийти к общему знаменателю в вопросе увеличения максимально допустимого уровня госдолга, вследствие чего страна столкнулась с перспективой технического дефолта [6].

Замедление экономического роста Китая. Экономические проблемы Китая, безусловно, носят иной характер и имеют иную подоплеку.

Длительный период форсированного стимулирования экономического роста в этой стране стимулировал появление в отраслевом хозяйстве КНР избыточных производственных мощностей. В итоге, в рамках нынешней модели роста, Китай в большей степени рассчитывает не столько на чистый экспорт, сколько на инвестиции в основной капитал, стоимостной объем которого уже достигает 50 % ВВП [4].

В ближайшей перспективе можно говорить о двух ключевых проблемах развития китайской экономики: росте числа просроченных кредитов в банковской системе и увеличении избыточных промышленных мощностей [5].

Как итог, наложение данных факторов может притормозить рост экономики Китая уже в 2013 г. Резкое сокращение потребления в США

и Европе вызовет кризис перепроизводства в китайской экономике. Это приведет к увеличению уровня безработицы, а также может существенно ослабить позиции Китая как глобальной промышленной площадки или локомотива, способного вытянуть мировую экономику из кризиса и длительной стагнации.

Сценарный анализ возможных траекторий развития мировой экономики в настоящее время в любых вариациях опирается преимущественно на алармистские прогнозы, общим местом которых является распад Еврозоны, спусковым механизмом которого выступит банкротство Греции.

Дефолт Греции по государственным долговым обязательствам нанесет финансовый урон, прежде всего, банкам ФРГ и Франции, убытки которых составят почти 550 млрд. долл.

Инструментом ослабления или стабилизации траектории развития данного сценария должно стать введение ограничения на членство в ЕС, которое смогут себе позволить лишь страны, имеющие сходные макроэкономические параметры и реализующие единообразную политику бюджетной дисциплины.

Потери российских банков от возможного дефолта Греции могут достигнуть 350 млрд. рублей, что составляет почти десятую часть иностранных ценных бумаг отечественных финансово-кредитных учреждений.

Второй важный катастрофический сценарий связан с обострением финансовых проблем США. Для России обострение проблем США означает автоматическую потерю почти 200 млрд. долл. (на вложения в доллар приходится 47 % валютных резервов РФ) и не менее резкое сокращение потребления энергоносителей, основная часть которых оплачивается в долларах [1].

На сегодняшний день логика решений и действий, позволяющих стабилизировать мировую экономику в условиях сохраняющейся бесконтрольности спекулятивных операций должна опираться на отыскание способов эффективного выхода из ситуации.

Результирующая такого выхода в прочтении большинства крупных специалистов и ученых в области мировой экономики связана с обоснованием необходимости запуска механизма глобальной инфляции в мировой экономике. Принцип реализации данного стратегического механизма относительно прост. Запуск печатного станка ЕЦБ позволит напечатать около 2 трлн. евро и выкупить все основные долговые обязательства стран ЕС. В итоге, вырученные деньги автоматически будут аккумулированы на долговых рынках более надежных стран. Обнуление ставки со стороны ЕЦБ до нуля позволит предельно сжать уровень доходности по всем финансовым инструментам еврозоны. То ослабит евро и обеспечит порвоначальный импульс для развития экспортных отраслей Голландии, Германии и Франции. При этом эмиссия неизбежно подстегнет инфляцию до 7—12 % годовых. Результирующий эффект от запуска данного механизма является двуединым: стимулирование экономического роста и обесценение государственного долга.

Таким образом, мы можем констатировать, что угроза суверенных дефолтов стран в мировой экономике по-прежнему остается актуальной. Эмпирически устоявшиеся фазы дефолтов показывают, что за банковским кризисом неизбежно следует кризис государственного долга.

Как уже было отмечено выше, в современный момент долговые проблемы Греции обострены до предела. Высокий уровень их наблюдается в Португалии и Ирландии.

Страны Центральной и Восточной Европы также находится в крайне сложном положении, особенно Венгрия, Украина, Румыния, страны Балтии, в особенности Латвия.

Сработал механизм трансформации долговой проблемы за счет превращения частного долга в государственный. Однако глубина данной трансформации в отдельных регионах мира не является одинаковой [1].

Отметим, что в периоды устойчивой экономической конъюнктуры правительства западных стран не формировали бюджетных профицитов, а в периоды ее ухудшения в системе государственных финансов образовывались

значительные дефициты, которые на сегодняшний день и породили проблему непрофинансированных социальных обязательств.

Именно поэтому в странах, где или госсектор или банки обременены слишком высоким долгом, его реструктуризация и сокращение являются обязательным условием выхода из кризиса. Так, отношение госдолга к ВВП у Греции могло достичь около 150 % за три года, при том, что Россия и Аргентина объявляли дефолт при долге уже в 50 % ВВП [2].

Таким образом, можно заключить, что в результате усугубления долговых проблем в настоящее время можно говорить не только о кризисе системы государственных финансов, но и самой финансовой системы в целом. Пролонгация денежной эмиссии в США и ЕС обесценивает бумажные деньги, тем самым усиливая необходимость проведения реформы мировой денежной системы.

Список литературы:

1. Ершов М. Потакание кризису // Эксперт. — 2012. — № 1. — С. 62—64.
2. Калашников М. XXI кровавый век. Катастрофа неизбежна! / Максим Калашников. — М.: Яуза-пресс, 2011. — 424 с.
3. Макаренко А. Идет волна // Бизнес журнал. — 2011. — № 10 (187). — С. 20—30.
4. Резников С.Н. Деформация модели экономического роста в мировой экономике: ретроспективный аспект идентификации результирующего вектора // Научный потенциал. — 2011. — № 4 (5). — С. 41—45.
5. Резников С.Н. Проблемные аспекты формирования новой модели роста в мировой экономике в 2012—2015 гг. // Актуальные вопросы финансов, бухгалтерского учета и корпоративного управления: материалы III Международной научно-практической конференции ППС, молодых ученых, аспирантов и студентов, 15 мая 2012 / Ростовский государственный экономический университет (РИНХ). — Ростов н/Д, 2012. — С. 166—169.
6. Рустамов Э. Финансовые кризисы: источники, проявления, последствия // Вопросы экономики. — 2012. — № 4. — С. 46—66.
7. Какой путь предпочтительнее для Греции: «Аргентина-2002 или Прибалтика-2011»? // по результатам анализ Центра макроэкономических исследований Сбербанка России. — [Электронный ресурс]: http://www.sbrf.ru/common/img/uploaded/files/pdf/analytics/dnt_gr.pdf (Дата обращения: 08.03.2014).

СОСТОЯНИЕ И ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОЙ ОТРАСЛИ КНИЖНОЙ ТОРГОВЛИ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

Бачу Екатерина Фёдоровна

*студент Санкт-Петербургского национального исследовательского
университета информационных технологий, механики и оптики,
РФ, г. Санкт-Петербург*

Калинина Марина Игоревна

*научный руководитель, доц. Санкт-Петербургского национального
исследовательского университета информационных технологий,
механики и оптики,
РФ, г. Санкт-Петербург*

По различным оценкам, объём петербургского книжного рынка в настоящее время составляет около 7,5 млрд. рублей. Крупнейшими сетевыми игроками петербургского рынка являются «Буквоед», «Дом книги», «Буква», «Книголов», «Бука», «Лабиринт», «Книжный дом», «Ярмарка Крупской». Остальные книжные магазины такие как «Белый город», «Книжная орбита», «Книжная гавань», «Синица», «Профессионал» и другие занимают относительно небольшие доли рынка и не являются, соответственно конкурентами сильнейшим игрокам рынка.

Проведя некоторое изучение официальных сайтов интересующих нас книжных магазинов, и, проанализировав их собственную статистику, мы составили таблицу соотношений объёмов производства и рыночных долей, занимаемых субъектами в 2013 году. Можно сделать вывод о том, что бесспорным лидером в настоящее время является крупная сеть книжных магазинов «Буквоед» [3—10].

Таблица 1.

Объёмы продаж и рыночные доли в 2013 году

Книжные магазины	Объёмы продаж, млрд. руб.	Рыночные доли
«Буквоед»	2,580	0,336
«Дом книги»	1,150	0,150
«Буква»	1,010	0,132
«Книголов»	0,930	0,121
«Бука»	0,580	0,076
«Лабиринт»	0,470	0,061

«Ярмарка Крупской»	0,420	0,055
«Белый город»	0,140	0,018
«Книжная орбита»	0,040	0,005
«Книжная гавань»	0,300	0,039
«Синица»	0,010	0,001
«Профессионал»	0,020	0,003
прочие	0,020	0,003
Сумма	7,48	1,00

Примечание: таблица составлена автором на основе данных [3—10].

Средняя доля рынка в настоящее время составляет около 0,067, значит компания-лидер «Буквоед» в 5,1 раза превышает это значение.

Значительную часть книжного рынка (около 70 %) занимает тройка лидеров «Дом книги», «Буква» и «Буквоед». Компания «Буквоед» вышла на рынок в декабре 2000 года и за первый год своего существования достаточно уступала своему главному конкуренту «Дому книги», но заимев хорошие темпы роста, громко заявив о себе, и, получив доверие и расположение потребителей, была «обречена» на успех.

Рассчитаем коэффициент рыночной концентрации (CR_3), используя трёх крупнейших продавцов в настоящее время («Буквоед», «Дом книги», «Буква»), как сумму долей продаж фирмы в объёме реализации рынка.

$$CR_3=0,34+0,15+0,13=0,62$$

Затем вычислили индекс Герфиндаля, как сумму рыночных долей, возведённых в квадрат.

$$\begin{aligned} \text{НИИ} &= (0,336)^2 + (0,150)^2 + (0,132)^2 + (0,121)^2 + (0,076)^2 + (0,061)^2 + (0,055)^2 + \\ &+ (0,018)^2 + (0,005)^2 + (0,039)^2 + (0,001)^2 + (0,003)^4 = 1820 \end{aligned}$$

Значения, полученные нами путём расчётов, сравнили с эталоном Федеральной антимонопольной службы РФ — ФАС — { CR_3 , НИИ}.

Т. к. $\left\{ \begin{array}{l} 45 \% < CR 3 < 70 \% \\ 1000 < HHI < 2000 \end{array} \right.$, то можно сделать вывод о том, что

рассматриваемый рынок является рынком умеренной (средней) конкуренции, то есть монополизации нет, имеются несколько лидеров).

Изучаемый нами рынок является рынком с затруднённым (сдерживаемым) входом. Ценовые барьеры, ограничивающие проникновение конкурентов на рынок с помощью установления соответствующего уровня цен на Санкт-Петербургском книжном рынке, отсутствуют.

К неценовым барьерам отнесём дополнительное инвестирование в обслуживание клиентов. Книжная сеть «Буквоед» действительно проводит дополнительное инвестирование во всестороннее обслуживание клиентов, снабжает их дополнительными услугами, которых обычно нет в других книжных магазинах: удобные кафе, где можно почитать и выпить чашечку кофе, игровые площадки для детей, отдел с канцтоварами и оригинальными подарками и даже продажа шоколада с необычными надписями, а также создание и продвижение своего сайта. Книжные магазины, пытающиеся войти в данную отрасль не могут обеспечить клиентов таким широким спектром услуг, так как не имеют на начальных этапах своего существования достаточной прибыли [11].

Следующий вид неценовых барьеров представлен устойчивыми связями с другими участниками рынка. Например, компания «Буквоед» имеет множество влиятельных и успешных на рынке партнёров: Издательская группа «Аттикус», Издательство «Вектор», Компания «ЭКСМО», Издательский дом «Питер» [4].

Ещё одним видом неценовых стратегических барьеров входа является дифференциация продукта. В одном из главных книжных универмагов города «Дом книги» имеется широкий ассортимент книг по искусству, философии, социологии, экономике, психологии, а также учебники, канцелярские товары и сувениры. Новым книжным магазинам действительно трудно обеспечить

покупателя таким широким выбором, следовательно, и удержаться на рынке такой фирме будет проблематично.

К барьерам социально-экономического характера относятся:

1. высокая насыщенность рынка товарами (всего в Санкт-Петербурге несколько тысяч книжных магазинов, книжных лавочек, ярмарок, киосков);

2. низкая платёжеспособность населения (к тому же книги в шкале потребностей покупателей занимают отнюдь не первое место);

3. наличие и активность интернет-конкурентов (например, объём продаж Play Маркет, по собственной статистике, составил около 1,5 млн. руб. в 2013 году) [1];

4. высокие объёмы первоначальных инвестиций (в среднем их объём в книжный бизнес составляет около 3—4 млн. руб.) [14];

5. сроки окупаемости первоначальных вложений велики (в среднем первоначальные инвестиции окупаются через 3—4 года при условии использования удачной политики продвижения) [2];

6. вертикальная интеграция присутствующих на рынке фирм (Книжные сети «Новый книжный» и «Буквоед» объявили о формировании единой книготорговой сети. Цель объединения — создание федерального лидера книготоргового рынка и ускорение развития отрасли) [13];

7. Низкая рентабельность рынка — 8—10 %, что свидетельствует о нестабильном финансовом положении отрасли, а также медленная оборачиваемость средств. Благодаря этому возникают высокие риски для потенциальных инвесторов, а результатом становится отсутствие предложений от западных и российских инвестиционных компаний [12].

Далее выяснили, какие барьеры выхода имеются на рынке книжных магазинов Санкт-Петербурга в настоящее время:

1) капиталовложения в долгосрочную рекламу и маркетинг (например, книжный магазин «Буквоед» открыл собственный телевизионный канал, что стоило немалых затрат) [4];

2) необратимые издержки (в 2009 году книжная сеть «Бука» заключает контракт на аренду помещения на 2 года, поэтому при выходе с рынка она потерпела бы значительные необратимые издержки) [5];

3) инвестирования в долгосрочные активы фирмы либо продукты (примером может служить строительство новых книжных магазинов сети «Белый город» на ул. Пестеля и ул. Фрунзе в 2010 году; при непредвиденном выходе с рынка компания потеряла бы огромную сумму, заморозив строительство объектов) [3].

Наличие продуктовой дифференциации мы подтвердили разнообразием товарной номенклатуры (среди наиболее узнаваемых и сильных можно назвать марку «Буквояд» и марку «Дом книги»), предлагаемой книжными магазинами.

Наиболее легко идентифицируемым из числа конкурентов является товар книжного магазина «Буквояд». Причём имеет место как реальная, так и «фантомная» дифференциация. Стремясь к комфортности использования покупателями книг, работники магазина стали обеспечивать потребителя, например, одинаковыми по содержанию книгами, но в мягком (удобно читать в общественном транспорте) и твёрдом переплётё (подарочный вариант или вариант на любителя), больших и сравнительно маленьких размеров (компактность в обращении). Для увеличения долговечности использования и сохранения хорошего внешнего вида книг, купленных у него, «Буквояд» пошёл ещё на одну хитрость: в продажу вышли специальные, прочные и надёжные обложки для книг. Причём, на этом магазин не остановился и осуществил ещё одно дополнительное нововведение: на данных обложках появились смешные надписи, которые иногда даже шокировали окружающих. Сразу же выявилась целевая аудитория данной продукции: молодёжь от 14 до 22 лет, желающая выделиться из толпы с помощью оригинального вида читаемых ими книг. Ещё одним немаловажным достоинством вышеуказанного книжного магазина являются услуги, сопутствующие продаже книг: наличие в каждом магазине компании специально отведённого, комфортного зала для чтения, где любой желающий может отдохнуть от суеты магазина за чтением книги.

Сотрудничество книжного магазина с такими известными на рынке издательствами как издательство «Вектор», компания «ЭКСМО», издательский дом «Питер», издательство «РОСМЭН» также выделяет его из числа конкурентов в глазах потребителя.

Исходя из всего вышесказанного, сделаем вывод о том, что степень дифференциации продуктов рынка книжных магазинов достаточно высока, это и способствует рыночной власти одних компаний (таких как «Буквояд») и слабом положении на рынке («Профессионал»).

На рынке книжных магазинов Санкт-Петербурга присутствует ценовая дискриминация, причинами для этого послужили:

- наличие рыночной власти у фирмы-лидера («Буквояд»), способность оказывать некоторое влияние на спрос. В интервью генеральный директор объединённой книжной сети «Новый книжный — Буквояд» Михаил Иванцов сказал о том, что цены в книжных магазинах сети всегда будут находиться на достаточно высоком уровне;

- наличие барьеров между двумя рынками, затрудняющие получение выгоды при закупке товаров по более низкой цене на одном рынке и перепродаже его по более высокой цене на другом. У компании-лидера «Буквояд» налажена связь с многими известными издательствами, такими как «ЭКСМО», «РОСМЭН», что позволяет избежать расходованию потребительского излишка в сторону посредников.

В таких магазинах как «Буквояд» и «Буква» присутствует такая разновидность ценовой дискриминации, как простой тариф, то есть изменение цены всего объёма покупки зависит от её величины. На сайте книжного магазина «Буква» представлена информация о том, что магазин занимается оптовой, мелкооптовой и розничной торговлей и для оптовых покупателей предусматриваются скидки, возрастающие с объёмом покупки.

Таким образом, на книжном рынке имеются 3 наиболее сильных участника: «Буквояд», «Дом книги», «Буква», которые сильно ограничивают

деятельность всех остальных книжных магазинов и состояние отрасли препятствует вхождению новых членов.

Список литературы:

1. Информационный портал spbmu.ru — [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://katalog.spbmu.ru/?p=291> (Дата обращения: 25.12.2014 г.).
2. Каргаполо И.Ю., «Финансовый анализ» // Эксперт Москва, 03.12.2011, «39 (54) — [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.financial-analysis.ru/research/index.php> (Дата обращения: 15.01.2015 г.).
3. Сайт книжного магазина «Белый город» — [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.belygorod.ru/about/> (Дата обращения: 22.12.2014 г.).
4. Сайт книжного магазина «Буквоед» — [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.bookvoed.ru> (Дата обращения: 22.12.2014 г.).
5. Сайт книжного магазина «Бука» — [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://mirknig.com/2010/04/27/buka.html> (Дата обращения: 22.12.2014 г.).
6. Сайт книжного магазина «Буква» — [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.peterburg.ru/shops/bukva> (Дата обращения: 22.12.2014 г.).
7. Сайт книжного магазина «Дом книги» — [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.spbdk.ru/catalog> (Дата обращения: 22.12.2014 г.).
8. Сайт книжного магазина «Книголов» — [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.knigolov.ru> (Дата обращения: 22.12.2014 г.).
9. Сайт книжного магазина «Лабиринт» — [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.labyrinth.ru> (Дата обращения: 22.12.2014 г.).
10. Сайт «Ярмарка Крупской» — [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.krupaspb.ru> (Дата обращения: 22.12.2014 г.).
11. Самойлова Е.Н., «Книжный рынок СПб» // журнал “812 Online”, 15.06. 2013, № 117, С. 9—10.
12. Петрова А.Н. «Профессионально о книгах» // онлайн-журнал, 12.10.2010, № 34 (315) — [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.pro-books.ru/sitearticles> (Дата обращения: 23.01.2015 г.).
13. Телевизионный портал «Деловое ТВ» — [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://delovoe.tv/news/2642/> (Дата обращения: 22.01.2015 г.).
14. Экономический сайт «Виртуальный доход» — [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://fido.fem.spbstu.ru/modules/library/text_book.php (Дата обращения: 12.01.2015 г.).

МОДЕЛЬ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДОБАВЛЕННОЙ СТОИМОСТИ И ЕЕ ПРОИЗВОДНЫЕ КАК СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ

Волокитин Владислав Анатольевич

*студент Санкт-Петербургского государственного университета,
РФ, г. Санкт-Петербург*

Соколова Светлана Владимировна

*научный руководитель, д-р экон. наук, доц. Санкт-Петербургского
государственного университета,
РФ, г. Санкт-Петербург*

По оценкам большинства специалистов, EVA — наиболее универсальный стоимостной показатель эффективности бизнеса. Он может быть рассчитан не только для предприятий, акции которых обращаются на рынке, но и для закрытых компаний.

При помощи показателя EVA возможно рассчитать стоимость компании, причем в расчетах необходимо учитывать присутствие или отсутствие дополнительных инвестиций, а также возможность приостановки бизнеса.

Метод дает возможность не только оценивать инновационный проект, но и провести экономическое обоснование целесообразности его реализации, сравнив деятельность компании с ним и без него, а также проанализировав разные варианты реализации проекта.

Суть экономической добавленной стоимости (EVA), разработанной компанией Stern Stewart & Co, лежит утверждение, что рост стоимости компании напрямую зависит от планируемого развития бизнеса, которое, как правило, обусловлено инвестиционной и инновационной активностью предприятия, где собственные, так и заемные средства могут выступать источниками инвестиций.

Каждый проект может рассматриваться с точки зрения добавленной стоимости, т. е. норма возврата на капитал, вложенный в проект, должна быть не меньше аналогичной от альтернативного размещения. В ином случае

добавленная стоимость отсутствует и размещение капитала экономически не целесообразно.

Экономическая добавленная стоимость определяется как «разница между скорректированной величиной чистой прибыли и стоимостью использованного для ее получения капитала компании (собственных и заемных средств)» [3, с. 63]. Однако корректнее вместо показателя чистой прибыли использовать показатель чистого операционного дохода за вычетом всех расчетных налоговых платежей (NOPLAT). Данный показатель является разностью чистого операционного дохода и среднегодового налогового бремени.

Особенностью модели EVA является то, что учитываемые в этой модели чистые доходы уменьшаются на некоторую сумму («нагрузку на используемый капитал», Capital Charge), которые все равно надо было бы заработать для того, чтобы оправдать стоимость вложенного в оцениваемое имущество капитала по его текущей стоимости.

В формульном виде оценка методом «добавленной экономической ценности» представляется в трех модификациях:

Первая модификация модели предполагает оценку стандарте «как есть», то есть без учета инвестиций. Такое применение концепции экономической добавленной стоимости является не совсем обоснованным, поскольку реализация инновационного проекта требует значительных инвестиций, размер которых необходимо учитывать при экономическом обосновании самого проекта. Таким образом, модель добавленной экономической стоимости в стандарте «как есть» рассчитывается следующим образом:

$$\begin{aligned} EVA &= \text{NOPLAT} - \sum \text{Акт} * \text{wacc}_{\text{факт}} \\ \text{NOPLAT} &= \text{Op.Pr.} - [\text{налог.бремя} * \text{TR}] \\ \text{PV}(EVA) &= \text{EVA} / \text{wacc} * \\ \text{K}^* &= \sum \text{Акт} + \text{PV}(EVA) - \text{Долг} \\ \text{СК} &= \text{K}^* - \text{Долг} \end{aligned}$$

где: NOPLAT — чистый операционный доход за минусом налогового бремени;

K^* — справедливая рыночная стоимость всего инвестированного капитала;

$WACC_{\text{факт}}$ — фактическая средневзвешенная стоимость капитала на момент оценки;

$WACC^*$ — долгосрочная средневзвешенная стоимость капитала, рассчитываемая из предпосылки, того что, структура капитала предприятия будет стремиться к следующему отношению: 80 % собственного капитала к 20 % заемного капитала [1, с. 286].

Вторая модификация модели «добавленной экономической ценности» исходит из того, что инвестиции в инновационный проект будут незначительными:

$$\begin{aligned} ROIC &= NOPLAT / I \\ EVA &= I * (ROIC - wacc_{\text{пл}}) \\ PV(EVA) &= EVA / wacc^* \\ K^* &= \sum A_{\text{КТ}} + PV(EVA) \\ СК &= K^* - \text{Долг} \end{aligned}$$

где: ROIC — рентабельность инвестированного капитала [1, с. 287].

Подобная модификация метода экономической добавленной стоимости, требующая дополнительных инвестиций, но не требующая приостановки бизнеса, адекватна для оценки проектов, в основе которых лежат не радикальные инновации.

Третья модификация, предполагает значительные инвестиции в проект и приостановку бизнеса:

$$\begin{aligned} EVA &= I * (ROIC - wacc) \\ PV(EVA) &= EVA / wacc \\ K^* &= \sum A_{\text{КТ}} - \sum \frac{I}{(1+wacc)^t} + PV(EVA) \\ СК &= K^* - \text{Долг} [1, с. 289] \end{aligned}$$

Данная модификация отлично подходит для коммерциализации радикальных инноваций.

Этот показатель достаточно простой в применении, и кроме того позволяет управлять стоимостью проекта. Так же стоит заметить, что данный показатель не учитывает денежных потоков — это является как его преимуществом, так и недостатком.

Модель остаточной прибыли (RIM, Residual Income Model).

