

электронное периодическое издание

ЭКОНОМИКА

и

социум

ISSN 2225-1545

№ 6(25)-2016



ЭЛЕКТРОННОЕ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЕ
ПЕРИОДИЧЕСКОЕ ИЗДАНИЕ
«Экономика и социум»

<http://www.iupr.ru>

УДК 004.02:004.5:004.9

ББК 73+65.9+60.5

ISSN 2225-1545

Свидетельство о регистрации
средства массовой коммуникации
Эл № ФС77-45777
от 07 июля 2011 г.

Редакционный совет:

*Зарайский А.А., доктор филологических наук, профессор,
Смирнова Т.В., доктор социологических наук, профессор,
Федорова Ю.В., доктор экономических наук, профессор,
Плотников А.Н., доктор экономических наук, профессор,
Постюшков А.В., доктор экономических наук, профессор,
Долгий В.И., доктор экономических наук, профессор,
Тягунова Л.А., кандидат философских наук, доцент*

Отв. ред. А.А. Зарайский

Выпуск № 6(25) (июнь, 2016). Часть 3. Сайт: <http://www.iupr.ru>

© Институт управления и социально-экономического развития, 2016

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

*Балтаева В.А.
студент 4го курса
Осадчий Э.А., к.э.н.
доцент*

*Елабужский институт
Казанский (Приволжский) федеральный университет
Россия, Республика Татарстан, г. Елабуга*

ФОРМИРОВАНИЕ И АНАЛИЗ БУХГАЛТЕРСКОГО БАЛАНСА ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация. Развитие мирового экономического кризиса в настоящее время изменили условия функционирования предприятий. В данных условиях крайне значимо получение информации, которая позволяла бы анализировать финансовые показатели, на их основе объективно оценивать финансовое состояние предприятия и принимать всесторонне обоснованные и рациональные управленческие стратегические и текущие решения, снижать информационный риск при разработке стратегии развития, бизнес-планирования, а также выбирать надежных партнеров и предвидеть финансовые результаты своей деятельности. Одним из основных источников получения такого рода информации является форма №1 бухгалтерской финансовой отчетности – Бухгалтерский баланс.

Ключевые слова. Бухгалтерский баланс, бухгалтерская финансовая отчетность, анализ, показатели, ликвидность, платежеспособность

Бухгалтерский баланс представляет собой наиболее информативную форму бухгалтерской отчетности, которая отражает имущественное и финансовое положение предприятия на отчетную дату.

Бухгалтерский баланс дает возможность:

- получить значительный объем информации о предприятии;
- определить степень обеспеченности организации собственными оборотными средствами;
- определить ликвидность и платежеспособность предприятия;
- оценить общее финансовое состояние и т.д.

На основе данных бухгалтерского баланса производится оценка эффективности размещения капитала предприятия, его достаточности для текущей и предстоящей хозяйственной деятельности, размера и структуры заемных источников, а также эффективности их привлечения.

В России в настоящее время действует форма Бухгалтерского баланса, утвержденная Приказом Минфина РФ от 2 июля 2010 г. N 66н «О формах бухгалтерской отчетности организаций» [1].

Следует отметить, что утвержденная Минфином форма носит рекомендательный характер, и организация может добавлять строки со

своими показателями, детализируя имеющиеся данные, или убирать строки, данных по которым у нее нет.

Изменение принятой формы и содержания бухгалтерского баланса допускается в исключительных случаях, например при изменении вида деятельности. Организацией должно быть обеспечено подтверждение обоснованности каждого такого изменения. Существенное изменение должно быть раскрыто в пояснениях к бухгалтерскому балансу с указанием причин, вызвавших это изменение.

Ведение бухгалтерского учета в организации осуществляется в соответствии с нормативно-правовыми актами всех уровней российской системы нормативно-правового регулирования бухгалтерской финансовой отчетности. Нормативно-правовые акты законодательного (первого) уровня, регулирующие бухгалтерский учет организации: федеральные законы, основополагающим среди которых является Федеральный закон от 06.12.2011 N 402-ФЗ (ред. от 04.11.2014) «О бухгалтерском учете», Гражданский, Налоговый, Трудовой кодексы, Кодекс об административных правонарушениях, указы Президента РФ и Постановления Правительства РФ. Документами нормативного (второго) уровня являются национальные стандарты и положения по бухгалтерскому учету (например, ПБУ 1/2008 «Учетная политика организации» и пр.). К нормативным документам методического (третьего) уровня относятся приказы Минфина России, методические указания, рекомендации, инструкции (Приказ Минфина России от 02.07.2010 N66н «О формах бухгалтерской отчетности организаций» (ред. от 06.04.2015), Приказ Минфина РФ от 29.07.1998 N 34н (ред. от 24.12.2010) «Об утверждении Положения по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации»), а также План счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и инструкциями по его применению, утвержденный Приказом Минфина РФ от 31.10.2000 N94н. Регулирующие документы организационного (четвертого) уровня – внутренние документы организации: учетная политика, Устав, рабочий план счетов и т.д.

Бухгалтерский баланс представляет собой способ экономической группировки имущества по его составу и размещению и источникам его формирования на первое число, месяца, квартала, года. Следовательно, в бухгалтерском балансе имущество предприятия рассматривается с двух позиций: по составу и размещению (актив баланса) и по источникам образования (пассив баланса).

У бухгалтерского баланса есть своя структура, которая представляет собой таблицу, состоящую из двух частей: актива и пассива. Активы – экономические ресурсы, которыми организация владеет и от которых ожидает получить выгоду в будущем, используя их в процессе осуществления своей деятельности. Если актив баланса показывает, каким имуществом владеет предприятие, то пассив раскрывает источники формирования этого имущества [2].

Стоит отметить, что основополагающим принципом формирования бухгалтерского баланса является равенство актива и пассива баланса, то есть итог актива баланса всегда должен быть равен итогу пассива баланса.