Модель применяется для случая, когда компания не собирается использовать заемный капитал для финансирования проекта, то целесообразно применять модель остаточного дохода Residual Income Model (RIM), которая является частным случаем модели EVA и оперирует не показателем $wacc$, а нормой доходности на собственный капитал (i). Использует рентабельность собственного капитала (ROE), а не всего инвестированного капитала (ROIC), при этом инновация оценивается по ее рыночной стоимости:

$$EVA = I * (ROE - i_{СК})$$

$$PV(EVA) = \frac{EVA}{i_{СК}}$$

$$K^* = \Sigma A_{КТ} + PV(EVA)$$

$$СК = K^* - \text{Долг} [1, \text{с. 283}]$$

Модель «добавленной стоимости для акционеров» (SVA, Shareholders' Value Added).

Модель добавленной акционерной стоимости (SVA, Shareholders' Value Added) была разработана американцем Альфредом Раппапортом в 1980-х гг. и приобрела широкую известность в результате деятельности консалтинговой фирмы "L.E.K. Consulting", владеющей зарегистрированной торговой маркой SVA.

Здесь стоимость предприятия рассматривается как стоимость его имущества (на случай его распродажи) плюс текущий эквивалент чистых

доходов от коммерческого использования этого имущества (на случай функционирования предприятия как действующего). Таким образом, в данной модели сочетаются как затратный (имущественный), так и доходный подходы к оценке бизнеса.

Главное отличие модели SVA от модели EVA, заключается в том, что здесь не вводится понятие экономических прибылей, рассчитываемых за вычетом той части прибыли (точнее — операционного денежного потока или чистого операционного дохода после уплаты всех налогов), которая все равно должна была бы как минимум зарабатывать, чтобы покрыть стоимость используемого для финансирования указанных инвестиций.

Вместо этого в модели SVA попросту из текущей стоимости операционных денежных потоков, которые станут возможными после осуществления инвестиций, вычитают текущую стоимость этих инвестиций.

Показатель SVA рассчитывается следующим образом:

$$SVA = \Sigma_{\text{Акт}} + \frac{CF_{\text{ср}}}{wacc} - \sum_{t=1}^T \frac{I_t}{(1 + wacc_{\text{пл}})^t}$$

где: SVA — стоимость предприятия согласно модели «добавленной стоимости для акционеров»;

$\Sigma_{\text{Акт}}$ — рыночная стоимость имущества предприятия;

$CF_{\text{ср}}$ — средний операционный денежный поток предприятия после инвестиций в него;

T — срок осуществления инвестиций;

I_t — планируемые в течение ближайших лет [1; T] инвестиции в предприятие;

wacc* — догосрочная средневзвешенная стоимость капитала;

wacc_{пл} — планируемая средневзвешенная стоимость капитала, используемого для финансирования инвестиций [2, с. 116].

Если рассматриваемые инвестиции приведут к остановке предприятия на время T , то базовая формула модели SVA , трансформируется следующим образом:

$$SVA = \sum A_{КТ} + \frac{CF_{СР}}{wacc * (1 + wacc_{ПЛ})^T} - \sum_{t=1}^T \frac{I_t}{(1 + wacc_{ПЛ})^t} \quad [3, \text{с. 116}]$$

В этом случае результат капитализации чистых операционных денежных потоков предприятия, еще должен быть приведен по фактору времени на текущий календарный момент.

Если, в качестве объекта оценки, выступает инновационный проект в его классическом виде, т. е., как правило, когда производство продукции по проекту начинается после освоения всех инвестиций, и денежные потоки по периодам, на ранних стадиях реализации, достаточно разнятся, то формуле SVA логично придать следующий вид:

$$SVA = \sum A_{КТ} + \sum_{j=0}^n \frac{CF_j}{wacc * (1 + wacc_{ПЛ})^j} - \sum_{t=1}^T \frac{I_t}{(1 + wacc_{ПЛ})^t}$$

где: CF_j — операционный денежный поток в период j прогнозного периода $[0; n]$ [2, с. 115].

Список литературы:

1. Валдайцев С.В. Оценка бизнеса: учеб. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: ТК Велби, Изд-во проспект, 2008. — С. 286.
2. Лукашов Н.В. Сравнительный анализ и совершенствование методов экономической оценки высокотехнологичных инноваций: дис. канд. экономических наук. Санкт-Петербургский гос. университет, Санкт-Петербург, 2008, С. 116.
3. Янгель Д. Модель добавленной экономической стоимости EVA. — Консультант № 23, 2005, С. 63.

ОБЗОР ПРИЧИН ПАДЕНИЯ СТОИМОСТИ НАЦИОНАЛЬНОЙ ВАЛЮТЫ

Емельянцева Мария Юрьевна

студент Финансово-экономического института, СВФУ,
РФ, Республика Саха (Якутия), г. Якутск

Никифорова Галина Ивановна

научный руководитель, канд. экон. наук, старший преподаватель
Финансово-экономического института, СВФУ,
РФ, Республика Саха (Якутия), г. Якутск

До сентября 2014 года российская экономика и ситуация на валютном рынке имела стабильный характер. Цена на доллар составляла в среднем 33 руб. Однако, вследствие некоторых факторов, ситуация изменилась коренным образом. Автор данной статьи попытается раскрыть причины таких изменений и предложить рекомендации по стабилизации сложившейся ситуации.

Рассмотрим 1998 год, который ознаменовался самым тяжелейшим в экономической истории России. Основными причинами дефолта стали огромный государственный долг России, порождённый обвалом азиатских экономик, кризис ликвидности, низкие мировые цены на сырьё, составлявшее основу экспорта России, а также экономическая политика государства и использование ГКО в целях пополнения доходной части бюджета [3].

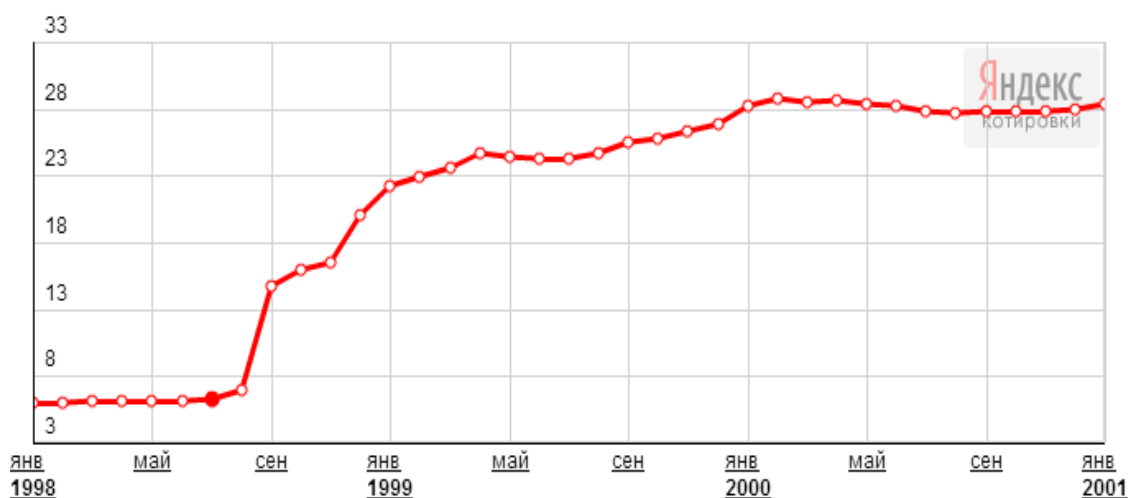


Рисунок 1. Динамика курса доллара за период 1998—2001 гг., руб.

На рис. 1 приводится динамика курса доллара за период 1998—2001 гг., руб. Как видно, в сентябре 1998 года курс доллара резко пошел вверх и достиг 15,96 рублей, далее произошел еще больший рост до 2001 года, когда ситуация стабилизировалась и курс доллара достиг примерно 29 рублей.

Причинами столь высокого повышения является следующее. Во-первых, огромный государственный внешний долг. По данным Центробанка, на момент кризиса резервы ЦБ составляли 24 миллиарда долларов, обязательства перед нерезидентами на рынке ГКО/ОФЗ и фондовом рынке — свыше 36 миллиардов долларов. Во-вторых, снижение мировых цен на сырье, доходы в бюджет от данной статьи резко уменьшились. В-третьих, в августе 1998 года ЦБ РФ перешел на плавающий курс рубля в рамках границ валютного коридора от 6 до 9,5 рубля за доллар, наблюдалась сильная спекулятивная атака. Курс рубля упал по отношению к доллару сразу в полтора раза. В-четвертых, политика государства в экономике.

После дефолта 1998 года экономика страны была стабильной, в течение 20 лет курс доллара держался на одном уровне

Сегодня ситуация на валютном рынке неоднозначная. Курсы валют могут меняться каждый день и на протяжении всего дня. Такие изменения приводят к ухудшению экономической ситуации, к инфляции, безработице.

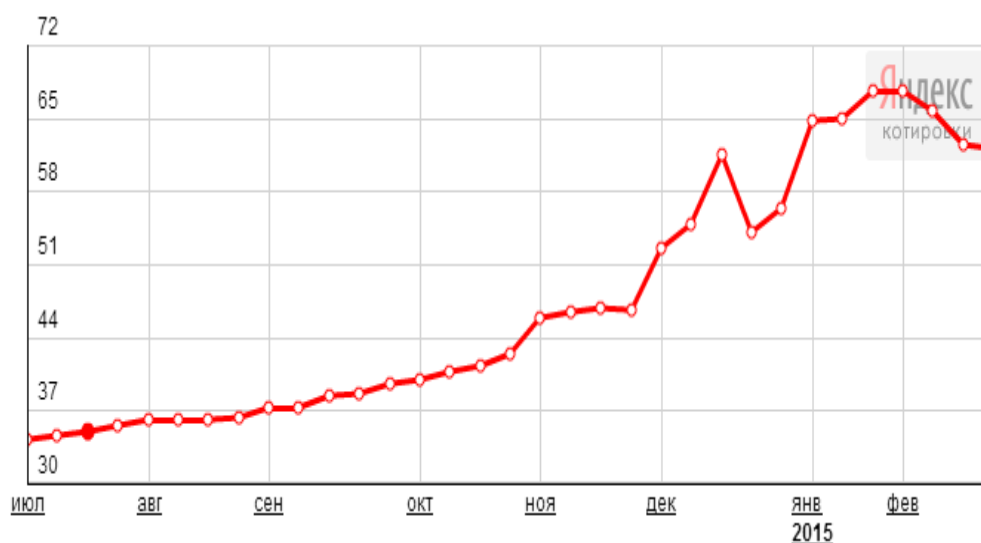


Рисунок 2. Динамика доллара в период с июля 2014 г. по февраль 2015 г., руб.

Из графика следует, что повышение доллара в отношении рубля началось с сентября 2014 года. На сегодняшний момент наибольший рост приходится на 3 февраля — 69,66 рублей.

Причинами такого роста можно выделить следующие факторы.

Во-первых, падение цен на нефть. Тенденция к снижению цен на нефть произошла вследствие политических интересов других государств, так как доля рынка РФ в еврозоне велика. Санкции США в отношении России по поводу поставки технологий и оборудования по добыче нефти также являются катализатором в потере этой доли рынка.

Второй причиной являются санкции, введенные западными странами в отношении России, которые закрыли доступ российским банкам на мировые рынки капитала. Санкции против «Внешэкономбанка», «Газпромбанка», «Внешторгбанка», «Банка Москвы», «Россельхозбанка», «Сбербанка», вследствие которых банки не смогут привлекать займы у американских кредиторов сроком более чем на 90 дней. Они также не смогут размещать новые акции среди американских инвесторов. Аналогичные запреты ввели Норвегия, Швейцария, ЕС [2].

Третьей причиной можно назвать атакующие действия спекулянтов. Например, одним из спекулянтов является небольшая доля населения. Общество в панике скупает валюту для сохранения сбережений. Другие спекулянты — это банки и корпорации, приобретающие иностранную валюту по низкой цене. Основная цель — получение прибыли с помощью спекулятивных действий, так как спрос на валюту огромный.

В сложившейся рыночной ситуации, ЦБ РФ принял следующие кардинальные меры:

Во-первых, повышение ключевой ставки. Ключевая ставка была обозначена как инструмент денежно-кредитной политики в сентябре 2013 года. Ключевая ставка устанавливается ЦБ РФ в целях оказания воздействия на уровень процентных ставок, складывающихся в экономике страны.

По существу — это ставка, по которой Банк России кредитует коммерческие банки.

Уже в январе 2016 года ЦБ РФ планирует скорректировать ставку рефинансирования до уровня ключевой ставки [4].

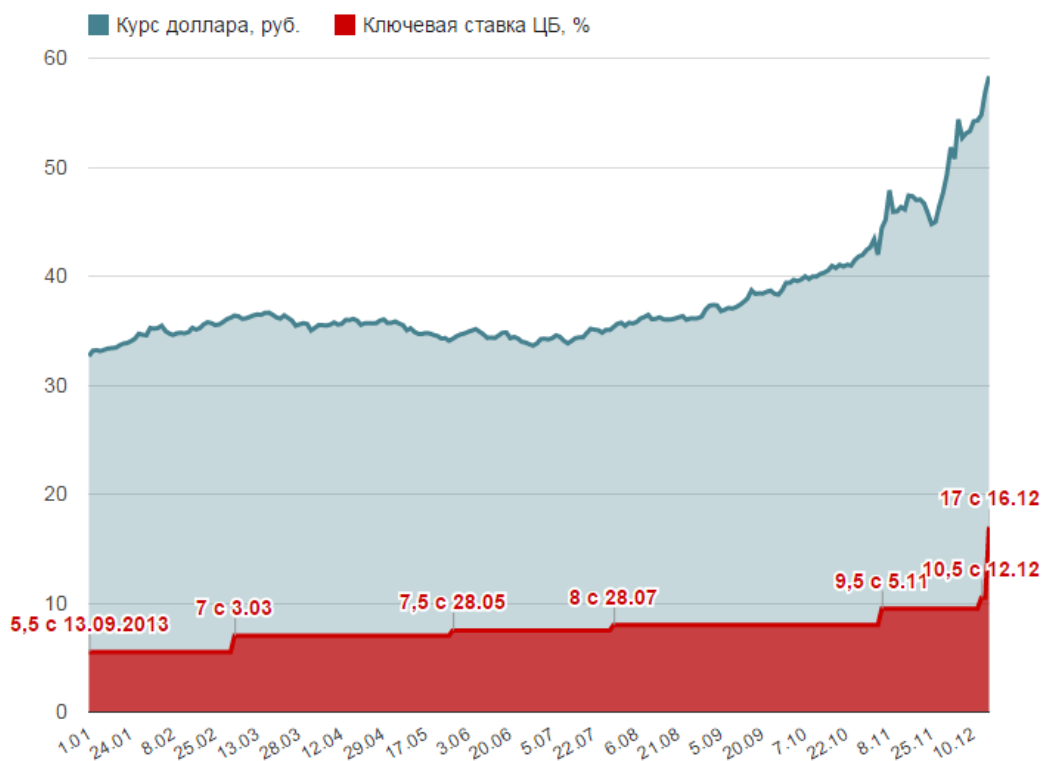


Рисунок 3. Динамика курса доллара и ключевой ставки ЦБ

Однако данный инструмент не способствовал стабилизации ситуации на валютном рынке, но серьезно ударил по банковскому сектору.

Во-вторых, ЦБ РФ отменил валютный коридор. Валютный коридор — декларированные банком минимальный и максимальный курс рубля к доллару на определенный период.

Данное действие было использовано для того, чтобы прекратить интервенции Банка России. Данное решение сопровождалось условием, суть которого состоит в том, что при возникновении угроз для финансовой стабильности ЦБ РФ будет готов совершать интервенции [1].



Рисунок 4. Динамика изменения значения бивалютной корзины, руб.

Согласно графику, динамика изменения значения бивалютной корзины имеет положительную тенденцию.

В ходе исследования автор рассчитал коэффициент корреляции между ценами на нефть и курсом доллара по отношению к рублю в России в 2014 году для установления взаимосвязи между показателями.

Таблица 1.

Исходные данные для расчета коэффициента корреляции

	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь
Цена на нефть (Brent), USD / баррель	105,98	106,73	108,43	107,19	107,2	108,04	108,48	105,64	102,08	91,4	83,74	71,5
Курс доллара по отношению к руб.	33,18	34,99	36,23	35,58	35,5	34,92	34,19	36,05	37,14	39,98	45,82	52,42

Коэффициент корреляции близок к 1, значит, существует сильная взаимосвязь, так как коэффициент отрицательный — связь обратная. Это говорит о том, что чем ниже цена на нефть, тем выше курс доллара по отношению к рублю.

Таким образом, на основе проведенного обзора автор обосновала текущую ситуацию на валютном рынке России и рекомендует следующее:

1. Снизить влияние на национальную валюту от стоимости сырья на внешних рынках путем диверсификации производства — перехода

от сырьевых производств к современным конкурентоспособным производствам, в т. ч. имеющим экспортную направленность;

2. Запуск собственных разработок для снижения импортозависимости в области сельского хозяйства, местной продукции, инновационных материалов;

3. Стимулирование крупных инфраструктурных проектов с созданием прозрачности ценообразования и проведения тендеров;

4. Налоговое послабление для малого предпринимательства;

5. Со стороны ЦБ — усиление надзора за деятельностью финансовых институтов;

Список литературы:

1. Банк России назвал основные причины падения рубля. — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://top.rbc.ru/finances/15/12/2014/548f16c32ae5964f117fc581> (Дата обращения: 02.02.2015).
2. Запад ввел против России самые жесткие санкции со времен холодной войны. — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://top.rbc.ru/politics/30/07/2014/939745.shtml> (Дата обращения: 02.02.2015).
3. История российского экономического кризиса 1998 года. — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://ria.ru/spravka/20130816/956675756.html#ixzz3Rbaf4Op0> (Дата обращения: 02.02.2015).
4. Ключевая ставка ЦБ РФ. — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.banki.ru/wikibank/klyuchevaya_stavka/ (Дата обращения: 02.02.2015).
5. США ввели санкции против ВТБ, Банка Москвы и РСХБ. — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.banki.ru/news/bankpress/?id=6950068> (Дата обращения: 02.02.2015).

ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ БИЗНЕСА ПРЕДПРИЯТИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Зварыкина Татьяна Семеновна

*студент «Белгородского государственного национального исследовательского
университета» Алексеевского филиала,
РФ, г. Белгород*

Чеховская Ирина Анатольевна

*студент «Белгородского государственного национального исследовательского
университета» Алексеевского филиала,
РФ, г. Белгород*

Рысикова Ирина Васильевна

*научный руководитель, доц. «Белгородского государственного национального
исследовательского университета» Алексеевского филиала,
РФ, г. Белгород*

В связи с ухудшением экономической обстановки в России, вызванной резким спадом мировых цен на электроресурсы, а также введением экономических санкций в отношении России в связи с событиями в Крыму и на востоке Украины, оценочная деятельность приобретает всё большую роль в развитии бизнеса. Так как все экономические сделки, совершающиеся в условиях финансового кризиса, производятся «на страх и риск» их участников, и продавец, и покупатель хотят знать заранее, какова будет цена сделки.

В связи с вышеизложенным можно сделать однозначный вывод о том, что оценка стоимости предприятия (бизнеса) в современном мире является актуальной темой.

Основная составляющая рыночной цены — это стоимость объекта, являющегося предметом сделки. Рыночная цена — в свою очередь, это совершившийся факт, т. е., результат уже состоявшейся сделки. Она занимает промежуточное значение между ними. Эту величину принято называть рыночной стоимостью, и именно ее чаще всего и пытается определить оценщик [7].

Нормативно-правовое регулирование оценочной деятельности в Российской Федерации имеет следующую иерархическую структуру:

- Конституция Российской Федерации;

- Кодексы Российской Федерации (к оценочной деятельности прямое отношение, прежде всего, имеют Гражданский Кодекс, Налоговый Кодекс, Земельный Кодекс, а опосредованно — все остальные, в том числе, Градостроительный и Уголовный Кодексы);

- Федеральный закон от 29 июля 1998 года № 135-ФЗ «Об оценочной деятельности в Российской Федерации» (в ред. от 21 июля 2014 г. № 225-ФЗ);

- Федеральные стандарты оценки (ФСО);

- Стандарты и правила оценочной деятельности саморегулируемых организаций оценщиков (далее — СРОО);

- прочие документы уполномоченных органов (например, методические рекомендации Минэкономразвития или Национального совета по оценочной деятельности) [1].

Для определения рыночной или другого вида стоимости оценщики применяют специальные приемы и способы расчета, которые получили название методов оценки.

Выбор метода оценки во многом зависит от того, в каком финансовом состоянии находится предприятие в данный момент и каковы его перспективы, а также большую зависимость оказывают внешние факторы. К таким факторам можно отнести: значительное снижение курса рубля относительно иностранных валют, увеличение инфляции, уменьшение реальных доходов населения и значительное ухудшение ситуации в ряде отраслей российской экономики на современном этапе развития.

Например, мировые компании, ведущие бизнес в России, зафиксировали падение прибыли из-за сокращения потребительской активности населения, а часть из них сообщила о выводе своего капитала из России. В частности, настроения на российском фондовом рынке в декабре 2014 года формировались под влиянием единственного фактора — обвального падения российской валюты на торгах «Московской Биржи». Снижение стоимости рубля привело к серьезной переоценке рублевой стоимости российских акций [8].

Таким образом, в зависимости от состояния и перспектив развития бизнеса расчет стоимости предприятия может строиться на применении следующих подходов:

- Затратный подход в оценке анализирует стоимость предприятия с точки зрения понесенных издержек. Стоимость предприятия при этом признается равной стоимости активов предприятия, оставшихся после погашения всех обязательств.

- Доходный подход считается наиболее приемлемым с инвестиционной точки зрения, поскольку под стоимостью предприятия в нем понимается оценка потока будущих доходов.

- Сравнительный подход предполагает, что стоимость предприятия обуславливается тем, за сколько оно может быть продано при наличии достаточно сформированного рынка, т. е., в сравнении с предприятиями-аналогами [5].

Оценщик при проведении оценки обязан применять (или обосновать отказ от использования) все три подхода к оценке, но он вправе самостоятельно определять в рамках каждого из подходов к оценке конкретные методы оценки.

В качестве примера рассмотрим анализ оценки бизнеса (предприятия) на примере предприятия ЗАО «Краски».

Лакокрасочное предприятие ЗАО «Краски» было создано в 2002 г. в городе Шебекино Белгородской области, которое в 2004 г. провело реконструкцию производства с установкой оборудования испанской фирмы.

Промышленное предприятие располагается в индустриально развитом районе России — в городе Шебекино Белгородской области. Предприятие имеет удобное географическое расположение с развитой транспортной инфраструктурой, по сути дела в географическом центре Европейской части России.

В настоящее время предприятие выпускает строительные эмали и краски широкой гаммы цветов, пропитки по дереву, грунтовки. Основной ассортимент продукции — это эмали на пентафталевой основе, водосодержащие эмали, водорастворимые краски, в том числе на плюолитовой основе, используемые

для внутренних и наружных работ, также выпускаются фактурные отделочные материалы и шпаклевки.

Чтобы иметь представление о качестве финансово-хозяйственной деятельности ЗАО «Краски», проанализируем следующие показатели, определённые по данным годовой отчётности за период 2011—2013 годы, представленные в таблице 1.

Таблица 1.

Основные экономические показатели финансово-хозяйственной деятельности ЗАО «Краски» за 2011—2013 гг.

№	Показатели	Годы			Отклонение			
					Абсолютное (+,-)		Относительное (%)	
		2011	2012	2013	2012 г. от 2011 г.	2013 г. от 2012 г.	2012 г. от 2011 г.	2013 г. от 2012 г.
1	Выручка от продажи продукции (работ, услуг), тыс. руб.	90393	85271	76410	-5122	-8861	94,3	89,6
2	Среднесписочная численность работников, чел.	45	45	45	0	0	100,0	100,0
3	Среднегодовая стоимость основных средств, тыс. руб.	4831	4519	4081,5	-312	-437,5	93,5	90,3
4	Среднегодовая стоимость дебиторской задолженности, т. руб.	3736,5	4652,5	6420	916	1767,5	124,5	138,0
5	Среднегодовая стоимость кредиторской задолженности, тыс. руб.	8324	19795	37189,5	11471	17394,5	237,8	187,9
6	Себестоимость продукции (работ, услуг), тыс. руб.	85212	81090	73383	-4122	-7707	95,2	90,5
7	Прибыль от продажи продукции, тыс. руб.	1443	1068	255	-375	-813	74,0	23,9
8	Чистая прибыль, тыс. руб.	807	239	342	-568	103	29,6	143,1
9	Фондоотдача, руб.	18,71	18,87	18,72	0,16	-0,15	100,8	99,2
10	Фондоёмкость, руб.	0,05	0,05	0,05	0	0	100,0	100,0
11	Уровень рентабельности продукции, %	1,7	1,3	0,3	-0,4	-1	76,5	23,1
12	Рентабельность продаж, %	0,9	0,3	0,4	-0,6	0,1	33,3	133,3

По данным таблицы, очевидно, что основные средства на данном предприятии используются недостаточно рационально. Финансово-хозяйственную деятельность ЗАО «Краски» за рассматриваемый период следует признать неудовлетворительной, т.к. работа завода нерентабельна, о чем свидетельствует уменьшение прибыли во всех периодах.

Выручка от реализации продукции в 2012 году по отношению к 2011 году уменьшилась на 5122 тыс. рублей, а в 2013 году в сравнении с 2012 годом уменьшилась на 8861 тыс. рублей.

Одновременно с уменьшением выручки наблюдается уменьшение показателя себестоимости в 2012 году по сравнению с 2011 годом на 4122 тыс. рублей, а в 2013 году по отношению к 2012 году на 7707 тыс. рублей.

Здесь важно подчеркнуть, что снижение себестоимости продукции является положительным фактором роста эффективности и результативности производства. Потому что именно себестоимость продукции является базой для исчисления отпускных цен и формирования финансовых результатов.

Фондоотдача предприятия ЗАО «Краски» в 2013 году составила 18,72 рублей валовой продукции на 1 рубль фондов, это на 0,15 рубля меньше, чем в 2012 году, но больше на 0,16 рубля в 2011 году.

Рентабельность продукции в 2013 г. уменьшилась по сравнению с 2012 г. на 1, а в 2012 г. по сравнению с 2011 г. уменьшилась на 0,4. Это свидетельствует о средней себестоимости продаж, а также трудностях со сбытом продукции. Рентабельность продаж за рассматриваемый период уменьшилась на 0,5 %. Данный показатель указывает, какую долю чистая прибыль занимает в общем объеме продаж.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что данное предприятие развивается медленным темпом, а в структуре капитала основную часть занимают заемные средства.

Для любого предприятия оценка стоимости бизнеса (предприятия) может стать тонким инструментом планирования и управления финансово-хозяйственной деятельностью. Так как применение данной оценки способно

не только повысить эффективность использования ресурсов, но и обеспечить более высокий уровень безопасности и контроля.

Определим стоимость предприятия ЗАО «Краски» затратным подходом с помощью метода чистых активов, который составляет определение разницы между балансовой стоимостью всех активов предприятия и суммой долговых обязательств (табл. 2).

Порядок расчета размера чистых активов для акционерных обществ установлен Приказом Минфина России № 10н, ФКЦБ России № 03-6/пз от 29 января 2003 г.

Таблица 2.

Пример расчета чистых активов предприятия

Показатели баланса	Данные баланса
Актив баланса	
1. Внеоборотные активы (раздел I)	
• остаточная стоимость основных средств	3864
• финансовые вложения	17753
2. Оборотные активы (раздел II)	
• запасы	31570
• дебиторская задолженность	7373
• денежные средства и денежные эквиваленты	6
• прочие оборотные активы	26390
Пассив баланса	
3. Краткосрочные обязательства (раздел V)	
• заемные средства	44172
• кредиторская задолженность	48166

$$\text{Актив} = 3\ 864 + 17\ 753 + 31\ 750 + 7\ 373 + 6 + 26\ 390 = 87\ 136 \text{ тыс. руб.}$$

Сумма активов составит 87 136 тыс. руб.

$$\text{Пассив} = 44\ 172 + 48\ 166 = 92\ 338 \text{ тыс. руб.}$$

Сумма пассивов составит 92 338 тыс. руб.

$$\text{ЧА} = 87\ 136\ 000 - 92\ 338\ 000 = - 5\ 202\ 000 \text{ руб.}$$

Стоимость чистых активов предприятия составляет (-) 5 202 000 руб., данный показатель является отрицательным, так как обязательства предприятия превышают сумму активов.

Далее определим стоимость предприятия ЗАО «Краски» доходным подходом. В данном случае при оценке стоимости предприятия ЗАО «Краски» целесообразнее и понятнее будет использовать метод капитализации доходов.

При оценке рыночной стоимости предприятия ЗАО «Краски» попробуем использовать метод капитализации чистого дохода (валовой прибыли) до налогообложения, выплаты процентов и капитализации затрат по следующей формуле:

$$\text{Стоимость} = \text{Доход предприятия} / \text{Коэффициент капитализации} \quad (1)$$

В качестве капитализируемой величины выбирается валовая прибыль. Валовая прибыль ЗАО «Краски» в 2013 г. составила 3027 тыс. руб. Коэффициент капитализации необходимый для дальнейших расчетов находим методом кумулятивного построения:

$$K = Cб + Pл + Pр \quad (2)$$

где: $Cб$ — безрисковая ставка (в качестве «безрисковой» взята ставка по депозитам для юридических лиц в банках высокой надежности, по данным «ВТБ24» на 31.12.13 г. составляла 9,25 %);

$Pл$ — риск ликвидности (возможность потери, при реализации объекта — в данном случае предприятия ЗАО «Краски» из-за недостаточной развитости рынка, несбалансированности, неустойчивости — 10 %);

$Pр$ — региональный риск, присущ для конкретного региона (Белгородская область — 8 %).

Таким образом, исходя из проведенного анализа, получаем:

$$\text{Коэффициент капитализации } K = 9,25 \% + 10 \% + 8 \% = 27,25 \%$$

Стоимость ЗАО «Краски» = $3\,027\,000 / 0,2725 = 11\,108\,256,88$ руб.

Следовательно, рыночная стоимость предприятия ЗАО «Краски», рассчитанная методом капитализации, в 2013 г. составила $\approx 11\,108\,256,88$ руб.

Провести оценку исследуемого предприятия сравнительным подходом не представляется возможным в связи с отсутствием необходимой информации.

При определении итоговой величины рыночной стоимости объекта оценки можно скорректировать рыночную стоимость предприятия ЗАО «Краски», которая была определена на основании двух подходов, следующим образом (табл. 3):

Таблица 3.

Расчет рыночной стоимости ЗАО «Краски»

Подход	Рыночная стоимость, тыс. руб.
Затратный подход (чистые активы)	- 5 202 000
Доходный подход (капитализация)	11 108 256
Скорректированная величина	2 953 128

Исходя из приведенных аналитических расчетов, объект стоимостной оценки — Шебекинское предприятие химической промышленности ЗАО «Краски» имеет рыночную стоимость в размере 2 953 128 руб.

Отметим, что на полученный результат оказали влияние такие факторы, как: региональный риск Белгородской области; безрисковая ставка (по депозитам для юридических лиц в банках высокой надежности), а также внутренняя учетная политика предприятия.

Таким образом, в условиях нестабильности российской экономики, оценка бизнеса становится все более важной для предпринимательской среды, поэтому необходимо также учитывать внешнеэкономические факторы, оказывающие большое влияние на рыночную стоимость оцениваемых объектов. Так, в настоящее время положительным фактором является повышение ставки по депозитам для юридических лиц. Например, в «ВТБ24», в зависимости от вида вклада, существуют следующие ставки на период 2014 года: выгодный вклад — 13,65 %; накопительный — 11,78 %; комфортный вклад — 10,73 %.

Однако на практике пока невозможно провести расчеты за 2014 год, так как еще не сформирована отчетность за этот период.

Список литературы:

1. Васильева Л.С. Финансовый анализ [Текст]: учебник / Л.С. Васильева. — М.: КНОРУС, 2011. — 880 с.
2. Вашакмадзе Т., Подходы к оценке стоимости бизнеса 10.09.2013 — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.cfin.ru/appraisal/business/intro/Valuation_Standard.shtml.
3. Коупленд Т., Коллер Т., Муррин Дж., Управление стоимостью. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.cfin.ru/finanalysis/valuebook-4.shtml>.
4. Лозгачева Т.М., Необходимость формирования современной Российской системы оценки бизнеса. Информационное агентство BankStars. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.bankstars.ru/spravka/4029-news.html>.
5. Шпилевская Е.В., Оценка стоимости предприятия (бизнеса) [Текст]: учеб. Пособие / Е.В. Шпилевская, О.В. Медведева; под ред. Е.В. Шпилевской. — Ростов н/Д: Феникс, 2010. — 165 с.
6. Щербаков В.А., Оценка стоимости предприятия (бизнеса) [Текст] / В.А. Щербаков, Н.А. Щербакова. — 3-е изд., перераб. И доп. — М.: Издательство «Омега-Л», 2009. — 217 с.
7. Федеральный стандарт оценки. Общие понятия оценки, подходы и требования к проведению оценки (ФСО № 1) утв. Приказом Минэкономразвития РФ от 20 июля 2007 г. № 256). — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.expertgroup.ru/ru/fso_1_2_3.html.
8. Финансовый кризис в России (2014—2015 гг.): свободная энциклопедия — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [https://ru.wikipedia.org/wiki/%%B8_\(2014%E2%80%942015\)?veaction=edit](https://ru.wikipedia.org/wiki/%%B8_(2014%E2%80%942015)?veaction=edit).

СУДЬБА РОССИЙСКОГО РУБЛЯ

Жукова Елена Олеговна

*студент УлГТУ,
РФ, г. Ульяновск*

Инейкин Александр Сергеевич

*студент УлГТУ,
РФ, г. Ульяновск*

Смоленская Светлана Владимировна

*научный руководитель, канд. экон. наук,
доц. кафедры «Экономическая теория» УлГТУ,
РФ, г. Ульяновск*

В последнее время население нашей страны стал активно интересоваться курсом рубля. Наиболее обсуждаемым этот вопрос был в декабре 2014, когда стоимость рубля по отношению к другим валютам стала стремительно падать, к 17 декабря стоимость доллара на ММВБ превысила 80 рублей, европейская валюта — переступил порог в 100 рублей. После экстренных мер правительства и Центрального банка России, курс рубля смог стабилизироваться.

«Валютный курс — это цена денежной единицы одной страны, выраженная в денежных единицах другой страны. Валютный курс необходим для обмена валют при торговле товарами и услугами, движении капиталов и кредитов; для сравнения цен на мировых товарных рынках, а также стоимостных показателей разных стран; для периодической переоценки счетов в иностранной валюте фирм, банков, правительств и физических лиц» [3].

Важность этой темы обуславливается тем, что валютный курс оказывает значительное влияние на внешнюю торговлю страны, т. к. от него в существенной мере зависит конкурентоспособность ее товаров на мировых рынках. Также он воздействует на ценовое соотношение импорта и экспорта, вызывая изменения во внутриэкономической ситуации страны, а также влияя на конкурентоспособность фирм и их доходы, влияет на направления международных потоков капитала. Вопрос о вложении национального капитала в активы определенной страны решают исходя из вероятной реальной прибыли

на инвестируемый капитал, которая зависит от ожидаемых изменений валютного курса и процентной ставки.

Резкие изменения валютного курса увеличивают нестабильность международных экономических, в т. ч. валютно-кредитных и финансовых отношений, вызывая отрицательные социально-экономические последствия.

Всех нас смущает то, что происходит с российским рублем. Рассмотрим ответы на некоторые из наиболее важных вопросов о судьбе российского рубля:

1. Что происходит с российским рублем?

Учитывая официальные данные Центрального банка России, с начала года рубль обесценился на 84 процентов по отношению к доллару США и почти на 67 процентов по отношению к европейской валюте. Как видно из графика (рисунок 1), главное падение стоимости рубля началось в июле 2014 года.

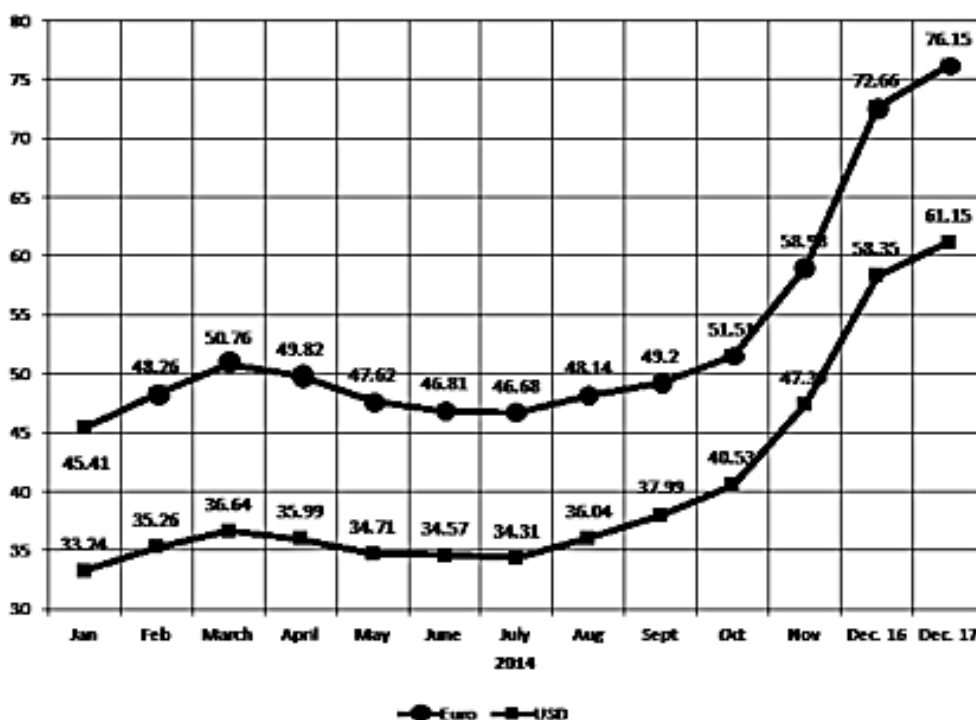


Рисунок 1. Курс рубля к евро и доллару США (в рублях)

Тем не менее, на Московской бирже (MoEx), доллар США и евро торговались по более высоким ценам. По MoEx, с начала года рубль обесценился на 117 процентов по отношению к доллару США (рисунок 2).

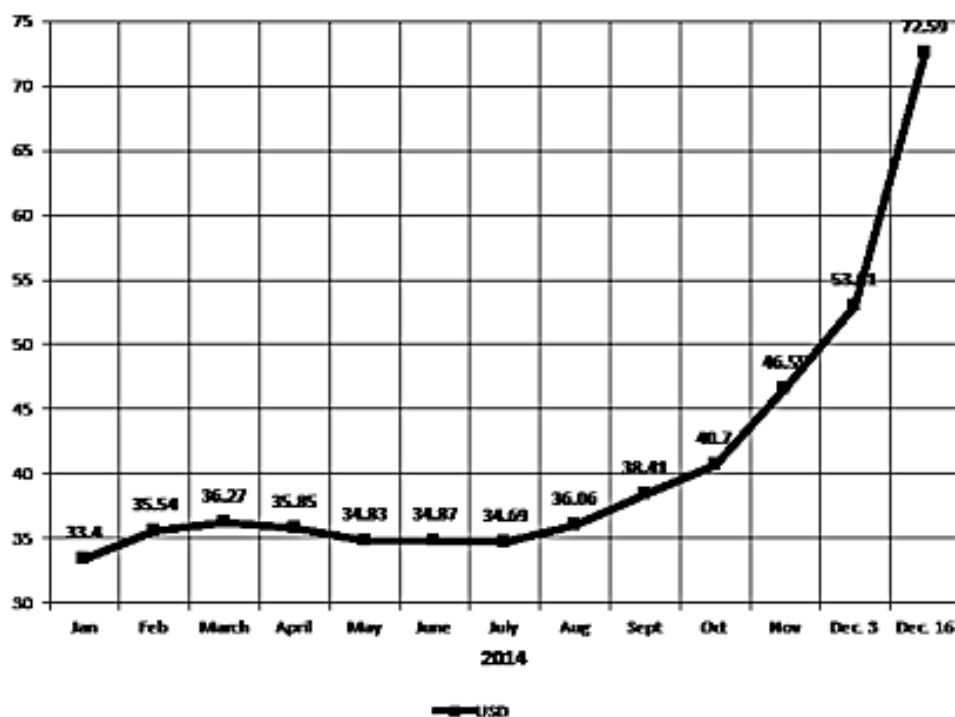


Рисунок 2. Курс рубля к доллару США (в рублях)

2. Как формируется официальный курс рубля.

Центральный Банк России устанавливает официальный курс российского рубля на ежедневной основе. Банк выдает приказ, который вступает в силу со следующего календарного дня. Таким образом, создаются обменные курсы иностранных валют.

Официальный курс российского рубля по отношению к доллару США рассчитывается Центральным банком России на основании цены рубля по отношению к доллару в течение ежедневных торгов на межбанковском внутреннем валютном рынке.

Курсы других иностранных валют формируются на основе официального курса доллара США по отношению к рублю и котировок этих валют к доллару США на международных валютных рынках и межбанковском внутреннем валютном рынке, а также на обменных курсах к доллару США, созданных национальными банками соответствующих государств.

3. Почему обесценивание рубля достигло таких отметок?

Есть несколько основных факторов, приведших к ослаблению российского рубля: медленный экономический рост в России, снижение положительного

сальдо платежного оттока капитала, падение цен на нефть и отсутствие иностранных инвестиций. В дополнение к этому, западные финансовые санкции затронули российскую экономику, лишая предприятия жизненно важных западных финансовых источников, крайне необходимые для рефинансирования бизнес долгов.

Рассмотрим основные факторы подробнее:

- Снижение темпов экономического роста.

Экономика России начала испытывать замедление темпов экономического роста с 2012 года (рисунок 3).

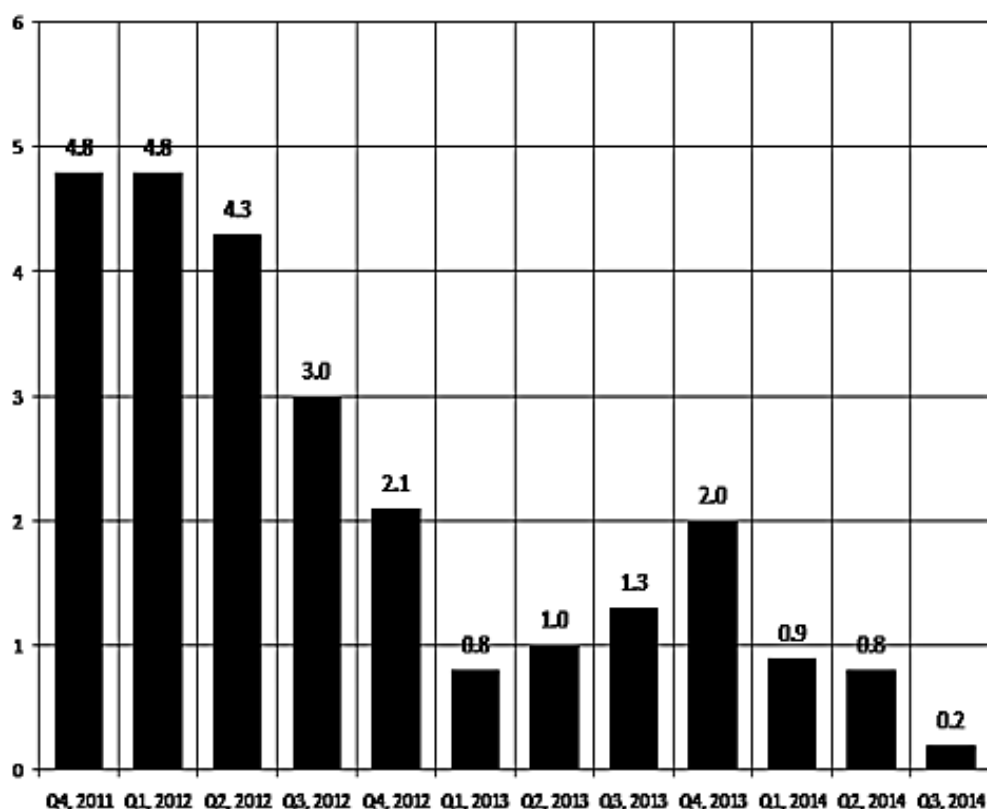


Рисунок 3. Ежегодные темпы экономического роста в России (в %)

- Сокращение платежного баланса.

На протяжении 2014 года, платежный баланс снижается: \$ 26,8 млрд. в первом квартале, \$ 14,1 млрд. во втором квартале и \$ 11,4 млрд. в третьем квартале (рисунок 4).

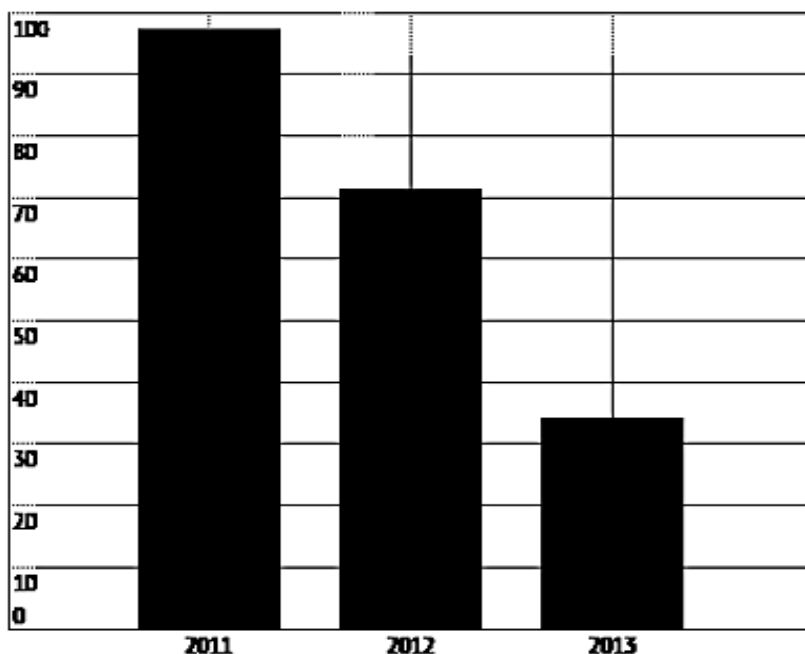


Рисунок 4. Платежный баланс РФ (в млрд. долл. США)

- Отток капитала.

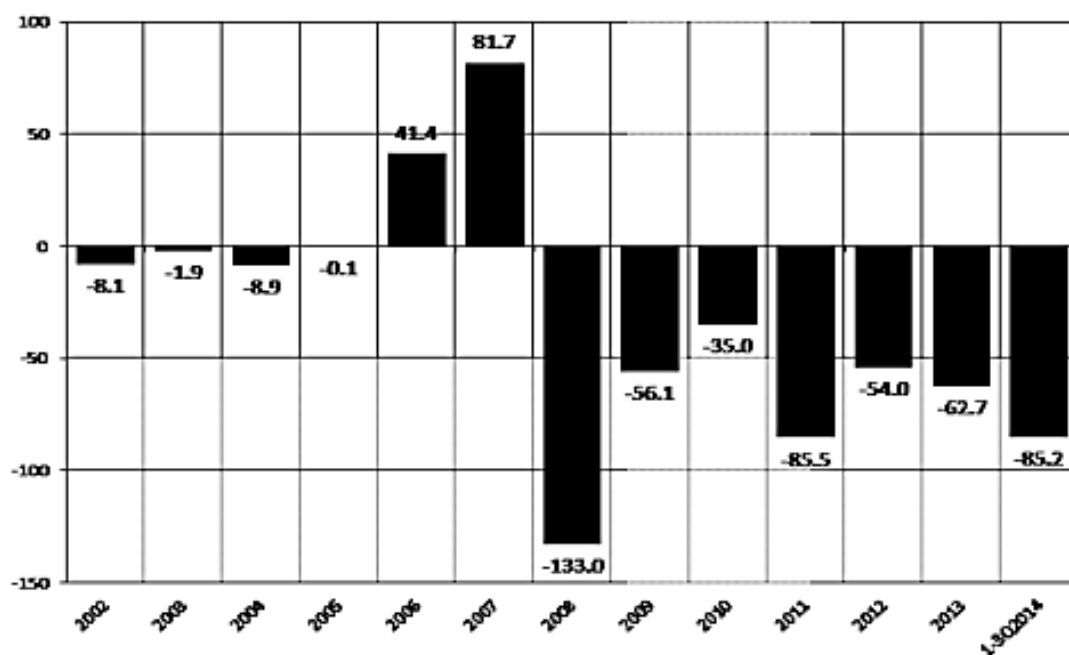


Рисунок 5. Чистый приток/отток капитала (в млрд. долл. США)

С начала 2014 года, отток капитала из России достиг рекордных показателей. В течение первых трех кварталов 2014 года, он превысил 85 миллиардов долларов США. В основном это произошло из-за конфликта в Украине и в результате западных санкций. Одним из основных последствий

оттока капитала является повышенный спрос на иностранную валюту, в данном случае, доллары США и европейскую валюту (рисунок 5).

- Падение цен на нефть.

Экономика России в значительной мере зависит от экспорта нефти, что делает ее очень чувствительной к любым колебаниям мировых цен на нефть, особенно если они непредвиденные и резкие. В 2013 году экспорт сырой нефти составил 33 процента от общего объема экспортных поступлений.

Цены на нефть начали снижаться: с июня 2014 года до 16 декабря 2014 года баррель нефти марки Brent торгуется ниже 70 долларов США. Рубль немедленно отреагировал на данное снижение (июнь-июль) и начал падать 17 декабря 2014 года официальный курс доллара США по отношению к рублю Центральным банком России был установлен на отметке в 61,15 рублей. Таким образом, с начала года, российский рубль потерял 84 процента от своей стоимости (рисунок 6).

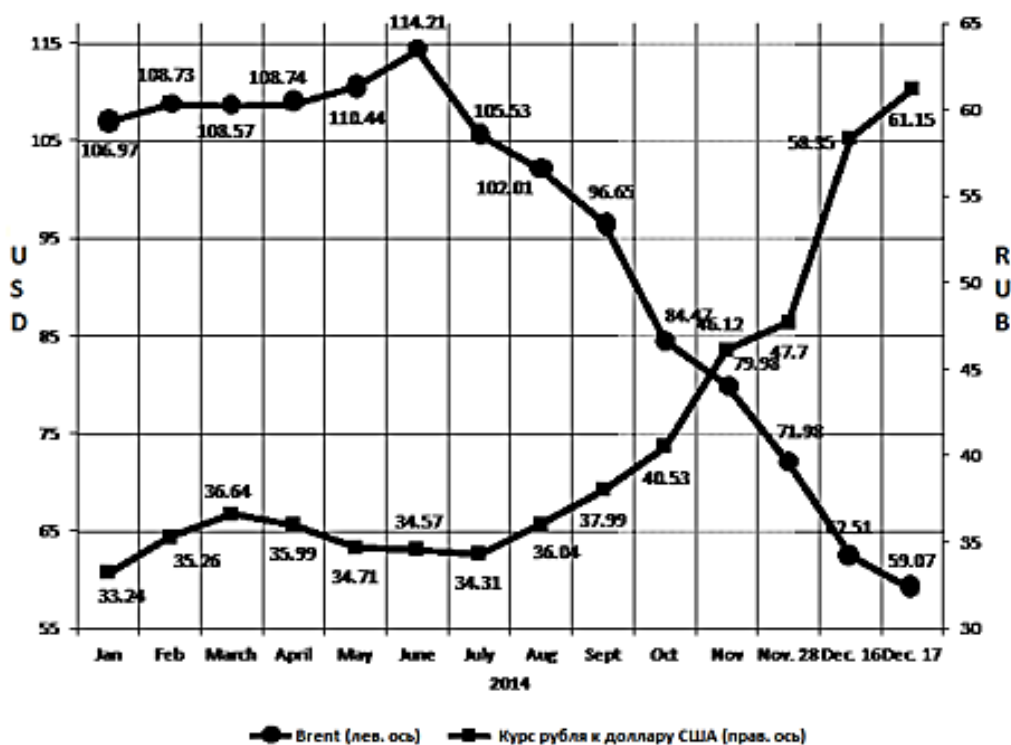


Рисунок 6. Цена на нефть и курс рубля к доллару США

Как видно из графика, рубль стал быстро падать после того как мировые цены на нефть начали снижаться.

4. Влиял ли Центральный банк России на курс рубля?

Да, это так. Тем не менее, в меньшей степени, чем 10 ноября 2014 года, когда Центральный банк России пустил рубль в свободное плавание.

Ранее, до 10 ноября 2014, Центральный банк России влиял на курс рубля, если он резко менялся. Когда рубль резко обесценился, Центральный банк России применил валютные интервенции для стабилизации обменного курса. Если рубль девальвировался, Центральный банк России покупал рубли (продавал доллары и евро); если рубль укреплялся, он продавал рубли (покупал доллары и евро).

Важно также учесть, что курс рубля связан не только с долларом США, но также и с корзиной доллар-евро. Когда стоимость бивалютной корзины в рублях достигает верхней или нижней границ плавающего диапазона, Центральный Банк России проводит операции по продаже (или приобретению) иностранной валюты на объем, эквивалентный 350 миллионам долларов в день.

С начала 2014 года рубль постоянно обесценивается, и Центральный Банк России использует валютные интервенции (90 миллиардов долларов США из золотовалютных резервов страны), для стабилизации курса рубля.

Тем не менее, 10 ноября 2014 года, Центральный банк отменил свою политику, позволив российской валюте колебаться в пределах определенного диапазона по отношению к бивалютной корзине доллар-евро, и мог вмешиваться, когда границы были скрещены. Таким образом, Центральный банк России отправил рубль в свободное плавание. Тем не менее, Центральный Банк России сохранил право вмешиваться в случае возникновения угрозы для финансовой стабильности страны.

Одна из главных причин — защита рубля от спекулятивных атак. Со свободно плавающим рублем банкирам становится гораздо труднее зарабатывать на разнице курса, потому что, когда валюта находится в определенной границе и Центральный банк вмешивается в известных конкретных обстоятельствах, это легко предсказать, следовательно, трудно заработать на разнице курсов валют.

Теперь, когда Центральный банк России пустил рубль в свободное плавание, его курс во многом зависит от фундаментальных экономических факторов. Тем не менее, он может неожиданно вмешаться для того, чтобы наказать спекулянтов, резко увеличивая или уменьшая курс рубля. Следовательно, стратегия Центрального банка России будет сдерживать спекулянтов, потому что нападение на свободно плавающий валютный курс является рискованным и дорогостоящим.

5. Как девальвация рубля отразится на гражданах России?

С одной стороны, дешевый рубль — это плохо. Предполагая, что зарплата (в рублях) остается той же, покупательная сила снижается, так как люди могут купить меньше товаров, цены которых определяются на мировом рынке.

Также важно запомнить: когда цена конкретного продукта увеличивается, лицо приобретает меньшее количество других товаров, потому что он или она имеет меньше денег в остатке. Таким образом, почти каждый страдает от девальвации рубля, но больше всего те, кто беднее.

Тем не менее, средний класс также страдает, потому что в течение последнего десятилетия люди начали потреблять больше импортных товаров, ставших частью повседневной жизни, выезжать за границу и тратить больше долларов. Таким образом, для них поддерживать свой «образ жизни» сейчас труднее. Если человек потребляет больше импортных товаров и тратит деньги за рубежом, то его или ее покупательная способность снизилась почти на 84 процента, так как рубль потерял 84 процента своей стоимости по отношению к доллару США с начала года.

Слабый рубль также вызывает рост инфляции цен. Тем не менее, сделать точную оценку трудно, так как она основана на потребительской корзине товаров, и инфляция может быть разной для разных регионов России.

Также есть индекс потребительских цен, который основан на специальной рыночной корзине, разработанной Федеральной службой государственной статистики (ФСГС). В соответствии с ФСГС, индекс потребительских цен

в октябре 2014 года будет на 8,3 процента выше, чем в октябре 2013 года, что значительно выше запланированного уровня.

Сергей Гуриев, известный российский экономист, считает, что в декабре индекс будет примерно на 9 процентов выше, чем в прошлом году. Это означает, что цены в среднем уже увеличились более чем на 8 процентов. Оценка инфляции на следующий год с учетом текущих условий составляет около 8 процентов, это означает, что реальные доходы российских граждан снизятся более чем на 15 процентов. Таким образом, все зависит от ослабления рубля и высокого уровня инфляции.

С другой стороны, слабый рубль оказывает и положительное влияние. Российские предприятия, особенно те, которые ориентированы на экспорт, стали получать больше денег за свои товары, так как они платят зарплату и налоги в рублях, а их доход в долларах или евро. На каждый доллар дохода теперь покупает больше рублей, с которых платятся заработная плата и налоги.

б. Как девальвация рубля повлияет на экономику России?

В нынешней ситуации слабый рубль для бюджета России также является хорошим явлением, так как основная его часть формируется из доходов от экспорта, которые в основном состоят из топливно-энергетических продуктов, котирующихся в долларах США. В 2013 году сырая нефть, нефтепродукты и газ (в том числе СПГ) составляли 67 процентов от общего объема экспортных поступлений. По состоянию на сентябрь 2014 года — 68 процентов.

Так, если в начале года баррель нефти стоил 107 долларов США, а доллар торговался по 33,2 рубля, в бюджет поступило 3552 рубля. Теперь (17 декабря 2014), с ценой в 59,07 долларов США за баррель нефти марки Brent и торговлей в долларах на уровне выше 60 рублей (на Московской бирже) бюджет получает более 3750 рублей. Таким образом, слабый рубль в пользу российского правительства, которое сможет наполнить бюджет необходимыми средствами и сохранить свои социальные обязательства.

С другой стороны, слабый рубль приводит к сильной инфляции. Планируется, что инфляция за 2014 составит около 6 процентов. Алексей Улюкаев, министр экономического развития России, заявил, что к концу этого года инфляция составит около 9 процентов, а в начале 2015 года — около 10 процентов. Это означает, что покупательная способность рядового гражданина упала примерно на 9 процентов.

Для того чтобы люди продолжали чувствовать себя комфортно, правительство России должно регулировать зарплаты и пенсии в соответствии с индексом, что означает их увеличение на 9 процентов. Это обременительно для государственного бюджета.

Если правительство России решит увеличить зарплаты и пенсии, то оно может взять деньги из Резервного фонда, который в настоящее время составляет около 89 миллиардов долларов США (или 6,1 процента ВВП России). По оценкам экономистов, в том числе Сергея Гуриева, этих средств хватит на три года, если нынешняя ситуация не ухудшится.

После этого правительству России придется снизить бюджетные расходы за счет сокращения пенсий, социальных обязательств, военного бюджета или некоторых других расходов.

7. Как долго будет продолжаться снижение рубля?

Это очень трудно предсказать. Антон Силуанов, министр финансов России, 24 ноября заявил, что невозможно предсказать, сколько рубль будет стоить в будущем. «Смотрите за ценами на нефть. Как они себя будут вести, таким будет и курс рубля», сказал Силуанов.

Так как рубль сильно зависит от мировых цен на нефть, он не будет терять свою ценность, если цены на нефть стабилизируются. Этот сценарий вполне вероятен, так как скоро зима и спрос на нефть увеличится.

Цены на нефть ниже 80 долларов США за баррель являются не комфортными для нефтедобывающих стран. Именно поэтому ожидается, что в ходе предстоящего заседания Организации стран-экспортеров нефти (ОПЕК, поставщик около 40 процентов нефти в мире), которое планируется

на 27 ноября в Вене, страны-члены могут договориться о снижении добычи нефти, чтобы поддержать цены на нефть или, по крайней мере, стабилизировать их. Тем не менее, до сих пор неизвестно поддерживает ли такой шаг Саудовская Аравия, крупнейший в мире экспортер нефти, или нет.

Кроме того, геополитические обстоятельства, а именно украинский кризис, влияют на прочность рубля, а именно, на инвестиционный климат в России и, следовательно, отток капитала. Так как подходит зима и Украине нужен газ и уголь, чтобы ее пережить, эскалация конфликта на юго-востоке маловероятна, а также новые санкции против России. Это также снижает ожидание дальнейшего ослабления рубля.

Тем не менее, значительное укрепление рубля маловероятно, так как отток капитала из России увеличивается. Министерство финансов России подтвердило прогноз оттока капитала: 130 миллиардов долларов США к концу года.

24 ноября, Алексей Улюкаев, министр экономического развития России, подчеркнул, что рубль уже отскочил назад примерно на 7 процентов (24 ноября, доллар США торгуется на уровне 44,8 рублей). Он утверждал, что рубль не достиг ещё точки равновесия и оценил его примерно в 41—43 рубля за 1 доллар США. Таким образом, он ожидал укрепление рубля в дальнейшем.

С другой стороны, Алексей Кудрин, бывший министр финансов, утверждал, что рубль уже впитал в себя эффекты западных санкций против России, замедление темпов роста национальной экономики и снижение цен на нефть.

Еще одна причина влияет на рубль — финансовый период, однако, только на краткосрочной основе. Спрос на рубли возрастает, так как в России в конце ноября компании должны платить налоги в рублях.

Также не стоит забывать, что относительно слабый рубль хорош для бюджета и экспортеров России, поэтому российское правительство не будет стремиться вернуть рубль к его стоимости на январь 2014 года.

Рассмотрев ответы на некоторые из наиболее важных вопросов о судьбе российского рубля, можно сделать вывод о том, что снижение курса рубля

привело как к отрицательным, так и положительным последствиям, которые в значительной степени повлияли на Россию, и будут влиять ещё достаточно продолжительный период времени.

Список литературы:

1. Баранов Э.А., Хмыз О.В. Рынки: валютные и ценных бумаг / — М.: Экзамен, 2001. С. 35.
2. Батанова А.А., Илларионов Д.А., Смоленская С.В. Международное развитие и глобализация экономики / В сборнике: Мировая наука и современное общество: актуальные вопросы экономики, социологии и права. Материалы 4 международной научно-практической конференции: в 2-х частях. 2014. С. 14—17.
3. Валютный курс и его регулирование — [Электронный ресурс] — Режим доступа. URL: http://knowledge.allbest.ru/finance/2c0a65625b3ac68a4c43a89421216c27_0.html (дата обращения 01.03.15).
4. Лука К. Торговля на мировых валютных рынках / Изд. 2. — М.: Евро, 2004. С. 8.
5. Моисеев С.Р. Международные валютно-кредитные отношения: Учебное пособие / — М.: Издательство «Дело и Сервис», 2003. С. 98.
6. Потапова А.В., Климахина О.В., Смоленская С.В. Экономический кризис / В сборнике: Общество, современная наука и образование: проблемы и перспективы сборник трудов по материалам Международной научно-практической конференции: в 10 частях. 2012. С. 63—64.

УКРАИНА — НОВАЯ ГРЕЦИЯ ДЛЯ МИРА

Осипов Алексей Владимирович

*студент УлГТУ,
РФ, г. Ульяновск*

Московкина Юлия Юрьевна

*студент УлГТУ,
РФ, г. Ульяновск*

Смоленская Светлана Владимировна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доц.
кафедры «Экономическая теория» УлГТУ,
РФ, г. Ульяновск*

Год за годом ЕС успешно разбирался со своими трудностями. Однако теперь он столкнулся с двумя источниками существенного кризиса: Грецией и Украиной. Этого может оказаться слишком много.

Давно гноящийся кризис в Греции воспринимался неверно всеми сторонами с самого начала. Сейчас эмоции накалились настолько, что единственная конструктивная альтернатива — разобраться с ним.

А вот ситуация с Украиной — совершенно другая. Это черно-белый случай. Путинская Россия является агрессором, а Украина, защищая себя, отстаивает ценности и принципы, на которых был построен ЕС.

До сих пор Европа воспринимала Украину как еще одну Грецию. Это неверный подход, и он ведет к неверным результатам. Путин набирает обороты на Украине, а Европа так занята Грецией, что едва ли уделит этому какое-то внимание.

Предпочтительным результатом для Путина является управляемый финансово-политический крах, который дестабилизирует страну, и за который ему не придется отвечать, а не военная победа, которая оставит в его распоряжении — и под его ответственностью — часть Украины. Он показал это дважды, превратив военную победу в прекращение огня.

Ухудшение положения на Украине между двумя соглашениями о прекращении огня — Минск I, которое было подписано в сентябре прошлого года,

и Минск II, подписанное в феврале, — отражает успехи Путина. Однако этот успех носит временный характер, а Украина является слишком ценным союзником для ЕС, чтобы отказываться от него.

В политике ЕС присутствует фундаментальная ошибка. Как еще путинская Россия могла бы переиграть союзников Украины, которые вели за собой весь свободный мир?

Проблема заключается в том, что Европа давала Украине крохи, так же, как и Греции. В результате, Украина едва держится на ногах, в то время как Путин пользуется преимуществом первого шага. Он может выбирать между гибридной войной и гибридным миром, а Украина и ее союзники с трудом подбирают ответ.

Ухудшение ситуации на Украине ускоряется. Финансовый крах, о котором я предупреждал за несколько месяцев, произошел в феврале, когда стоимость гривны упала на 50 % в течение нескольких дней, и Национальный банк Украины был вынужден задействовать большие суммы денег, чтобы спасти банковскую систему. Кульминация была достигнута 25 февраля, когда центральный банк ввел контроль над импортом и повысил процентные ставки до 30 %.

С тех пор жесткое давление со стороны президента Петра Порошенко вернуло обменный курс к уровню, близкому к тому, на котором основывался бюджет Украины на 2015 год. Но это улучшение крайне нестабильно.

Этот временный крах пошатнул общественное доверие и поставил под угрозу балансы украинских банков и компаний, которые имеют долги в твердой валюте. Он также подорвал расчеты, на которых основаны совместные программы Украины и Международного валютного фонда. Расширенное финансирование МВФ стало недостаточным еще до принятия решения о его выделении.

Однако государства-члены ЕС, которые столкнулись со своими собственными финансовыми ограничениями, не показали готовность рассмотреть

дополнительную двустороннюю помощь. Поэтому Украина продолжает балансировать на краю пропасти.

В то же время радикальная программа реформ на Украине набирает обороты и постепенно становится видна как для украинской общественности, так и для европейских властей. Существует разительный контраст между ухудшением внешней ситуации и продолжающимся прогрессом в области внутренних реформ. Это придает ситуации на Украине ощущение нереальности.

Один из вероятных сценариев заключается в том, что Путин добьется своей оптимальной цели, и сопротивление Украины будет подавлено. Европу заполонят беженцы — два миллиона по вполне реалистичной оценке. Многие люди ожидают, что это положит начало второй холодной войне. Куда вероятнее, что победивший Путин найдет много друзей в Европе, и санкции против России будут сняты.

Это худший из возможных исходов для Европы, которая станет еще более разделенной и превратится в поле битвы за влияние между путинской

Россией и Соединенными Штатами. ЕС перестанет функционировать в качестве мировой политической силы (особенно если Греция покинет еврозону).

Более вероятный сценарий подразумевает, что Европа справится с этой проблемой с помощью капельного подпитывания Украины. Украина не столкнется с крахом, но олигархи вновь заявят о себе, и новая Украина начнет напоминать старую Украину.

Для Путина это будет почти так же хорошо, как и полный крах Украины. Однако его победа стала бы менее безопасной, так как она привела бы ко второй холодной войне, которую Россия проиграет так же, как Советский Союз проиграл первую. Путинской России необходимо продавать нефть не дешевле 100 долларов за баррель, иначе валютные резервы начнут истощаться в течение 2—3 лет.

Последней главой в том, что я назвал «Трагедией Европейского Союза», будет потеря новой Украины. Принципы, которые защищает Украина — и которые лежат в основе ЕС — будут отброшены, и ЕС придется потратить гораздо больше денег на защиту себя, нежели пришлось бы тратить на поддержание успеха Украины.

Существует и более обнадеживающий сценарий. Новая Украина выживет и сохранит желание защищать себя. Хотя Украина не идет ни в какое сравнение с мощностью российской армии, ее союзники могли бы решиться «сделать все необходимое», чтобы помочь, за исключением вовлечения в прямую военную конфронтацию с Россией или нарушения минского соглашения. Это не только поможет Украине, это поможет ЕС вернуть те ценности и принципы, которые он, кажется, утратил. Излишне говорить, что я выступаю именно за этот сценарий.

Пути выхода Украины из кризиса.

Недавно Международный валютный фонд (МВФ) одобрил новый кредит помощи для Украины. Он составляет \$ 17,5 млрд., который они должны будут погасить за 4 года. Так же ни разработали план развития для Украины.

Первое, что ожидает МВФ, это дефицит бюджета на Украине. Они ожидают, что «первичный» дефицит бюджета (без учета процентных выплат) полностью должен исчезнуть к следующему году, устанавливая долг на устойчивом нисходящем пути.

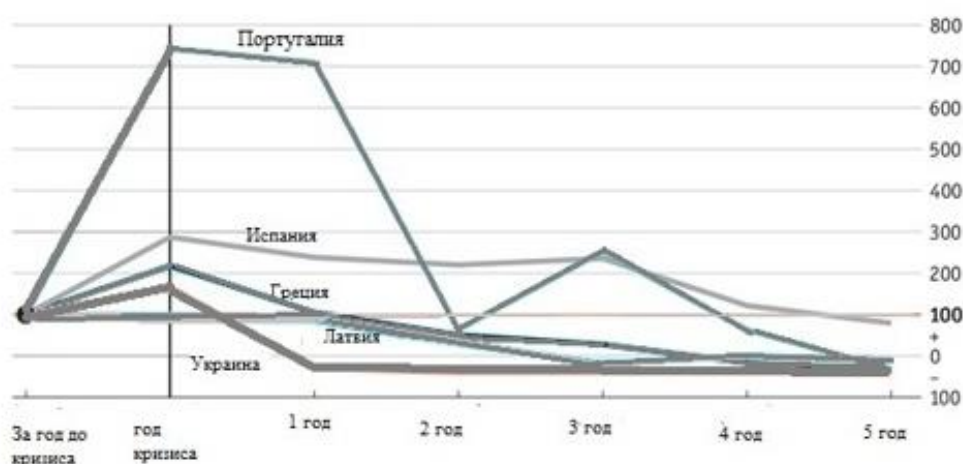


Рисунок 1. Бюджетный дефицит

В прошлом году первичный дефицит правительства и «Нафтогаз», государственной газовой компании, составлял 6,9 %. Это довольно большой долг (у Португалии был примерно тот же самый бюджетный дефицит в 2009).

Диаграмма показывает, что происходит с бюджетным дефицитом, когда кризис совершает нападку (первый год — тот перед кризисом). Пять лет после кризиса, бюджетные дефициты четырех выдвинутых на первый план стран упали, поскольку эффекты кризиса смягчились. Когда страна падает ниже нуля на диаграмму, она управляет основным бюджетным профицитом. Греция и Португалия видели особенно большие падения. МВФ ожидает, что Украина достигнет греческого уровня регулирования, которое заняло четыре года, во всего один. И его предсказания для экономического роста дико оптимистичны.

Какую форму эта строгость примет? Сокращение крупного дефицита Нафтогаза, государственной газовой компании, должно экономить много денег. У Нафтогаза есть большая финансовая черная дыра (5,7 % ВВП в прошлом году), потому что эта компания продает газ украинцам намного ниже стоимости его импорта. Необузданная коррупция сделала это еще хуже. МВФ, однако, ожидает, что дефицит Нафтогаза сократится на нет к 2017. Подъем цен на газ является эффективным способом сделать это. За две недели розничные цены на газ для домашних хозяйств вырастут на 284 %. Новые расчеты показывают, что для достижения рыночного уровня, потребители скоро увидят рост цен более чем на 200 % в долларовом выражении.

Где ещё будет регулировки? МВФ не хочет, чтобы налоги сильно увеличились, и хочет, чтобы сокращение расходов несло бремя вместо этого. Например, расходы на безработицу и страхование по нетрудоспособности, к 2017, упадут приблизительно на 30 % от его уровня 2013 года. Это не хорошая новости, тем более, что МВФ также ожидает, что безработица поразит 11,5 % в этом году (от 7,3 % в 2013). Другими словами, будет меньше денег, чтобы распределить среди большего количества инвалидов и безработных.

Тем не менее, финансовый план утверждает, что «компенсационные меры, чтобы защитить самое уязвимое увеличиваются». План предсказывает что:

Полные расходы на программы социальной помощи достигнут 4,1 % ВВП в 2015. Кроме того, расходы пособия по безработице повысятся на 15 %.

Это звучит великолепно. Но на более близком контроле, который не кажется совершенно правильным. В заявлении не говорится, приспособлены ли к инфляции эти увеличения или нет. Это действительно важно, так как украинский уровень инфляции теперь вытянулся 30 % в год.

Таким образом, что фактически произойдет? Данные в другом месте в документе показывают, что это — действительно 30 %-е повышение номинально. Расходы на социальные программы поразят 4,1 % в этом году, но это — только повышение 0,3 процентных пунктов от в последний раз. (И собственный бюджет правительства в настоящее время ожидает, что он упадет на 0,1 процентных пункта.) Проектирования МВФ показывают, что пропорция ВВП, потраченного на полные социальные пособия, упадет от 21,1 % в 2014 к 18,4 % в следующем году.

Есть некоторые яркие пятна. Правительственное капиталовложение, например, должно повыситься. Но в целом все это выглядит довольно болезненным. Это — неизбежный результат Запада, пытающегося полагаться на МВФ, чтобы поддержать экономику. Совет фонда, возможно, не одобрил бы кредита, если бы они думали, что фонд потеряет деньги. Именно поэтому они настаивают на такой строгости. И финансирование МВФ ограничено бюджетной поддержкой: это не может предложить долгосрочные инвестиции, в которых отчаянно нуждается Украина. Организации, такие как Европейский союз и Америка должны делать это, но до сих пор они держались в тени. Но без большей программы долгосрочных инвестиций, экономика Украины продолжит колебаться.

Список литературы:

1. Батанова А.А., Илларионов Д.А., Смоленская С.В. Международное развитие и глобализация экономики / В сборнике: Мировая наука и современное общество: актуальные вопросы экономики, социологии и права. Материалы 4 международной научно-практической конференции: в 2-х частях. 2014. С. 14—17.
2. Сорос Джордж Последний шанс для Украины и Европы — [Электронный ресурс] — Режим доступа. URL:http://cont.ws/post/806711216c27_0.html (Дата обращения 04.03.15).
3. Новая Греция на Востоке — [Электронный ресурс] — Режим доступа. URL: <http://ukraina.ru/opinions/20150315/1012417459.htm> (Дата обращения 04.03.15).
4. МВФ требует от Украины преодоления кризиса — [Электронный ресурс] — Режим доступа. URL:<http://europa.com/ukraine/economic/3827-mvf-trebuets> (дата обращения 04.03.15).

СЕКЬЮРИТИЗАЦИЯ БАНКОВСКИХ АКТИВОВ: ИСТОРИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В РОССИИ

Тужик Анна Михайловна

*студент Московского государственного университета экономики,
статистики и информатики,
РФ, г. Москва*

Кайгородова Кристина Александровна

*студент Московского государственного университета экономики,
статистики и информатики,
РФ, г. Москва*

Панова Татьяна Александровна

*научный руководитель, кафедра финансов, кредита и банковского дела
Московского государственного университета экономики,
статистики и информатики,
РФ, г. Москва*

В настоящее время банковский сектор экономики не стоит на месте, он развивается, а это говорит о необходимости расширения и совершенствования банковских операций в целях привлечения клиентов, снижения рисков и увеличения прибыли. К сожалению, при условии сохранения ликвидности и низкого риска традиционные банковские операции не позволяют получать высокую прибыль. Поэтому для максимизации прибыли банков большое значение имеет расширение операций на рынке ценных бумаг. И одним из способов является секьюритизация банковских активов, имеющая большой потенциал к распространению на практике.

Как новая технология привлечения средств, впервые появившаяся в начале 1970-х годов, секьюритизация сначала получила широкое распространение и признание в США, а затем распространилась и на Европу.

Первоначально данный инструмент применяли только к ипотечным активам, но в дальнейшем происходила секьюритизация и других видов займов, а еще позже данная схема распространилась и на активы предприятий.

Следует отметить, что ни среди теоретиков, ни среди практикующих участников рынка не сложилось единого мнения относительно определения понятия секьюритизации. Это довольно усложняет понимание указанного

механизма, а также не дает возможности отделить его от прочих известных способов финансирования. Но известно, что данный термин произошел от английского слова securities, что значит ценные бумаги. И под секьюритизацией чаще всего понимается одна из форм привлечения финансирования путем выпуска обеспеченных активами ценных бумаг.

В зависимости от того, кто является эмитентом ценных бумаг, секьюритизацию условно подразделяют на классическую и синтетическую.

Для классической (традиционной) секьюритизации банковских активов характерна передача активов компании Special Purpose Vehicle (SPV). Суть деятельности данной компании состоит в том, что она приобретает определенные финансовые активы, обладающие постоянными поступлениями по ним, и на их основе осуществляет эмиссию долговых обязательств.

Синтетическая секьюритизация отличается отсутствием юридической продажи активов и совершением передачи рисков при помощи производных финансовых инструментов. Эмиссия долговых обязательств осуществляется самим банком.

Таким образом, главной функцией классической секьюритизации является получение более дешевых и долгосрочных ресурсов, тогда как основная функция синтетической — хеджирование кредитных рисков.

Секьюритизация банковских активов позволяет достичь следующих целей:

- повысить доходность на собственный капитал и соблюсти требования к его достаточности;
- снизить стоимость привлекаемого финансирования;
- привлечь финансирование на более длительный срок (по сравнению с обычным кредитованием).

Также можно выделить следующие обязательные признаки процесса секьюритизации:

- выпуск долговых ценных бумаг, обеспеченных однородными активами;
- источниками выплат процентов и основной суммы по ценным бумагам являются исключительно поступления по секьюритизированным активам для

классической секьюритизации, а также наряду с ними и прочие источники для синтетической секьюритизации;

- свободное обращение указанных ценных бумаг на фондовом рынке;
- эмитентами ценных бумаг может быть специально созданное юридическое лицо либо сам банк-эмитент.

Следовательно, можно выделить два главных признака, отличающих секьюритизацию активов от иных способов финансирования:

- списание активов с баланса банка или предприятия;
- наличие обеспечения по выпуску ценных бумаг.

История сделок секьюритизации банковских активов в России.

Секьюритизация активов — сравнительно недавнее новшество в деятельности отечественных коммерческих банков.

В России первые сделки реализованы в 2005 году, когда были секьюритизированы портфели потребительских кредитов и автокредитов банками «Союз», Русский стандарт, Хоум Кредит. Это были трансграничные сделки с продажей портфеля иностранной компании специального назначения («КСН») и привлечением финансирования путем выпуска иностранных обеспеченных облигаций.

В конце 2006—2007 годах Газпромбанком и АИЖК были реализованы первые ипотечные секьюритизации в рамках закона «Об ипотечных ценных бумагах» от 14 октября 2003 года. Данный закон позволил секьюритизировать ипотечные кредиты путем выпуска облигаций с ипотечным покрытием с баланса банка или через КСН (ипотечного агента).

В 2005—2008 годах в России наблюдается бурная активность на рынке секьюритизации. Были реализованы более 30 трансграничных сделок и секьюритизированы различные классы активов: ипотека, автокредиты, потребительские кредиты, кредитные карты, лизинговые платежи, факторинговые платежи и др.

Финансовый кризис 2008 года привел к фактическому закрытию внешнего рынка для российских оригинаторов, после чего первые трансграничные сделки были реализованы лишь в 2012 году.

В 2012 году предпринимаются первые попытки секьюритизации потребительских кредитов через российский облигационный рынок: сделка Life Consumer Finance, которая не была закрыта, предусматривала выпуск иностранных ценных бумаг, обеспеченных залогом портфеля потребительских кредитов, размещение и листинг на Московской бирже.

В ноябре 2013 года Банк Хоум Кредит реализует первую в России секьюритизацию потребительских кредитов через выпуск российских облигаций. Реализованная структура позволяет секьюритизировать любые виды активов путем выпуска российских облигаций.

Развитие рынка ценных бумаг, расширение видов ценных бумаг и резкое повышение их удельного веса в суммарном объеме операций послужили причинами появления и развития секьюритизации в России. Появилась возможность создать вторичный рынок кредитов с помощью ценных бумаг, а также снизить риски и увеличить шансы на привлечение дешевых денежных ресурсов путем рефинансирования.

Перспективы развития секьюритизации в России.

Говоря о перспективах дальнейшего развития секьюритизации в России, нужно сказать, что на данном этапе они ограничиваются юридическими рамками и связаны с совершенствованием законодательства.

Федеральной службой по финансовым рынкам был подготовлен законопроект, который направлен на изменение действующего законодательства с целью развития рынка секьюритизации активов в России. Данный законопроект не предполагает принятия отдельного закона, а предусматривает изменение уже существующих, включая Закон о рынке ценных бумаг, Налоговый кодекс, Гражданский кодекс, Закон о банках и банковской деятельности, Закон о несостоятельности (банкротстве).

Таким образом, основными проблемами в развитии секьюритизации в России являются законодательными, и подготовленный законопроект должен решить следующие вопросы:

1. установление порядка налогообложения сделок секьюритизации;
2. введение нового способа обеспечения обязательств;
3. определение функций и полномочий федерального органа исполнительной власти по государственному регулированию и государственному контролю на рынке ценных бумаг, выпущенных в процессе секьюритизации;
4. расширение перечня прав требований, которые могут уступаться;
5. установление возможности залога прав требований для обеспечения ценных бумаг;
6. определение организационно-правовой формы SPV;
7. определение особенностей процедуры банкротства;
8. установление особенностей валютного регулирования;
9. определение требований к эмитентам ценных бумаг, выпускаемых при секьюритизации;
10. расширение перечня видов активов, которые могут быть использованы для целей секьюритизации.

Но кроме законодательных проблем, развитие сдерживают и другие проблемы. Это проблемы экономического характера, большинство из которых связаны с молодостью российского рынка, например:

- недостаточное развитие крупных институциональных инвесторов, которые обычно являются целевыми группами при размещении ценных бумаг секьюритизации;
- короткая кредитная история России и российских банков;
- отсутствие статистики по досрочным погашениям;
- неготовность российских инвесторов к новым инструментам;
- отсутствие судебной практики реализации залогов.

Секьюритизация банковских активов — это объективный процесс инновационного развития банковского сектора и финансового рынка, который

с решением существующих проблем будет все более востребован в России, если не в настоящее время, то в не столь отдаленном будущем.

Список литературы:

1. Александрова Н.В. Понятие и виды секьюритизации // Финансы и кредит. 2007. № 5.
2. Залесова М.В., Кроливецкая Л.П. Секьюритизация в банковской сфере. — Гатчина: Изд-во ЛОИЭФ, 2007.
3. Казаков А. Секьюритизация активов — эволюция института // РЦБ. 2014. № 19.
4. Мазур О. Новые тенденции в структурировании сделок секьюритизации: анализ успешных юридических моделей и ожидаемые изменения в правовом регулировании. 2014.
5. Проект федерального закона «О внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации» (в части регулирования секьюритизации финансовых активов).

РЕГИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ

Ирхина Анастасия Владимировна

студент

Майкопского государственного технологического

университета,

РФ, Республика Адыгея, г. Майкоп

Карпович Наталья Константиновна

научный руководитель, доц.

Майкопского государственного технологического университета,

РФ, Республика Адыгея, г. Майкоп

Лидирующее место в XXI столетии занимает постиндустриальная социально-экономическая система, основанная на знаниях. Россия сохраняет передовые позиции по ряду наукоемких областей. Об этом свидетельствует то, что она входит в число мировых лидеров в ракетно-космической области, участвует в международных космических программах, поддерживает научную инфраструктуру для создания авиационно-космической продукции, а также конкурентоспособность военной авиации. Достаточно прочные позиции Россия занимает в области оптоэлектронных и лазерных технологий, поддерживает мировой уровень военной радиоэлектроники. Поэтому теме модернизации и инноваций уделяется большое внимание руководством страны [2, с. 59].

В настоящее время Минэкономразвития представило проект Стратегии инновационного развития до 2020 года. Целью новой Стратегии был заявлен перевод к 2020 году экономики России на инновационный путь развития, в рамках которого доля России на мировых рынках высокотехнологичных товаров и услуг достигнет не менее 5—10 % в 5—7 и более секторах, а доля предприятий, осуществляющих технологические инновации, возрастет до 40—50 %.

Для России сейчас наиболее актуальным является не создание инноваций, а их внедрение. Среди перспективных направлений развития инновационной экономики следует назвать направления, получившие поддержку государства — нанотехнологии, атомная энергетика, космос, информационные технологии. Перспективными направлениями инноваций являются биотех-

нологии и нанотехнологии в той части, в которой они связаны со здоровьем человека и отдельными направлениями рационального природопользования и экологии.

Так результатом деятельности инновационного центра «Сколково» (Российская Кремниевая долина) должна стать самоуправляющаяся и саморазвивающаяся Экосистема, благоприятная для развития предпринимательства и исследований, способствующая созданию компаний, успешных на глобальном рынке. Наш технопарк формируется под новый, шестой, технологический уклад: био- и нанотехнологии, робототехника, высокие гуманитарные технологии, новая медицина и новое природопользование. И потому копировать технопарки прошлого нет никакой надобности. Если действительно хочется создать что-то новое, смотреть надо не в прошлое, а в будущее и рисковать [5, с. 27].

Теперь наиболее подробно остановимся на развитии инновационной сферы в Республике Адыгея. Объём инновационных товаров, работ и услуг в 2011 году сократился по сравнению с 2010 годом на 12,5 % и составил 930,1 миллиона рублей. В 2011 году инновационную деятельность осуществляло 18 организаций. А в 2012 году основными объектами инвестирования являлись: ООО «Южгазэнерджи» в Кошехабльском районе, ООО «МЕТРО Кэш энд Керри» и ООО «Новые технологии» Тахтамукайском районе, ЗАЩ «Киево-Жураки» в Теучежском районе, ООО «МайкопИнвестСтрой» в городе Майкопе [1; 3].

Несмотря на то, что за период с 2007 по 2012 год в экономику Республики Адыгея вложено более 85,5 миллиарда рублей инвестиций, по сравнению с 16 миллиардами рублей за предшествующие 6 лет, в 2012 году объём инвестиций в основной капитал снизился на 24 % к уровню 2011 года. Основной причиной снижения объёма инвестиций в основной капитал является завершение крупного проекта — ООО «Южгазэнерджи» [1; 3].

В настоящее время состояние инновационной сферы в Адыгее характеризуют следующие тенденции:

- низкая инновационная активность предприятий;
- невысокий удельный вес инновационной продукции в общем объеме;
- низкая доля затрат на технологические инновации, а также отсутствие экспорта инновационной продукции.

Учитывая весь комплекс проблем, в регионе осуществляется разработка сценарных условий и параметров прогноза развития инновационной сферы в 2014—2018 годах по трем основным вариантам: инерционный, оптимистический и инновационный [1].

Первый сценарий предполагает сохранение низкой инновационной активности предприятий, сохранение значительных инфраструктурных ограничений, точечную модернизацию на отдельных хозяйствующих субъектах, замедление темпов роста производства продукции по основным секторам промышленности ввиду ухудшения ее конкурентоспособности и как следствие спад инвестиционной активности предприятий и дальнейшее увеличение доли импорта товаров из-за пределов РА для удовлетворения внутреннего спроса.

Сохранение хоть и не высоких, но положительных темпов роста объемов производства промышленности возможно в случае благоприятной конъюнктуры на мировых рынках и реализации в связи с этим крупных инвестиционных проектов на территории Республики Адыгея. Индекс промышленного производства предусматривает снижение до 1,6—2 % в 2014—2018 годах.

Оптимистический сценарий предполагает реализацию мероприятий по увеличению доли инновационной продукции, по обеспечению опережающих темпов роста приоритетных видов деятельности промышленного комплекса, по развитию секторов экономики, имеющих потенциал роста, формирование привлекательного имиджа региона для привлечения инвестиций независимо от конъюнктуры на мировых рынках. Индекс промышленного производства находится на стабильном уровне и колеблется от 4,3 до 4,6 %.

Третий сценарий предполагает повышение инновационной активности предприятий реального сектора, ускорение темпов модернизации промышленного комплекса, реализации ряда крупных инфраструктурных проектов, создания новых производств и новых рабочих мест, реализации потенциала Республики в развитии туризма, предприятий переработки, строительства, снижение доли импорта и увеличение доли экспорта. Данный сценарий предполагает сохранение стабильности на мировых рынках. Реализация инновационного варианта развития позволяет сохранить средние темпы индекса промышленного производства в 2014—2018 годах на уровне 5—6 %.

Основными направлениями инновационной политики в Республике Адыгея должны стать:

- разработка и совершенствование нормативно-правового обеспечения инновационной деятельности, механизмов ее стимулирования;
- осуществление комплексной поддержки инновационной деятельности, развития производства, повышения конкурентоспособности наукоемкой продукции;
- развитие малого инновационного предпринимательства путем формирования благоприятных условий для образования и успешного функционирования малых высокотехнологичных организаций и оказания им господдержки на начальном этапе деятельности;
- развитие и совершенствование конкурсной системы отбора инновационных проектов.

Исходя из обозначенных выше основных направлений и приоритетов, целью государственной политики является создание благоприятных условий для привлечения инвестиций в экономику РА.

Для развития и поддержки инноваций на региональном уровне можно использовать такой инструмент, как государственно-частное партнерство в создании инфраструктуры к парковым зонам, содействию привлечению инвесторов;

Инвестиционная политика в Республике направлена на всестороннее привлечение инвестиций в экономику региона, их концентрацию на перспективных направлениях инвестиционной деятельности и эффективное целевое использование, а также на предоставление мер государственной поддержки субъектам инвестиционной деятельности.

Список литературы:

1. Государственная программа Республики Адыгея «Развитие экономики» на 2014—2018 годы.
2. Дедова И.Н., Бессонов И.В. «Экономика и финансовое обеспечение инновационной деятельности» — М.: МИИТ, 2007. — 160 с.
3. Приложение к постановлению Кабинета Министров Республики Адыгея от 15 ноября 2013 года № 269 Государственная программа Республики Адыгея «Развитие экономики» на 2014—2018 годы.
4. Якоцев Ю.В., Кузык Б.Н. «Россия-2050: стратегия инновационного прорыва» — М.: Экономика, 2012. — 147 с.

РЕАЛИЗАЦИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПОДХОДА К УПРАВЛЕНИЮ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИМ РАЗВИТИЕМ РЕГИОНА

Кислякова Надежда Сергеевна

*студент Майкопского Государственного технологического университета,
РФ, Республика Адыгея, г. Майкоп*

Карпович Наталья Константиновна

*научный руководитель, доц.
Майкопского Государственного технологического университета,
РФ, Республика Адыгея, г. Майкоп*

Важнейшим фактором успешного социально-экономического развития Республики Адыгея (РА), повышения конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности ее экономики является наличие эффективно функционирующей системы стратегического управления.

В рамках реализации стратегического подхода к управлению социально-экономическим развитием РА была утверждена Стратегия социально-экономического развития до 2025 года.

Заданные Стратегией целевые ориентиры обеспечили возможность увязки среднесрочных и краткосрочных прогнозов, среднесрочных планов и прогнозных показателей деятельности исполнительных органов государственной власти Адыгеи с долгосрочными целями и приоритетными направлениями развития.

Одним из основных элементов системы стратегического планирования в Республике является прогнозирование. Разработка прогнозов социально-экономического развития региона осуществляется на среднесрочный и долгосрочный период.

Прогнозы разрабатываются в нескольких вариантах на основе сложившихся тенденций и перспектив социально-экономического развития в прогнозируемом периоде с учетом вероятного воздействия внутренних и внешних политических, экономических, социальных и других факторов на развитие Республики Адыгея.

Прогноз социально-экономического развития РА на долгосрочный период содержит ожидаемые показатели по всем направлениям социально-экономической деятельности, отражающие планируемые количественные и качественные результаты реализации намеченных в Стратегии целей и задач.

Корректировка прогноза социально-экономического развития Республики Адыгея на среднесрочный период осуществляется ежегодно с учетом итогов социально-экономического развития Республики Адыгея за предшествующий период, а также актуализации перечня показателей.

Достижение приоритетных стратегических целей социально-экономического развития осуществляется преимущественно через механизм реализации программно-целевых методов управления. Такие методы ориентированы на использование инструментария государственных программ, направленных на комплексное решение ключевых социально-экономических проблем развития Республики Адыгея.

В то же время отмечается недостаточное использование программно-целевых подходов (в частности, менее 30 % расходов республиканского бюджета Республики распределены по программному принципу), что снижает эффективность и результативность бюджетных расходов.

Принятие государственных программ позволит в регионе повысить эффективность государственного регулирования, исполнения государственных функций и оказания государственных услуг, межведомственной координации деятельности исполнительных органов государственной власти Республики Адыгея, расширить возможности по использованию потенциала организаций все форм собственности в целях обеспечения достижения стратегических целей социально-экономического развития.

Кроме того, продолжится развитие механизмов бюджетирования, ориентированного на результат, с целью обеспечения четкой взаимосвязи между приоритетами государственной политики, результатами деятельности исполнительных органов государственной власти Республики Адыгея и бюджетными средствами, выделяемыми на их достижение.

Важным направлением расширения использования программно-целевых методов является дальнейшее совершенствование процедур подготовки, реализации и оценки эффективности государственных программ Республики Адыгея и механизмов осуществления бюджетных инвестиций.

С 1 января 2014 года вступил в силу ФЗ № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд». Он направлен на существенное повышение качества обеспечения государственных нужд за счет реализации системного подхода к формированию, размещению и исполнению государственных контрактов, обеспечения прозрачности всего цикла закупок от планирования до приемки результатов. Эти меры призваны предотвратить коррупцию и другие злоупотребления в сфере обеспечения государственных нужд.

В предстоящие годы планируется завершить переход к формированию республиканского бюджета РА по программно-целевому принципу расходования бюджетных средств.

С учетом приоритетов государственной политики можно выделить следующие приоритетные направления совершенствования стратегического управления:

- обеспечение координации стратегического планирования и мер бюджетной политики на основе развития нормативной правовой базы стратегического планирования;
- внедрение и расширение использования инструмента государственных программ для бюджетного планирования с учетом стратегических приоритетов инновационного развития экономики;
- усиление скоординированности социальной и экономической политики;
- создание условий для эффективного использования государственных инвестиций;
- создание условий для модернизации экономики и снятия инфраструктурных ограничений [1; 2].

Развитие государственного стратегического планирования предполагает совершенствование нормативно-правовой базы, регламентирующей разработку и реализацию целевых программ региона, проведение экспертизы и внедрение автоматизированной информационной системы мониторинга реализации таких программ, научно-аналитическое обеспечение развития стратегического планирования и прогнозирования и др.

Контроль за реализацией Программы может быть осуществлен при помощи мониторинга достижения целевых показателей социально-экономического развития, оценки эффективности деятельности исполнительных органов гос. власти на трехлетний период, проведения проверок, предусмотренных федеральным законодательством, разъяснений по вопросам, касающимся законодательства о контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных нужд.

При реализации Программа может быть подвергнута влиянию некоторых рисков.

Высокая зависимость показателей социально-экономического развития РА от внешних факторов, в том числе цен на энергоносители и другие сырьевые товары, динамика которых не может быть точно спрогнозирована, снижает достоверность и точность прогнозов социально-экономического развития РА, ставит под угрозу достижение стратегических целей, снижает эффективность системы стратегического управления.

Данный риск является существенным и может быть лишь частично минимизирован путем реализации мероприятий подпрограммы в части совершенствования методов прогнозирования социально-экономического развития.

Традиционное преобладание ведомственных подходов к разработке и реализации государственной политики, низкая степень межведомственной координации может привести к «усечению» целей и задач разрабатываемых государственных программ РА к уровню целей и задач исполнительных органов государственной власти РА, ответственных за их разработку.

Данный риск может быть минимизирован в рамках реализации основного мероприятия «Развитие государственного стратегического планирования» при согласовании проектов государственных программ РА с Министерством экономического развития и торговля РА.

Не выполнение исполнительными органами государственной власти РА требований постановления Кабинета Министров РА от 13 августа 2013 года № 180 «О порядке принятия решений о разработке государственных программ РА, их формирования и реализации».

Существует вероятность, что данный фактор повлияет на сроки достижения заявленных результатов подпрограммы. Минимизация данного риска возможна путем реализации мероприятий подпрограммы по методическому обеспечению внедрения государственных программ РА, а также на основе постоянного мониторинга степени готовности государственных программ РА.

Таким образом, создание системы стратегического управления региона является одной из приоритетных задач в рамках реализации Указа Президента РФ «О долгосрочной экономической политике». Залогом успешности данной системы является наличие действенных инструментов практической реализации положений стратегических документов с использованием программно-целевых методов управления. Внедрение таких инструментов управления обеспечивает комплексную реализацию задач по осуществлению перехода к формированию регионального бюджета по программно-целевому принципу.

Список литературы:

1. Государственная программа Республики Адыгея «Развитие экономики» на 2014—2018 годы — Режим доступа — <http://www.sbra.ru>.
2. Приложение к постановлению Кабинета Министров Республики Адыгея от 15 ноября 2013 года № 269 Государственная программы Республики Адыгея «Развитие экономики» на 2014—2018 годы.

КОНЦЕПЦИЯ БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА НА ПРИМЕРЕ ОАО «РЖД»

Фролова Анастасия Андреевна

*студент ФГБОУ ВПО Сызранского филиала
Самарского государственного экономического университета,
РФ, г. Сызрань*

Кокорина Ольга Константиновна

*научный руководитель, ст. преподаватель ФГБОУ ВПО Сызранского филиала
Самарского государственного экономического университета,
РФ, г. Сызрань*

Хозяйственная деятельность, направленная на минимизацию затрат и увеличение эффективности, есть ни что иное как бережливое производство. Впервые эта идея была использована Генри Фордом на своем предприятии в 1913 году, но она не получила более широкого распространения. В дальнейшем этот принцип имел место развиваться и внедряться в автомобильной компании «Toyota», которая заимствовала лучшие производственные концепции всего мира. Огромный вклад в развитие данной концепции внес Тайити Оно, который являлся сотрудником компании Toyota с 1943 года, впоследствии став руководителем корпорации в 1954 году и написав несколько книг о концепции.

С течением времени данная концепция стала применяться в сфере услуг и государственном секторе.

Данная концепция стимулирует улучшения качества предоставляемых услуг потребителю. Многие страны продвигают данную концепцию на своих предприятиях, что позволяет им получать материальную поддержку от государства. Данная политическая ситуация, сложившаяся в мире, обостряет кризис и способствует высокой конкуренции. У производителей нет другого выхода, как использовать различные концепции по улучшению производства и расширению сектора услуг.

В Российской Федерации менеджмент стал одним из основополагающих, а также способствовал улучшению взаимосвязей структур организации. В мировой практике за последние годы появилось множество концепции

по реструктуризации и улучшения качества производства. Однако наша страна отстает от мировых лидеров и придерживается опыту своих предшественников. Неорганизованность уклада производства, отсталость от общепринятых стандартов по хранению и переработке материала и многое другое, это лишь малая часть проблем, складывающихся на российских предприятиях. Исходя из вышесказанного отечественным организациям следует пересмотреть методы и подходы в области производства и направить все свои силы на повышения качества производимой продукции.

Бережливое производство — это современная концепция, представляющая собой сокращение издержек, путем внедрения новых технологий. Как и у любой системы у данной концепции есть ряд принципов:

- 1) принцип избытка (перепроизводства);
- 2) потери из-за повреждений;
- 3) потери при перемещении;
- 4) потери при перевозке;
- 5) потери от избытка материала на складе;
- 6) потери от излишней отделки;
- 7) длительное время ожидания.

Для практического применения данных принципов на практике существует ряд инструментов:

1) 5S.

Японская система, подразумевающая рационализацию производства, целью которой является повышение качества производимых товаров или услуг, с помощью улучшения психологического климата в организации и мотивации сотрудников на работу. Данная методика была разработана в середине 50-х годов двадцатого века. Система состоит из 5 действий:

- 1) разделение (удаления лишних вещей, не участвующих в процессе);
- 2) систематизация;
- 3) наведение порядка на рабочем месте;
- 4) стабилизация;

5) усовершенствование.

2) ТРМ.

Всеобщее производительное обслуживание — уменьшает убытки, связанные с простоями оборудования. Успех данного инструмента связан с тем, насколько полно данная информация была донесена до персонала.

Положительный эффект применения методики состоит в том, что благодаря ее применению возможна реструктуризация системы. Внедрение можно представить в виде последующих этапов:

1. Ремонт неисправностей.
2. Планирование обслуживания.
3. Усовершенствование оборудования в процессе ремонта.
4. Распределение обязанностей по ремонту.
5. Постоянное улучшение оборудования.

3) Визуальный менеджмент.

Визуальный менеджмент — это четкое и ясное изложение производственной информации.

Данный инструмент внедряется в несколько этапов:

1. Проведение организации рабочих мест, это с помощью системы 5S.
2. Предоставление важной информации, в удобной для зрительного наблюдения форме (стенды о безопасности, о качестве выполняемой работы и т. д.)
3. Предоставление информации о показателях эффективности того или иного процесса.
4. Принятие самостоятельных решений на основе информации.

4) Стандартные операционные процедуры (SOP)

Методика, состоящая из документа, определяющего последовательность выполнения производственных операций.

- 1) Инструкция по выполнению работы, должны быть в письменном виде.
- 2) Информация для более легкого восприятия, должна содержать фотографии, схемы и т. п.

3) Постоянное обновление информации.

5) Точное время.

Методика, позволяющая сократить время производств, благодаря систематизации работы.

1) Уменьшение объема партии.

2) Ведение баланса численности ресурсов.

3) Определение потребности изготавливаемой продукции.

4) Применение технических средств контроля за состояние продукта и оборудования.

6) Картирование потока.

Методика составления схемы, состоящей из потоков. Данная карта позволяет наглядно зафиксировать неблагоприятные места потока, и определить все излишние затраты. На основе данного анализа следует разработать план по улучшению производства. Методика состоит из следующих этапов

1) Подробное описание производства продукта, для выявления затрат.

2) Анализ.

3) Составление прогноза.

4) Рекомендации по совершенствованию.

7) Быстрая переналадка производств.

Внедрение данной концепции позволит сократить время производства продукции, ведь смена инструмента или оборудования может быть произведена за меньшее количество времени. Существует несколько принципов благодаря которым можно добиться уменьшения времени на перенастройку оборудования:

1) разделение операции;

2) систематизация действий;

3) применение зажимов;

4) использование дополнительных инструментов.

8) Автоматизация.

Использование в процессе производства автоматического оборудования с встроенным интеллектом. Данная система позволяет снизить количества брака на производстве. Впервые эта методика была применена Сакити Тоёдой в проекте ткацкого станка, который прекращал работу автоматически при разрыве нити.

9) Встроенное качество.

Концепция, направленная на организацию технических мер, в результате которых должно сократиться количество брака на производстве. Данная методика представляет собой контроль качества продукции в момент изготовления, и разработку мероприятий по выявлению первопричин дефектов.

1) Остановка конвейера при обнаружении работником дефекта производимой продукции.

2) Совершенствование оборудования, для автоматического выявления дефектов и последующей остановки конвейера.

3) Разработка система, сигнализирующей о проблемах на конвейерах.

4) Внедрение системы предотвращения непреднамеренных ошибок или недостатков.

5) Совершенствование системы контроля выходящей продукции и возложение ответственности на операторов.

Применение данных инструментов позволяет организации совершенствоваться и улучшаться. Однако этого недостаточно, руководителям стоит задуматься и смене стиля руководства и повышения заинтересованности персонала к работе.

Одна из наиболее крупнейших компаний в Российской Федерации ОАО РЖД в целях улучшения управления качеством в 2010 году внедрила концепцию бережливого производства. Уже к концу 2011 данный проект реализовывался на 110 линейных предприятиях, а в 2013 в программе принимали участие 982 подразделения. Стоит отметить, что для реализации программы были созданы:

- нормативная база;

- аналитический комитет;
- IT-инфраструктура проекта.

В конце 2012 года благодаря использованию данного проекта было получен экономический эффект в размере 252 млн. рублей. Благодаря формированию планов внедрения проектов по всей сети, в котором определен эффект проекта, а также рассчитаны затраты для каждого отдельного филиала. Для привлечения и повышения мотивации сотрудников ежегодно проводятся различные конкурсы.

В настоящее время бережливое производство является одной из самых востребованных тем среди российского производственного менеджмента. В любой организации существуют скрытые потери, устранение этих потерь ежегодно сохраняет миллионы долларов тем организациям, которые регулярно оценивают свою деятельность по стандартам бережливого производства. Применение принципов и методов бережливого производства, умелое использование его инструментов обеспечит конкурентоспособность в любой сфере бизнеса.

Список литературы:

1. Данилочкина Н.А. Бережливое производство // Экономика и жизнь. — 13 ноября 2009 г. — № 45 (9311).
2. Рахимова Г.С., Суетина Т.А. Повышение конкурентоспособности предприятия с помощью системы бережливого производства // Российское предпринимательство. — 2014. — № 18 (264) С. 72—80.

СУЩНОСТЬ, СТРУКТУРА И МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫМ КОМПЛЕКСОМ

Бурдюгова Ольга Васильевна

*магистрант Оренбургского государственного университета,
РФ, г. Оренбург*

Прытков Ринад Михайлович

*магистрант Оренбургского государственного университета,
РФ, г. Оренбург*

Полякова Ирина Леонидовна

*научный руководитель, канд. экон. наук, старший преподаватель кафедры
управления персоналом, сервиса и туризма (УП, СuT) ОГУ,
РФ, г. Оренбург*

Туризм является одной из составляющих жизнедеятельности человека, так как именно эта сфера экономики помогает удовлетворить его духовные, оздоровительные, познавательные и иные потребности, способствует поддержанию и развитию деловой активности путём восстановления его духовных и физических сил. Это также влияет и на состояние экономики страны, регионов, городов, способствует её развитию и поддержанию постоянного роста. Основными условиями при организации эффективного отдыха выступают хорошо организованная поездка, комфортабельный номер в гостинице, хорошее и разнообразное питание, развлечения и многое другое, которые только в совокупности при оптимальном их взаимодействии позволяют достичь ожидаемого положительного результата, как для туриста, так и для такой формы организации туризма как туристско-рекреационный комплекс (ТРК).

В современной экономической литературе нет устоявшегося точного определения ТРК. В ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» также он не упоминается.

Для изучения сущности этого определения сначала рассмотрим такие важные его две составляющие как туризм и рекреация. Данные понятия имеют много общего и в основном схожи между собой.

Под туризмом понимают временные выезды или путешествия граждан РФ, иностранных граждан, а также лиц без гражданства с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных целях, рекреационных, религиозных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых и других целях без занятия любой деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания [5, с. 3].

В отечественной и зарубежной литературе до сих пор нет единого мнения относительно определения понятия «рекреация».

Тем не менее, с точки зрения Квартального В.А. рекреация рассматривается как:

- вполне цивилизованный отдых, который обеспечивается различными видами профилактики заболеваний в стационарных условиях, экскурсионно-туристскими мероприятиями, а также в процессе занятий различными физическими упражнениями;

- достаточно быстро развивающийся сегмент индустрии досуга, который связан с участием населения в активном отдыхе на открытом воздухе, приходящийся преимущественно на выходные дни;

- любая игра, развлечение и т. п., которые используются для восстановления физических и умственных сил человека;

- преобразование организма и человеческих популяций, которое обеспечивает возможность активной деятельности при различных условиях, характере и изменениях окружающей среды;

- расширенное воспроизводство физических, интеллектуальных и эмоциональных сил рекреанта [2, с. 137].

Необходимо отметить, что рекреация, и туризм достаточно очень тесные понятия, которые характеризуют все виды туризма, направленные на восстановление духовных и физических сил человека, выздоровление, релаксацию, дачный отдых, экотуризм и т. д.

Отличие рекреации от туризма лишь в том, что она предполагает рекреационную и туристскую деятельность, как на территории постоянного

проживания гражданина (рекреанта), так и за её пределами. А под туризмом подразумеваются выезды с постоянного места жительства.

Для осуществления такой деятельности по организации отдыха как для рекреантов, так и для туристов необходимо создание ТРК.

Традиционно рассматривается понятие туристского комплекса (ТК), который представляет собой совокупность различных средств размещения, транспортных средств, объектов общественного питания, развлекательного, познавательного, делового, оздоровительного, спортивного и иного назначения, учреждений, осуществляющих экскурсионные услуги и услуги гидов, переводчиков [6, с. 82]. ТРК помимо вышеописанных объектов ТК включает в себя также рекреационную составляющую, которая представлена различными природными ресурсами, объектами инфраструктуры сферы туризма, предлагающая услуги как туристам, так и рекреантам, то есть местным жителям. Ответ на вопрос о том, из каких конкретно элементов состоит ТРК, является также достаточно неоднозначным.

Существует множество определений ТРК, которые представлены в таблице 1.

Таблица 1.

Определения туристско-рекреационного комплекса (ТРК)

Автор	Определение ТРК
Воронкова Л.П.	Территориальное и хозяйственно-организационное объединение группы туристских предприятий, так как: гостиницы, рестораны, турбазы, кемпинги и др. [1, с. 219]
Клочкова Т.В.	Совокупность отраслей, которые обеспечивают производство рекреационно-туристского продукта, образующуюся в результате интеграции 3-х групп отраслей: санаторно-курортной, туристско-экскурсионной, спортивно-оздоровительной [3, с. 8]
Котляров Е.А.	Часть общего хозяйственного комплекса территорий разного уровня, сочетание рекреационных учреждений и сопутствующих организаций инфраструктуры, объединенных тесными производственными и экономическими связями, а также совместным использованием географического положения, природных и экономических ресурсов территории, занимаемой тем или иным комплексом [4, с. 112]
Штрек П.А.	Совокупность экономических отношений и институтов, определяющих характер функционирования, взаимодействия объектов хозяйствования, обеспечивающих производство и реализацию туристско-рекреационных услуг [7, с. 5]

Мнения авторов отличаются различными подходами к изучению данного понятия, основу которых составляют такие компоненты как:

- инфраструктура туристской индустрии;
- туристско-рекреационные ресурсы на определенной территории;
- отрасль, которая объединяет предприятия туристской и обслуживающей сферы.

В общем ТРК можно охарактеризовать как сложно организованную систему социально-экономических отношений между предприятиями и организациями, составляющие этот комплекс на определенной территории, обладающей туристско-рекреационными ресурсами и соответствующей инфраструктурой, которым необходимо эффективное управление, направленное на рациональную организацию качественных услуг в сфере туризма с целью получения прибыли. А в настоящее время, в условиях рыночной экономики это очень актуально, тем более что индустрия туризма является одной из достаточно перспективных и вполне динамично развивающихся отраслей как народного, так и мирового хозяйства.

В экономической литературе рассматривают состав и структуру ТК, который, на наш взгляд, является частью ТРК, в состав которого входит и элемент рекреации, то есть зоны для восстановления душевных и физических сил человека, необязательно являющегося туристом.

Квартальнов В.А. и Зорин И.В. выделяют такие компоненты ТК как основные и второстепенные элементы ТК, организационные и элементы подсистемы спроса. Подробное содержание описанных компонентов представлено на рисунке 1.

Несомненно, что только рациональное и гармоничное взаимодействие представленных элементов ТК, а также способность каждого в отдельности к самостоятельному функционированию и развитию, могут привести к успешной эффективной деятельности ТРК как целого.

Предложенная структура ТК логична, ясна и проста. Но можно предложить заменить появившиеся новые термины (ОЭТК и ВЭТК) на те, которые

прописаны в ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», а именно «туристские ресурсы» и «туристская индустрия». Данные определения имеют достаточно четкую формулировку, описывающую глубже внутреннее содержание и состав ОЭТК и ВЭТК.



Рисунок 1. Компоненты туристского комплекса (ТК)

Помимо туристских ресурсов необходимо также включить в состав основного элемента ТРК и рекреационные ресурсы. Таким образом, под рекреационными ресурсами мы можем понимать компоненты природной среды, объекты хозяйственной деятельности, обладающие своей определенной уникальностью, оригинальностью, эстетической привлекательностью, целебно-оздоровительной значимостью, а также могут быть использованы для отдыха, туризма и лечения. В общем, такие понятия как «туристские» и «рекреационные» ресурсы в большей своей степени идентичны.

К организационному элементу, на наш взгляд, необходимо добавить управленческий компонент, а также дополнить помимо планирования и другими основными функциями менеджмента, такими как координация, мотивация, контроль.

Согласно другому мнению Ключковой Т.В., системообразующими элементами ТРК являются субъекты хозяйствования, входящие в состав туристской индустрии; туристские ресурсы как фактор формирования и удовлетворения потребности в туризме и рекреации; рекреанты (туристы) как потребители туристского продукта.

Представленная система ТРК представлена на рисунке 2.



Рисунок 2. Подсистемы туристско-рекреационного комплекса [3, с. 24]

Такая структура отражает лишь основные элементы инфраструктуры ТРК (то есть субъекты хозяйствования), ресурсы и потребителей ТРК и лишена связующего звена, а именно организационно-управленческого компонента, который, несомненно, тоже является связующим звеном между субъектами и объектами сферы туризма.

Обобщая всё вышесказанное, рассмотрев различные точки зрения о сущности, содержании и структуре ТРК, можно сделать вывод, что система ТРК включает в себя такие подсистемы как:

- туристско-рекреационные ресурсы, то есть социально-культурные объекты, включающие объекты туристского показа, природные, исторические, а также иные объекты, которые способны удовлетворить духовные и другие потребности человека, способствующие поддержанию их жизнедеятельности, восстановлению и развитию физических сил;

- туристская индустрия, включающая совокупность организаций (учреждений), которые осуществляют туроператорскую и турагентскую деятельность, а также совокупность операторов туристских информационных систем, организаций (учреждений), предоставляющих услуги экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков и инструкторов-проводников, совокупность объектов общественного питания, гостиниц и иных средств размещения, объектов санаторно-курортного лечения и отдыха, средств транспорта, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, делового, лечебно-оздоровительного, физкультурно-спортивного и иного назначения;

- организационно-управленческий компонент ТК, включающий основные функции менеджмента (то есть планирование, организация, координация, контроль, мотивация и управление в области туризма);

- потребители туристско-рекреационного продукта.

Описанные выше перечисленные компоненты ТРК представлены ниже на рисунке 3.

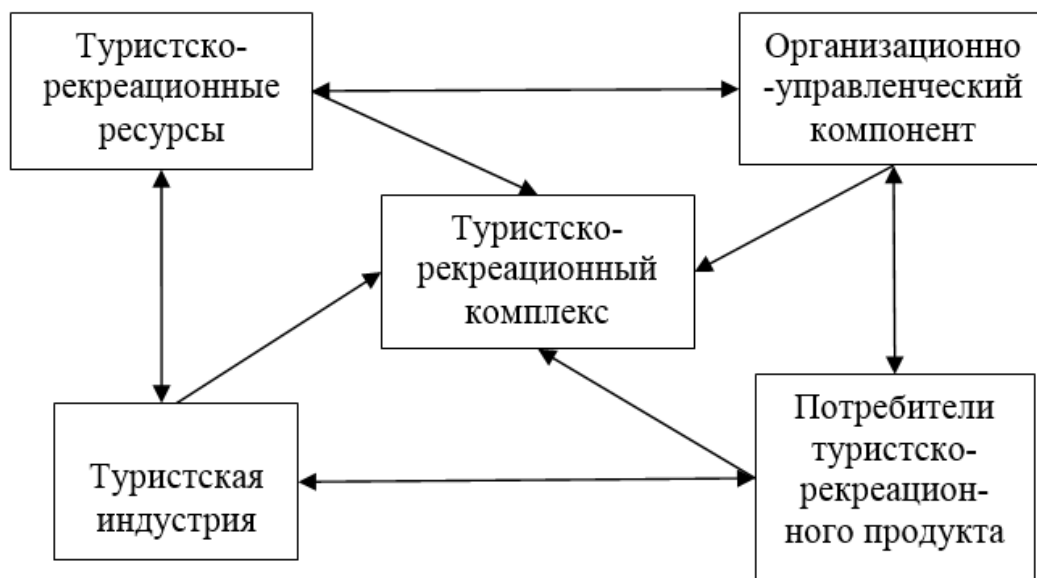


Рисунок 3. Структура туристско-рекреационного комплекса

Тесное и эффективное взаимодействие этих подсистем, а также самостоятельное развитие каждой из них в отдельности, содействуют

образованию ТРК как единого целого. Но для этого также необходимо создание эффективного механизма управления ТРК как на уровне предприятия, так и в более широких масштабах.

Механизм отражает принятие определенных управленческих и организационных решений, которые должны оказывать эффективное воздействие на работу ТРК.

Управление ТРК в пределах страны реализуется на трёх уровнях (макро-, мезо- и микроэкономический). Эффективный механизм будет состоять в том, что ТРК будет представлен как система, состоящая из мелких, основных, базовых элементов, представленных на микроэкономическом уровне. Принятие решение на нижнем уровне будет оказывать непосредственное воздействие на вышестоящие уровни, и наоборот. Механизм воздействия всех уровней представлен на рисунке 4.

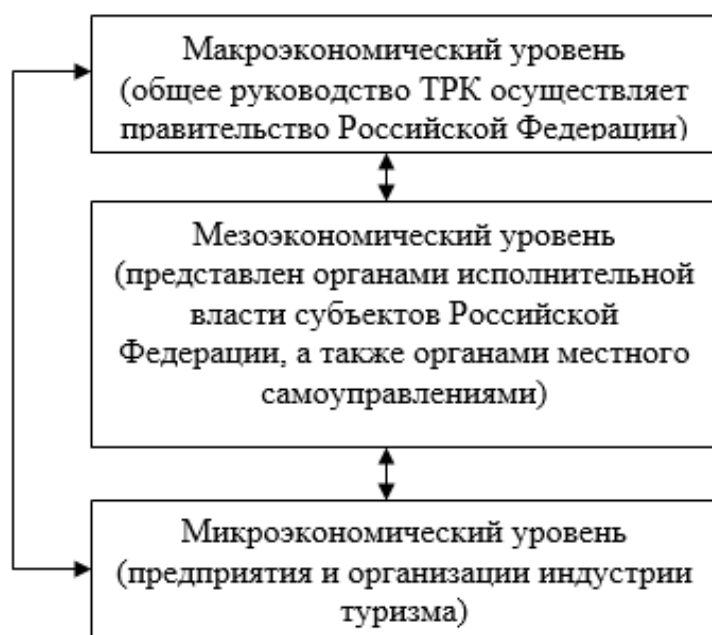


Рисунок 4. Механизм управления ТРК

ТРК как объект управления требует формирования и функционирования оптимальной многоуровневой системы управления, значительная роль которой принадлежит самоорганизации и гибкости на нижних уровнях. То есть

микроэкономический уровень является базой, основой для развития комплекса в более широком масштабе.

Именно рассмотрение механизма управления и методики совершенствования деятельности на уровне туристского предприятия способствует более глубокому пониманию принципа организации ТРК в масштабах региона или страны.

На макроэкономическом уровне разрабатывается государственная политика в сфере туризма, основные нормы и правила, различные программы развития туризма, определяются приоритетные направления, стандартизация и классификация объектов туристской индустрии, информационное обеспечение, обеспечение безопасности туристов и другое. На мезоэкономическом уровне происходит регулирование и координация туризма в пределах региона, также проводится государственная политика в сфере туризма, только на региональном уровне, содействие в продвижении туристского продукта, создание новых видов туризма, охрана туристских ресурсов и другое. На микроэкономическом уровне принимают участие во всем, что характерно для двух предыдущих уровней, то есть участвуют в реализации федеральных и региональных программ формирования и развития туризма, в продвижении туристского продукта как на внутреннем, так и на мировом туристском рынке, а самое важное, что создают новые туристские продукты и услуги, что является основой для функционирования и развития сферы туризма. Именно на микроэкономическом уровне проявляется предпринимательская инициативность, которая благоприятно влияет на уровень жизни населения, так как появляются новые предприятия и организации в сфере туризма, ведущие к созданию дополнительных рабочих мест, и как следствие, это способствует экономическому росту.

Таким образом, в результате исследования был сделан вывод о том, что на современном этапе одной из основных целей системы управления туристической деятельностью в России на всех уровнях является создание высокоэффективного ТРК, который представляет собой сложно организо-

ванную систему социально-экономических отношений. Для этого необходимо разработать эффективную методику, комплекс мер, направленных на совершенствование деятельности предприятий и организаций сферы туризма, в целом ТРК, которое обеспечит достаточно обширные возможности для удовлетворения спроса потребителей в туристских услугах с целью получения конечного результата (прибыли).

Список литературы:

1. Воронкова Л.П. Туризм, гостеприимство, сервис / Л.П. Воронкова. — М.: Аспект Пресс. — 2002. — 367 с.
2. Зорин И.В. Энциклопедия туризма: справочник / И.В. Зорин, В.А. Квартальнов. — М.: Финансы и статистика, 2004. — 368 с.
3. Ключкова Т.В. Развитие механизма управления рекреационно-туристским комплексом (на примере Республики Адыгея): дис. ... канд. эконом. наук: 08.00.05: защищена 22.01.07. — Москва, 2007. — 178 с.
4. Котляров Е.А. География отдыха и туризма, формирование и развитие ТРК / Е.А. Котляров. — М.: Мысль. — 1978. — 231 с.
5. Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ (ред. от 03.05.2012) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступающими в силу с 01.11.2012), 2012. — 26 с.
6. Чудновский А.Д. Менеджмент туризма / А.Д. Чудновский, М.А. Жукова. — М.: Финансы и статистика, 2002. — 356 с.
7. Штрек П.А. Экологизация управления в сфере туристско-рекреационных услуг: автореф. дис. канд. экон. наук. — СПб, 2010. — 26 с.

КОНЦЕПЦИЯ ПОСТРОЕНИЯ ТУРИСТСКОГО КЛАСТЕРА КЫЗЫЛОРДИНСКОЙ ОБЛАСТИ

Халыкова Гульзира

*студент Кызылординского государственного университета
имени Коркыт Ата,
Республика Казахстан, г. Кызылорда*

Талапбаева Гульнар Едиловна

*научный руководитель, старший преподаватель, канд. экон. наук
Кызылординского государственного университета имени Коркыт Ата,
Республика Казахстан, г. Кызылорда*

Кызылординская область обладает природными, социально-экономическими, культурно-историческими туристскими ресурсами. На их основе можно создать качественный и устойчивый внутренний туризм, отвечающий требованиям местного населения.

Неразвитость внутреннего туризма ведет к ограничению возможности и въездного туризма (приема и зарубежных гостей). Средства размещения, туристская инфраструктура и сервис едины для отечественных и зарубежных туристов. Услуги внутреннего туризма должны быть доступны для всех слоев населения.

Анализ существующего состояния и прогноз потока туристов по въездному, выездному и внутреннему туризму (статистика).

В 2014 году (январь-июнь) в области с целью:

- въездного туризма было обслужено — 647 человек;
- выездного — 202 чел.;
- внутреннего туризма — 13770 человек.

Наметившаяся в последние годы в международном туризме тенденция к увеличению путешествий внутри стран, наглядно видна на рисунке 1. Положительная динамика по внутреннему туризму связана с потоком командировочных из других регионов Казахстана и поездок жителей внутри региона — 92,9 %.

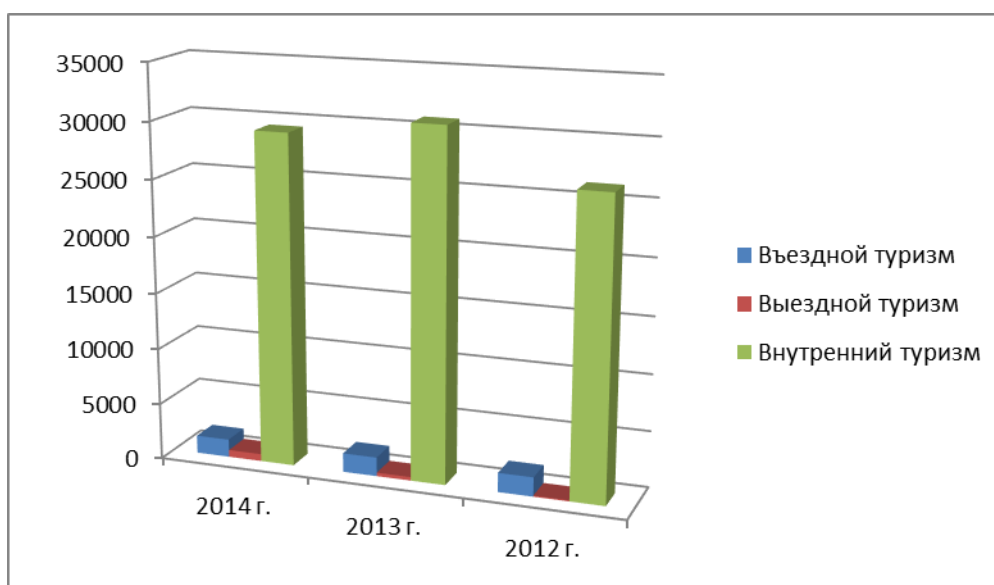


Рисунок 1. Количество обслуженных туристов за 2012—2014 гг.

Люди приезжают сюда в основном с деловыми целями. Это благоприятный фактор для развития доли «настоящего» туризма с целью проведения досуга.

Въездной туризм составляет порядка — 5 %, это связано с общими проблемами по развитию туризма в РК, так и с проблемами не сформированного регионального турпродукта, слабой рекламы области на республиканском и международном туристском рынках.

Таблица 1.

Распределение туристов внутри области за 2014 г. (январь-июнь)

	Внутренний	Выездной	Въездной
Кызылординская область	13 770	202	647
Кызылорда	8 179	202	627
Аральский район	189	-	9
Жанакорганский район	912	-	11
Казалинский район	1 431	-	-
Кармакшинский район	228	-	-
Сырдарьинский район	105	-	-
Шиелийский район	2 726	-	-

В 2014 г. (январь-июнь) больше тысячи туристов в Кызылординской области приняли:

1. г. Кызылорда.

2. Шиелийский район.

3. Казалинский район.

Менее тысячи приняли:

1. Жанакорганский район.

2. Аральский район.

3. Сырдарьинский район.

Регион может представлять интерес для иностранных туристов, путешествующих с экотуристскими целями, с целью знакомства с флорой, фауной, с самобытной культурой, если будут решены как страновые проблемы по развитию туризма, так и проблемы области:

1. Сравнительно дорогая виза в РК.
2. Регистрация паспортов иностранных граждан.
3. Качество услуг обслуживания туристов на местах.
4. Не соответствие цены качеству.
5. Отсутствие инфраструктуры для проведения деловых мероприятий.
6. Отсутствие категорийных мест размещения.
7. Неразвитая система точек питания.
8. Отсутствие качественного турпродукта области.
9. Отсутствие бренда области.

Прогноз потока туристов по въездному и внутреннему туризму:

Таблица 2.

Данные по въездному туризму

2012 г.	2013 г.	2014 г.
1712	1685	1592

Создание общих благоприятных для развития туризма условий может значительно увеличить поток туристов.

Область является одним из исторических центров Великого Шелкового Пути. Туристские центры организуют поездки по этому маршруту, который включает исторические места: города Сауран (в соседней ЮКО) и Шыганак, археологические памятники и мавзолеи Сунак Ата, Айкожа Ишан, Карасопы,

Окшы Ата, Досбал бий, Есабыз, мечеть Актас, а также мемориальный комплекс Коркыт Ата.

В целом, в регионе 543 памятника, 495 из которых представляют историческую и религиозную ценность. Космодром Байконур находится поблизости.

Завершение строительства автомобильной дороги Западная Европа-Западный Китай будет способствовать увеличению количества ночевок в сервисных точках, проезд транзитных пассажиров, по данным официального сайта <http://www.europe-china.kz/info/86> сократится до 10 дней, соответственно дальнобойщики будут пользоваться услугами проживания, питания, ремонта автотранспорта, это принесет доход средствам размещения и питания.

Прирост туризма в Кызылординской области мог бы увеличиваться в среднем на 10 % ежегодно, однако на скорость увеличения потока туристов будет влиять развитие самой области, развитие инфраструктуры, средств размещения, национальной сувенирной продукции, центров досуга, качественных точек питания с безопасной и разнообразной кухней, событийного туризма, региональных мероприятий, мероприятий республиканского значения.

Туристский кластер — это крупный самостоятельный межотраслевой хозяйственный комплекс, включающий предприятия и организации разной отраслевой принадлежности, взаимодействующие в целях развития туристского продукта в определенных географических границах [1].

Создание туристского кластера способствует организации и развитию конкурентоспособной туристской индустрии, обеспечивающей широкие возможности для удовлетворения потребностей туристов.

Кластерный подход является современным действенным инструментом для стимулирования регионального развития: роста занятости населения и заработной платы, отчислений в бюджеты различных уровней, повышения устойчивости и конкурентоспособности региональной промышленности и сферы услуг.

Кластерный подход для индустрии гостеприимства, как свидетельствует международный опыт, один из самых эффективных инструментов организации взаимодействия университетской науки, современных маркетинговых исследований, производства, сервиса, бизнеса и социокультурной сферы [2].

Современный туристский кластер способен решить ряд важных задач, среди которых:

- проведение инвентаризации туристского потенциала Кызылординской области;
- мониторинг наиболее перспективных ресурсов;
- создание современного туристского рынка;
- приоритетное развитие внутреннего и въездного туризма на территории;
- формирование системы государственного регулирования туристской деятельности;
- развитие различных видов туризма;
- поддержка развития различных видов предпринимательства (прежде всего среднего и малого) в туристской сфере;
- интеграция территории в систему казахстанского и мирового туристского рынка и развитие международного сотрудничества в этой области;
- привлечение внебюджетных источников для реконструкции и нового строительства туристских объектов;
- создание современной системы подготовки, переподготовки и повышения квалификации туристских кадров;
- осуществление комплексных базовых научных исследований в сфере туризма с учетом территориальных особенностей.

Особенности кластеров по сравнению с другими формами организации заключаются в следующем:

- необычно широкий состав участников;
- географический размер кластера может варьироваться от масштаба города до уровня страны или группы соседних стран;

- наличие синергетического эффекта;
- гибкость и динамичность функционирования;
- конкурирующие фирмы идут на сотрудничество в целях реализации потенциала территории и ее конкурентных преимуществ.

Эффективная работа всех элементов туристского кластера поможет пополнить бюджет области и образовать новую сферу занятости населения, стимулировать вовлечение в оборот дополнительных капиталов. Кроме того, функционирование кластера позволит сохранить культурно-исторические памятники, заповедники, оздоровить экологическую обстановку, развить сферу услуг, совершенствовать инфраструктуру области [3].

Кластерный подход к развитию туризма в нашей стране с учетом ее специфики является одним из реальных механизмов развития туристских услуг.

Концепцию туристского кластера Кызылординской области можно обозначить как предоставление широкого спектра туристских услуг высокого качества с целью создания прочного, длительного сотрудничества с целевыми рынками на макро-, мезо- и микроуровне экономического, социального и гуманитарного развития.

Для достижения целей и задач создания и развития в Кызылординской области туристического кластера рекомендуется реализовать следующие мероприятия:

1. Развитие системы государственного регулирования и поддержки туристской деятельности:

- совершенствование законодательства по вопросам развития въездного и внутреннего туризма, миграции, упрощения визовых и регистрационных процедур, таможенного и пограничного контроля;
- финансирование из бюджета научных исследований и социологических опросов в сфере туризма.

2. Создание уникального конкурентоспособного турпродукта Кызылординской области.

3. Развитие инфраструктуры туризма:

- строительство и реконструкция транспортных путей и сопутствующей инфраструктуры;
- формирование на базе крупных концентраций рекреационных ресурсов территориальных зон с рекреационной хозяйственной специализацией;
- создание сети гостиниц категории туркласса.

4. Повышение инвестиционной привлекательности сферы туризма:

- повышение информированности международного бизнес-сообщества о туристских возможностях области;
- разработка генеральных планов застройки районов, наиболее привлекательных для развития въездного туризма, объектами туристской инфраструктуры, соответствующими мировым стандартам.

5. Информационное и научно-методическое обеспечение туристской отрасли:

- создание единой туристско-информационной сети на территории области и ее интегрирование с аналогичными республиканскими и международными сетями;
- разработка WEB-сайта по туризму на официальных языках Всемирной туристской организации;
- разработка и издание презентационного туристского паспорта региона на цифровом и бумажном носителях;
- оказание содействия участием ведущих турфирм области в международных туристских выставках, ярмарках, конференциях и т. д.
- обеспечение размещения рекламно-информационных указателей вдоль дорог, ведущих к туристским объектам и достопримечательностям.

6. Развитие предпринимательства:

- оказание содействия субъектам МСБ в развитии и продвижении проектов по развитию туристской отрасли, финансируемых из средств институтов развития и банков второго уровня;

- возрождение народных ремесел и развитие отрасли конкурентоспособной сувенирной продукции [5].

Список литературы:

1. Туризм Казахстана // Статистический сборник // на казахском и на русском языках / 61 с. 2009—2013 гг.
2. Закон Республики Казахстан от 13 июня 2001 года № 211-ІІ «О туристской деятельности в Республике Казахстан» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 15.07.2011 г.).
3. Закон Республики Казахстан от 15 июля 1997 года № 162-І «Об особо охраняемых природных территориях».
4. Приказ Министра туризма и спорта Республики Казахстан от 11 ноября 2008 года № 01-08/200 «Об утверждении Правил классификации мест размещения туристов».
5. Зеленые маршруты — Greenways. Практическое руководство. Белорусское общественное объединение «Отдых в деревне», Минск, 2009.
6. Экотуризм в Казахстане. Защита окружающей среды и устойчивое развитие сельских регионов. Фонд Евразии Центральной Азии, Алматы, 2008.

ВЗАИМОСВЯЗЬ МИГРАЦИИ НАСЕЛЕНИЯ, ФОРМИРОВАНИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ОБЩЕСТВА

Тужик Анна Михайловна

*студент Московского государственного университета экономики,
статистики и информатики,
РФ, г. Москва*

Кайгородова Кристина Александровна

*студент Московского государственного университета экономики,
статистики и информатики,
РФ, г. Москва*

Петрякова Ольга Леонидовна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доц. кафедры социально-
экономической и отраслевой статистики Московского государственного
университета экономики, статистики и информатики,
РФ, г. Москва*

Человек, по всей своей сути, социальное животное, которое живет с ему подобными существами, дабы улучшить условия своего существования и существования своих родных. Таким вот образом устроен мир экономики. В целом, история развития человечества представляет собой различные варианты развития экономических отношений, но в основном, в области общественного разделения труда. «Все вещи в труде» — говорил Екклесиаст. Не зря в мире пребывает такое многообразие пословиц и поговорок о труде, которые отражают культуру народов, их традиции и опыт.

Экономика труда, будучи наукой, занимается изучением всяческих экономических закономерностей в области трудовых отношений, таковыми являются разнообразные формы проявления сущности труда, а именно: занятость, оплата, эффективность и др. Экономика труда представляет собой экономическую науку, исходя из этого, мы утверждаем, что она пытается разобрать всевозможные процессы согласования и координации в обществе.

Как нам известно, данная дисциплина ставит перед собой цель, заключающуюся в изучении рынка труда, следовательно, можно говорить о том, что предметом наших исследований будет конкретно воспроизводство

трудового потенциала общества, но, ни в коем случае не просто воспроизводство населения.

Трудовой потенциал общества представляет собой совокупную способность и возможность населения, обладающую определенными качественными и количественными характеристиками, заниматься трудовой целесообразной деятельностью, но лишь при определенном уровне развития производительных сил и производственных отношений. Существует несколько видов трудового потенциала, которые зависят от объекта данного исследования. Таковыми являются: трудовой потенциал работника, трудового коллектива, предприятия, отрасли, региона, страны. На различных уровнях трудовые потенциалы отличаются друг от друга по такому критерию, как размер обособления трудовых ресурсов.

Развитие общества и его состояние, по своей сути, определяется количеством и составом населения. Существует несколько видов движения трудовых ресурсов: естественное, отраслевое, территориальное, профессионально-квалификационное и социальное. Если начать изучать территориальное движение, то можно понять, что его основой является миграция. Вот о ней мы и поговорим.

Миграция населения всегда привлекала к себе огромное внимание большинства исследователей, например, таких как экономисты, демографы, социологи, географы, историки, юристы. Это можно пояснить тем, что данный процесс весьма сложный, трудоемкий и объединил в себе большое количество частных процессов, что является так называемой «приманкой» для специалистов в различных областях знания.

В различных источниках научной литературы термин «миграция населения» трактуется совершенно неодинаково. Филиппов Н.Н. и Суков В.А. понимают данный термин таким образом: «Под миграцией населения понимается его перемещение по территории страны, в более широком смысле слова она представляет отраслевое, территориальное, профессиональное и социальное перемещение». Баранов Э.Ф. и Бреев Б.Д. говорят: «Под мигра-

цией населения в широком смысле следует понимать любое территориальное перемещение людей, связанное с изменением пункта трудовой деятельности, вида трудовой деятельности и отрасли приложения». Ну а Козырев Ю.Н. и вовсе утверждает, что всякое перемещение, связанное с «посещением предприятий торговли, бытового обслуживания, переменой места работы в пределах одного и того же населенного пункта или эмиграцией», можно считать миграционным. Л.Л. Рыбаковский и Н.В. Тарасова изучают миграцию населения в двух смыслах сразу: «Миграция населения представляет собой законченный вид территориального перемещения, завершающийся сменой постоянного места жительства, т. е. в буквальном смысле слова означает «перемещение» (узкий смысл данного процесса). Миграция населения представляет собой любое территориальное перемещение, совершающееся между разными населенными пунктами одной или нескольких административно-территориальных единиц независимо от продолжительности, регулярности и целевой направленности» (широкий смысл данного процесса).

Почти во всех определениях миграции происходит, так сказать смешение нескольких видов движения, а именно территориального и социального движения. Таким образом, перемешивают абсолютно различные явления, а именно перемещение населения между территориями и между образовательными группами, профессиями, отраслями, предприятиями, то бишь с социальной мобильностью. Естественно, это все движение людей, но оно имеют совсем несхожий характер, а что говорить о результате.

На данный момент самой распространенной трактовкой данного процесса является та трактовка, которая подразумевает территориальное движение людей, а не социальное. В.И. Переведенцев утверждает о том, что миграцию населения можно рассматривать в широком смысле слова как совокупность всяких перемещений людей в пространстве и в более узком, специальном значении слова как совокупность переселений людей, связанных со сменой ими места жительства на относительно продолжительный срок. Огромный спектр

пояснений данного процесса подтверждает его связь с различными видами пространственного движения населения.

Изучая процесс миграции сугубо как территориальное перемещение людей, можно проследить закономерность. Заключается она в следующем: всяческие перемещения разнообразны по многим критериям: расстоянию между местом выезда и местом вселения, по статусу объектов, между которыми происходят перемещения населения, так же, по срокам, на которые происходит перемещение, и по целям, к которым стремятся при завершении данного процесса. Всяческие движения происходят не только между населенными пунктами разнообразных экономических статусов, но и в самих этих пунктах. Из всего это следует вывод о всевозможном многообразии такого процесса, как миграция населения.

Исходя из вышесказанного, можно утверждать о том, что к миграции относятся: — жилищные переезды из одних населенных пунктов в другие; — каждодневные поездки на работу или на учебу за пределы тех населенных пунктов, где они проживают; — прибытие в тот или иной район для временной работы; — всевозможные командировки, отпуска и много других всевозможных перемещений. Большое количество исследователей не хотят включать в миграцию пространственные перемещения, которые совершаются в пределах самого населенного пункта, не выходя за его границы. Но все же единого мнения на этот счет не существует. К примеру, Ю.Н. Козырев свидетельствует о том, что все перемещения, которые совершаются внутри населенных пунктов, даже если они связаны с посещением каких-либо торговых предприятий, считаются миграцией.

Миграция населения в широком смысле своего понимания включает несколько, а именно четыре вида перемещений: безвозвратные, сезонные, маятниковые, эпизодические. Вышеперечисленные перемещения очень специфичны по своему характеру, а население, которое принимает во всем этом участие настроено на совсем разные цели и результат.

Безвозвратная, сезонная и маятниковая миграции по мнению народного хозяйства имеют гораздо наибольшее значение, ведь они имеют отношение с развитием производственных сил общества и органически входят в процесс соединения личных и вещественных факторов производства.

В конце, следует сделать вывод, который гласит о том, что каждый из данных видов миграции населения, даже при всей своей специфичности характера, в конечном итоге стремится к решению одной единственной проблемы: пространственному соединению элементов труда.

Список литературы:

1. Алиев И.М., Горелов Н.А. Экономика труда / И.М. Алиев, Н.А. Горелов. — М.: Юрайт, 2014.
2. Бреева Е.Б. Основы демографии: уч. пособие / Е.Б. Бреева. — М.: Дашков и Ко, 2004.
3. Генкин Б.М. Экономика и социология труда / Б.М. Генкин. — М.: Норма, 2009.
4. Экономика труда / Под ред. М.А. Винокурова, Н.А. Горелова. — СПб.: Питер, 2008.
5. Экономика труда / Под ред. А. Асалиева. — М.: Инфра — М, 2014.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

Абдрашитова Алена Тимуровна

*студент Московского государственного университета экономики,
статистики и информатики,
РФ, г. Москва*

Успенский Иван Викторович

*студент Московского государственного университета экономики,
статистики и информатики,
РФ, г. Москва*

Голощанова Людмила Вячеславовна

*научный руководитель, доц. Московского государственного университета
экономики, статистики и информатики
РФ, г. Москва*

Бизнес неотделим от социально-экономической среды любой страны, а жизнедеятельность этой среды, в свою очередь, поддерживается с помощью бизнеса. Порождаемые бизнесом потоки взаимных обязательств и ответственности, играющие решающую роль в формировании основы общества, вызывают у субъектов этого общества обоснованные ожидания к бизнесу в части решения задач социального развития и экологической безопасности, снижения негативных последствий его деятельности, а также оптимизации позитивного воздействия на общество. Бизнес, осознающий важность своего вклада в общество, рассматривается на сегодняшний день как социально ответственный.

Социальная ответственность бизнеса (в западном варианте — корпоративная социальная ответственность (КСВ) (corporate social responsibility, CSR)), которая определяется как социальные отношения, отражающие уровень обязательств предприятия в сфере социальной защиты, как отдельное направление возникла в 1970—1980-е гг. в развитых западных государствах [1]. Причинами ее возникновения стали различные факторы: негативное отношение общества к бизнесу (нарушение экологии, использование детского труда, коррупция и т. д.), возрастание роли репутации и имиджа компании и бренда как фактора приобретения товаров и услуг, сокращение в ряде стран

государственных расходов в социальной сфере (например, политика нового федерализма Рейгана), возникновение нового элемента стоимости компании — моральной рыночной стоимости.

На страницах научных изданий достаточно часто повторяется тезис о том, что бизнес должен быть социально ответственным. Наиболее известными исследователями проблем социальной ответственности бизнеса являются Ф. Котлер и Н. Ли [2]. Авторы рассматривают способы интеграции благотворительных социальных программ в корпоративную идентичность при условии получения максимальной пользы для всей компании. Различные вопросы социальной ответственности (модели ценностно ориентированного менеджмента, влияние корпоративной социальной ответственности на принятие решений инвесторами, реакция потребителей на бренды, связанные с социальными проблемами, и многие другие) нашли отражение в трудах Дж. Вебера, Е. Маккея, Т. Маккея, Дж. Барни, С. Норика, Г. Сары.

В России понятие социального учета и отчетности, социальных расходов рассматривал известный ученый бухгалтерской науки профессор Я.В. Соколов. Профессор В.Г. Гетьман в своих публикациях исследует изменения, связанные с введением в США Закона Сарбейнса — Оксли. Существуют определенные наработки отечественных аспирантов, соискателей, кандидатов экономических наук. Например, С. Буко исследует корпоративную социальную ответственность как принцип ценностно ориентированного менеджмента, С. Туркина — такое явление, как социальные инвестиции.

В последние годы к владельцам бизнеса постепенно приходит понимание необходимости осуществления социально ответственного бизнеса и, как следствие, подготовки социальной отчетности. В связи с отсутствием в России регламентации данного вида отчетности на государственном уровне, а также стандартов формирования отчетов, максимально адаптированных к современным условиям деятельности, менеджмент различных компаний видит данную отчетность по-разному. Поэтому на текущий момент представление социальной

отчетности осуществляется в различные сроки и с широким спектром периодичности [4].

Социальные отчеты могут формироваться в виде социальных, экологических, интегрированных отчетов, а также отчетов в области устойчивого развития, при этом законодательно не установлена смысловая нагрузка каждого из них. В статье приведен аналитический обзор формирования отчетов в России с начала их публикации по настоящее время, выявлены современные тенденции представления социальной отчетности.

В сложившихся в настоящее время условиях негативного воздействия результатов деятельности многих российских компаний на жизнь, здоровье и благосостояние населения, а также экологического состояния окружающей среды к владельцам бизнеса постепенно приходит понимание необходимости интеграции их текущей деятельности с социально ответственной практикой ведения бизнеса. В результате такого понимания стратегия многих крупных компаний тесно переплетается с достижением высокого уровня корпоративной социальной и экологической ответственности, а также с ценностями устойчивого развития страны. В рамках планирования стратегии собственниками компаний осуществляется постановка задач, решение которых обеспечивает компании в долгосрочной перспективе эффективность ведения бизнеса, лояльность заинтересованных сторон и в конечном итоге высокую прибыль, несмотря на высокие затраты на социально ответственное инвестирование. Результаты решения подобных задач находят отражение в социальной отчетности компаний.

В последние годы в России наблюдается увеличение количества выпускаемых социальных отчетов, однако оно имеет неустойчивый характер. Число организаций, выпустивших минимум один социальный отчет в виде отдельного документа, можно оценивать на уровне 107, вместе с этим количество социальных отчетов, опубликованных ими за 2004—2014 гг., составляет 380. Количество отчетов по годам, за которые они были сформированы, представлено на рисунке 1.

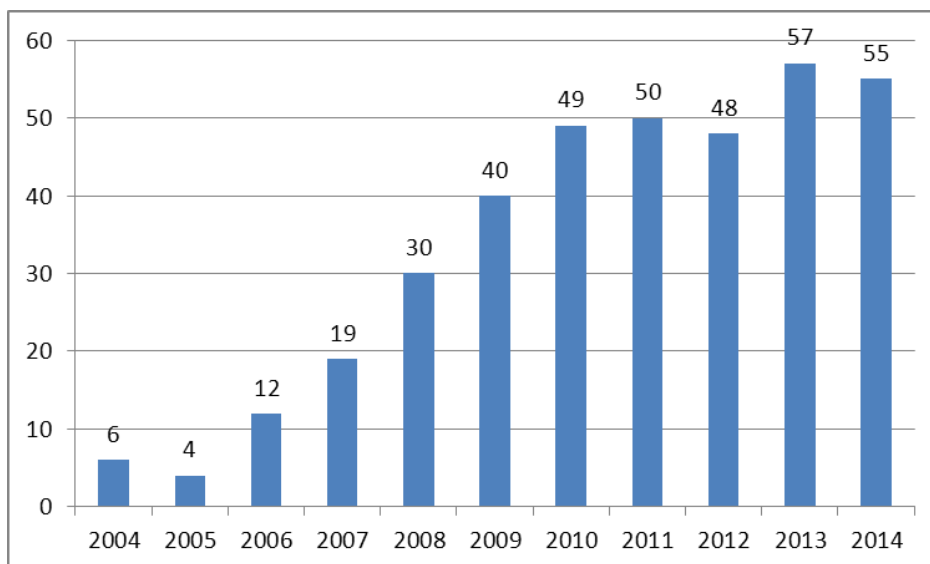


Рисунок 1. Количество отчетов, опубликованных за 2004—2014 гг.

Из рис. 1 следует, что вплоть до 2011 г. наблюдается ежегодное увеличение количества опубликованных социальных отчетов, что, по мнению авторов, представляет собой достаточно закономерное явление в свете начала подготовки нового вида отчетности.

Однако в 2012 году количество опубликованных отчетов снижается. Причем отсутствуют отчеты и за более поздние годы по компаниям, опубликовавшим ранее несколько отчетов. Например, общество с ограниченной ответственностью (ООО) «ОГК-1» и закрытое акционерное общество (ЗАО) «ЮниКредитБанк», выпустившие отчеты за период с 2005 по 2008 гг., не формировали социальную отчетность за 2009 и 2010 гг.

Существуют организации, которые стабильно подготавливают ежегодные социальные отчеты начиная с 2004 года. Примером могут служить ОАО «Татнефть», Концерн «Шелл», ОАО ГМК «Норильский никель», ЗАО КБ «ФИА-БАНК», публиковавшие социальную отчетность вплоть до 2010 г. Более половины из таких компаний представляют нефтегазовый сектор. Вместе с этим наблюдается расширение видов деятельности, в которых за последние 3 года появились социальные отчеты, например, телекоммуникации, цементное производство и строительство.

Лидирующие позиции в части подготовки социальной отчетности занимают наиболее крупные компании России, которые способны вносить

существенный вклад в благосостояние страны. Это компании нефтегазовой, электроэнергетической, металлургической промышленности, а также компании, осуществляющие деятельность в сфере финансов и страхования. Кроме того, малочисленные разработчики социальной отчетности присутствуют в деревообрабатывающей, химической и телекоммуникационной сферах.

Распределение количества отчетов в разрезе их видов по направлениям деятельности представлено в таблице.

Таблица 1.

Распределение количества отчетов в разрезе их видов по направлениям деятельности

Принадлежность компаний к видам экономической деятельности	Число компаний	Количество отчетов				
		ИО	ОУР	СО <***>	ЭО	Итого
Нефтегазовая промышленность	14	0	45	6	19	70
Энергетическая промышленность	32	12	23	30	5	70
Металлургическая и горнодобывающая промышленность	13	1	14	25	0	40
Химическая, нефтехимическая, парфюмерная промышленность	4	1	0	16	0	17
Деревообрабатывающая, целлюлозно-бумажная промышленность	4	0	0	4	12	16
Производство пищевых продуктов	3	0	2	8	0	10
Телекоммуникации	6	0	2	9	0	11
Финансы и страхование	16	0	6	39	0	45
Жилищно-коммунальное хозяйство	3	0	0	8	0	8
Цементное производство и строительство	1	0	0	0	1	1
Образование, здравоохранение	3	0	0	7	0	7
Транспорт	3	0	2	7	1	9
Прочие виды услуг	3	0	3	1	0	4
Некоммерческие организации	2	0	1	3	0	4
Всего	107	14	100	160	38	312

Из данных таблицы следует, что из 312 отчетов, опубликованных российскими компаниями начиная с 2000 г. по настоящее время, наибольшее количество отчетов (160) составляют социальные отчеты. Отчеты в области устойчивого развития представлены в количестве 100 документов. Исключительно экологические результаты деятельности опубликованы в 38 отчетах, подобную отчетность на текущий момент формируют компании нефтегазового сектора — ОАО «Газпром» и ООО «Газпром трансгаз Ухта»; деревообраба-

тывающей и целлюлозно-бумажной промышленности — ОАО «Группа «Илим»» и ОАО «Архангельский целлюлозно-бумажный комбинат». Интегрированную отчетность представляют в основном компании энергетического сектора, в том числе Государственная корпорация по атомной энергии «Росатом», ОАО «Концерн «Росэнергоатом», ОАО «Санкт-Петербургский научно-исследовательский и проектно-конструкторский институт «Атомэнергопроект»», ОАО Нижегородская инжиниринговая компания «Атомэнергопроект», Открытое внешнеэкономическое акционерное общество «Техснабэкспорт», ОАО «ТВЭЛ» и ОАО «Атомэнергомаш». По мнению авторов, наибольший интерес заинтересованных пользователей вызывают отчеты, представляющие комплексные результаты деятельности компании, в частности отчеты в области устойчивого развития. Это связано с тем, что подобные отчеты предназначены для раскрытия разносторонних результатов деятельности компании. Более того, они демонстрируют взаимосвязь постановки стратегических целей компании с ее участием в решении общественно значимых проблем.

Периоды, за которые организации формируют социальную отчетность, как правило, разнятся. Отчетность может быть сформирована за 3 года. Подобный временной период зачастую избирается компанией при выпуске первого социального отчета. Яркими примерами изложенного являются первые социальные отчеты ОАО «Северсталь», составленные за 2004—2006 гг., Южно-Российского государственного университета экономики и сервиса за 2008—2010 гг. Часто отчетным периодом являются 2 года, что, по мнению авторов, объясняется стремлением компании показать динамику своего развития либо обобщить результаты деятельности в целях приведения более глобальных данных (объемов произведенных инвестиций, размеров благотворительной помощи). Подобный подход демонстрируют ОАО «Лукойл», ОАО «Новатэк», ОАО «Полус Золото», формирующие социальные отчеты за 2 года на постоянной основе. Однако наиболее распространенными являются отчеты за 1 календарный год, что, с точки зрения авторов, создает определенные проблемы для заинтересованных пользователей в процессе проведения анализа и сопоставления отчетов между собой.

Вышеизложенное позволяет констатировать, что формирование и представление социальной отчетности российскими компаниями, не будучи должным образом регламентированными, осуществляются исходя из мнения и видения собственников и топ-менеджмента, опираясь на профессиональное суждение сотрудников, формирующих такую отчетность. Соответствующий методологический инструментарий в нашей стране до сих пор не разработан. В результате наблюдается:

1) широкое разнообразие видов отчетов при отсутствии понимания предназначения каждого из них;

2) разброс периодичности публикации социальных отчетов, которая определяется отчитывающимися компаниями самостоятельно.

В результате социальная отчетность российских компаний имеет различные наполнение, формат и структуру представления результатов социально ответственного ведения бизнеса, что осложняет процессы ее чтения и сопоставления. Разрешение указанных проблем возможно при условии создания в России соответствующей нормативно-правовой базы корпоративной социальной отчетности.

Список литературы:

1. Безручук С.Л., Лайчук С.М. Социальная ответственность бизнеса: отражение в отчетности // «Международный бухгалтерский учет» — 2013. — № 27.
2. Котлер Ф. Корпоративная социальная ответственность. Как сделать как можно больше добра для вашей компании и общества. Пер. с англ. С. Яринич / Ф. Котлер, Н. Ли. — М.: Стандарт, 2005. — 302 с.
3. Краснова М.В. Подходы к регулированию социальной отчетности в России // «Международный бухгалтерский учет». — 2013. — № 11.
4. Краснова М.В. Система сбалансированных показателей как инструмент подготовки корпоративной социальной отчетности // «Международный бухгалтерский учет». — 2012. — № 38.
5. Кушпов В.А. Социальная ответственность как фактор развития предприятий — [Электронный ресурс]. — М., 2014. — Режим доступа. — URL: <http://www.ecsocman.edu.ru/db/msg/202481.html> (Дата обращения 05.04.2015).
6. Российский союз промышленников и предпринимателей (РСПП) — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://рспп.рф/simplepage/157> (Дата обращения 05.04.2015).

ПРОБЛЕМЫ ИСКАЖЕНИЙ БУХГАЛТЕРСКОЙ (ФИНАНСОВОЙ) ОТЧЕТНОСТИ И ПУТИ ИХ ВЫЯВЛЕНИЯ

Якубова Анна Игоревна

*студент Московского государственного университета экономики,
статистики и информатики,
РФ, г. Москва*

Максимов Антон Максимович

*студент Московского государственного университета экономики,
статистики и информатики,
РФ, г. Москва*

Голощанова Людмила Вячеславовна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доц. Московского государственного
университета экономики, статистики и информатики,
РФ, г. Москва*

Бухгалтерская (финансовая отчетность) играет важнейшую роль при принятии различных управленческих решений, является официальным доступным источником информации о финансовом состоянии компании для различных групп пользователей. Этот факт также подчеркивается в МСФО, в котором говорится, что «финансовая отчетность — это отчетность, предназначенная для удовлетворения потребностей тех пользователей, которые не имеют возможности получать отчетность, подготовленную специально для удовлетворения их особых информационных нужд» [1].

В соответствии с этим, одно из главных требований, предъявляемых к бухгалтерской отчетности, является требование достоверности. Так, согласно Положению по бухгалтерскому учету «Бухгалтерская отчетность организации», «бухгалтерская отчетность должна давать достоверное и полное представление о финансовом положении организации, финансовых результатах ее деятельности и изменениях в ее финансовом положении», при этом «достоверной и полной считается бухгалтерская отчетность, сформированная исходя из правил, установленных нормативными актами по бухгалтерскому учету» [3].

Но, как известно, на практике бухгалтерская отчетность не всегда является достоверной. Более того, жесткие условия бизнеса диктуют свои правила, при

которых многим компаниям трудно остаться на плаву, используя только «белую» отчетность. Поэтому на сегодняшний день повышение достоверности данных отчетности является ключевой задачей реформирования системы учета.

Проблеме искажения финансовой отчетности подвержены даже крупнейшие западные страны с развитой рыночной экономикой. Так, нельзя обойти стороной банкротство крупного инвестиционного банка Lehman Brothers осенью 2008 года, испытывающего проблемы с ликвидностью в 2007—2008 годах, и которые он тщательным образом скрывал с целью сохранения доверия партнеров и инвесторов. Банк провел ряд махинационных транзакций (Repo 105), с помощью которых ему удалось вывести в конце первого и второго кварталов 2008 года с баланса долги на сумму 50 млрд. долл. и таким образом показать более низкий уровень финансовой зависимости. По мнению экспертов, главная вина руководства банка не в ошибочных решениях, а в том, что генеральный директор Ричард Фалд и финансовые директора скрывали бедственное положение банка с помощью ложных финансовых отчетов, в чем им помогал внешний аудитор, компания Ernst & Young.

Также следует привести в пример искусственное завышение прибыли в 2001—2004 годах на 6,3 млрд. долл. американской ипотечной компанией Fannie Mae. Сумма штрафа, возложенная на компанию, составляла 400 млн. долл. При этом переделка всей финансовой отчетности с начала 2001 по июнь 2004 года заняла два года и обошлась Fannie Mae в сумму, превышающую \$ 1,3 млрд. В ней участвовали около 2 000 аудиторов и консультантов [5].

Таким образом, ошибки и мошенничества, связанные с финансовой отчетностью, зачастую обходятся дорого как самим компаниям, так и внешним аудиторам. Именно из-за махинаций с убытками и приписками в отчетности энергокомпании Enron в 2002 г. лишилась лицензий на проведение аудита и консультационные услуги Arthur Andersen, входящая на тот момент в «Большую пятерку» аудиторских компаний.

Было бы неверным говорить о том, что проблемы искажения информации в финансовой отчетности исключительно удел западных компаний. Напротив,

данная проблема является актуальной и в России, где до настоящего времени не сформировалось сильного профессионального сообщества, система бухгалтерского учета подвергается постоянному реформированию, осуществляя процесс перехода на международные стандарты. Помимо влияния на ожидания пользователей финансовой отчетности, как было сказано ранее, целью фальсификации отчетности может быть занижение налоговой базы, участие в государственных тендерах и т. д.

В отчете об исследовании экономических преступлений PwC говорится о том, что Россия в 2014 году находилась на 3 месте среди регионов с высокой долей экономических преступлений, что означает, что около 60 % компаний-респондентов так или иначе сталкивались с преступлениями в сфере экономики. Здесь также необходимо подчеркнуть, что в 2011 году этот показатель составлял 37 % [9].

К сожалению, крайне трудно выявить все случаи подобного мошенничества, однако, принимая во внимание масштабы коррупции в России, можно выдвинуть гипотезу о значительном количестве манипуляций с отчетностью.

К искажению информации могут привести как ошибочные действия недостаточно квалифицированных работников, так и явная фальсификация показателей руководящего звена и иных заинтересованных лиц.

Согласно ПБУ 22/2010, к неправильному отражению или неотражению фактов хозяйственной деятельности ведут такие факторы, как неправильное применение законодательства о бухгалтерском учете и иных нормативных правовых актов, неправильное применение учетной политики организации, ошибки в вычислениях, неточная оценка фактов хозяйственной деятельности, а также недобросовестные действия должностных лиц организации [4].

Рассмотрим теперь классификацию искажений бухгалтерской отчетности. По степени влияния на достоверность отчетности искажения выделяют существенные и несущественные. Ошибка признается существенной, если она в отдельности или в совокупности с другими ошибками за один и тот

же отчетный период может повлиять на экономические решения пользователей финансовой отчетности.

Несущественной же признается ошибка, не влияющая на финансовое состояние и финансовые результаты деятельности организации и на принимаемые пользователями управленческие решения. При этом существенность ошибки организация определяет самостоятельно, исходя как из величины, так и характера соответствующей статьи бухгалтерской отчетности [4].

Аудитор, в свою очередь, устанавливает приемлемый уровень существенности с целью выявления существенных (с количественной точки зрения) искажений [7]. В общем виде это можно представить следующим образом: если факт нарушения может повлечь за собой уголовную ответственность или если штрафы и пени приведут к финансовым или иным трудностям для объекта проверки, то такое нарушение следует отнести к категории существенных.

Тем не менее, должны приниматься во внимание как значение, так и характер искажений. Примерами качественного искажения могут быть как недостаточное или неадекватное описание учетной политики, когда существует вероятность того, что пользователь финансовой (бухгалтерской) отчетности будет введен в заблуждение таким описанием, так и отсутствие раскрытия информации о нарушении нормативных требований в случае, когда существует вероятность того, что последующее применение санкций сможет оказать значительное влияние на результаты деятельности аудируемого лица.

Также необходимо помнить, что при проверке следует учитывать искажения сравнительно небольших величин, которые в совокупности могут оказать существенное влияние на проверяемую отчетность.

Нетрудно предположить, что поле деятельности для лиц, заинтересованных в проведении махинаций, велико, и представляется возможным искажение практически всех показателей отчетности. В соответствии с этим, существует довольно объемный перечень различных видов искажений финансовой отчетности, среди которых, помимо указанных существенных

и несущественных искажений (характеризующие степень влияния на достоверность отчетности) выделяют:

- по области возникновения искажений: искажения, возникающие на уровне отчетности в целом, и возникающие на уровне подготовки отчетности;
- по характеру происхождения: преднамеренные и непреднамеренные искажения;
- по влиянию на валюту бухгалтерского баланса различают искажения, оказывающие влияние на валюту баланса, и искажения, не влияющие на нее [2].

Так, основными методами искажения информации являются фальсификация и вуалирование. Под фальсификацией следует понимать умышленное искажение или сокрытие информации в бухгалтерской (финансовой) отчетности с целью введения в заблуждение ее пользователей, либо для сокрытия факта хищения материальных ценностей. Стоит различать эти две категории, поскольку фальсификация предоставляет финансовые показатели организации в более выгодных условиях путем нарушения требований нормативных актов, а вуалирование совершается в пределах, разрешенных нормативными документами.

Эксперты выявляют множество схем искажения финансовой отчетности, среди которых является прием завышения выручки, он же, на наш взгляд, является наиболее распространенным. Данная схема может быть реализована за счет отражения выручки без учета различных скидок и иных вычетов, отражения будущих продаж в текущем периоде. Перечень таких способов довольно велик, и недобросовестные компании стремятся его пополнить. Также для искусственного увеличения выручки характерна ситуация, когда организация пытается отразить доходы в собственном бухгалтерском учете, а часть расходов осуществлять за счет подконтрольных им компаний.

Наряду с завышением выручки встречается и занижение расходов. Как правило, это происходит путем отражения расходов, формирующих себестоимость реализации товаров (услуг) в качестве внереализационных расходов и, таким образом, снизить негативный эффект данного расхода на валовую прибыль. Также возможна некорректная капитализация расходов путем

отражения их на балансе в качестве активов, неотражение в соответствующем периоде, неполное отражение или неотражение вовсе. Например, могут капитализироваться проценты по заемным средствам, привлеченным не для покупки основных средств, а для покрытия оборотного капитала.

Кроме того, нельзя не упомянуть способ некорректной оценки активов и обязательств. Не секрет, что, манипулируя отражением активов и обязательств в сторону уменьшения или увеличения соответствующих статей, можно искусственно завесить величину прибыли или же показать убыток.

В последнюю категорию способов махинаций с финансовой отчетностью попадают другие общеизвестные области искажений, среди которых: некорректное раскрытие информации об обязательствах (например, гарантийных или условных) и о связанных сторонах, а также проведение и отражение чрезмерно сложных транзакций через компании, организованных для специальных целей и т. п.

Порой распознать недобросовестные замыслы компании довольно трудно, однако следует обращать внимание на ряд сомнительных, нехарактерных операций для экономического субъекта. Так, например, своеобразными индикаторами наличия искажения финансовой отчетности могут послужить:

- увеличение выручки без соответствующего увеличения денежных поступлений, особенно в долгосрочном периоде;
- объемные нетипичные транзакции, в особенности в даты, близкие к периоду финансового закрытия, существенный рост выручки;
- значительный рост выручки по сравнению с компаниями-конкурентами в аналогичной отрасли;
- необъяснимое увеличение стоимости активов;
- получение отрицательных операционных денежных потоков, несмотря на увеличение прибыли в отчетности;
- существенный объем операций, совершающихся с дочерними предприятиями, находящимися в оффшорных зонах;
- операции с сомнительными контрагентами;

- многочисленные пояснения и корректировки в учетной политике и частое изменение организационной структуры;
- отсутствие аудиторского комитета и службы внутреннего контроля;
- известная история нарушений законодательства (например, регулирующего обращение ценных бумаг на рынке) со стороны компании и т. п.

Ранее авторами статьи была рассмотрена статистика относительно частоты экономических преступлений. Однако не менее показательным будет представить информацию касательно ущерба от таких преступлений. К сожалению, в настоящее время в России нет точных статистических данных о совершении мошенничества в области финансовой отчетности. Поэтому, руководствуясь лишь данными публикаций зарубежных источников выявлено, что средний ущерб от мошенничества с финансовой отчетностью среди остальных видов мошенничества занимает первое место. Так, за 2014 год средние убытки компаний от манипуляций с финансовой отчетностью составили около 1 млн. долларов США, что составило 75 % от общих убытков от незаконной финансовой деятельности (Рис. 1) [8].

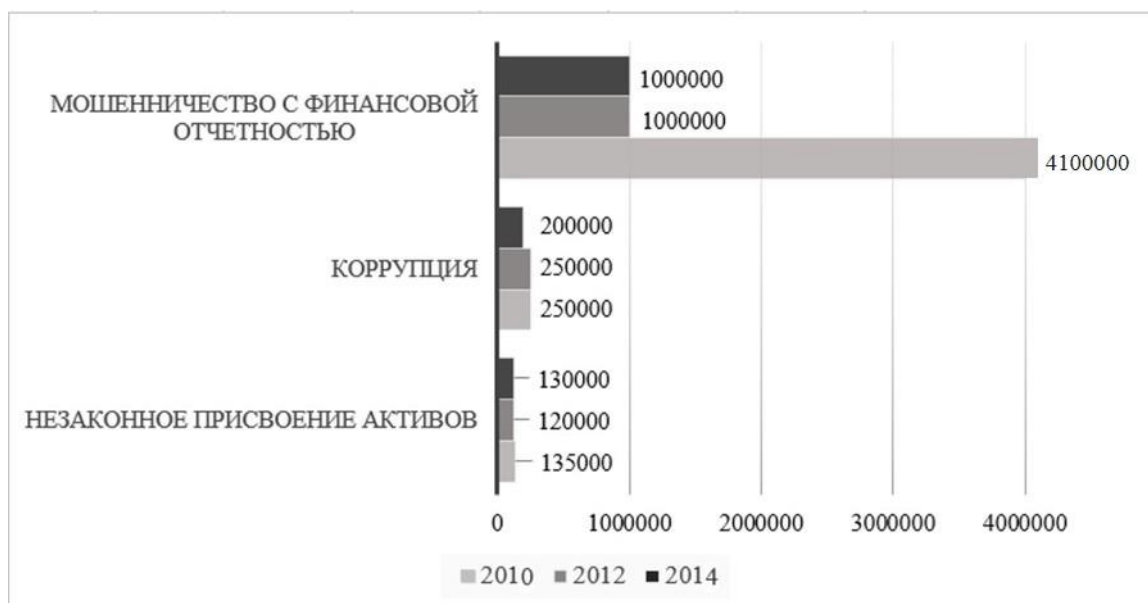


Рисунок 1. Средние убытки от разных видов мошенничества, долл. США

В заключение стоит отметить, что в данной статье были выявлены основные причины искажения финансовой отчетности, а также указаны

основные пути выявления фактов мошенничества в отчетности компаний. При этом следует добавить, что признаков возможного мошенничества гораздо больше, например, стоит обращать на кадровый состав и репутацию руководства компании, а также на взаимодействие компании с внешними аудиторами, ведь частая ротация внешних аудиторов, нахождение подразделений (филиалов) в труднодоступных для аудиторов регионах будет свидетельствовать о возможном наличии недобросовестных действий внутри хозяйствующего субъекта.

В 2014 году Уголовный Кодекс РФ был дополнен статьей 172.1, в которой говорится об ответственности за предоставление организацией неполных или недостоверных сведений о сделках, об обязательствах, имуществе организации и соответственное подтверждение достоверности таких сведений, в случае если такие действия совершены с целью сокрытия достоверных финансовых результатов [6].

Основными путями выявления искажений являются проведение внешнего аудита и совершенствование служб внутреннего контроля. При этом, учитывая всю актуальность на сегодняшний момент данной проблемы, представляется необходимым как совершенствовать методы выявления фальсификации финансовой отчетности, так и создать мощную правовую базу, которая бы способствовала пресечению возникновения фальсификаций.

Список литературы:

1. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 1 «Представление финансовой отчетности» (ред. от 02.04.2013) — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_147977/ (дата обращения 19.03.2015).
2. Полисюк Г.Б., Корчагина Л.М. Бухгалтерская (финансовая) отчетность: проблемы выявления искажения информации // ж-л «Экономический анализ: теория и практика», 2012, № 46 (301).
3. Положение по бухгалтерскому учету «Бухгалтерская отчетность организации» (ПБУ 4/99) — [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://base.garant.ru/12116599/> (Дата обращения: 19.03.2015).

4. Положение по бухгалтерскому учету «Исправление ошибок в бухгалтерском учете и отчетности» (ПБУ 22/2010). — [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://base.garant.ru/12177751/> (Дата обращения: 21.03.2015).
5. Самые крупные мошенничества США. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://forbes.ua/business/1356162-samyie-krupnye-moshennichestva-v-ssha/1356169#cut> (дата обращения: 19.03.2015).
6. Уголовный кодекс РФ (УК РФ) от 13.06.1996 № 63-ФЗ. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://www.consultant.ru/popular/ukrf/> (дата обращения: 21.03.2015).
7. Федеральные правила (стандарты) аудиторской деятельности. Правило (Стандарт) № 4. Существенность в аудите. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_124340/?frame=2 (Дата обращения: 19.03.2015).
8. Association of Certified Fraud Examiners (ACFE). Report to the nations on occupational fraud and abuse. 2014 Global Fraud Study.
9. PwC's 2014 Global Economic Crime Survey. Economic crime: A threat to business globally. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://www.pwc.com/gx/en/economic-crime-survey/> (Дата обращения: 19.03.2015).

ДЛЯ ЗАМЕТОК

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

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

№ 4 (23)
Апрель 2015 г.

В авторской редакции

Издательство «МЦНО»
127106, г. Москва, Гостиничный проезд, д. 6, корп. 2, офис 213

E-mail: mail@nauchforum.ru

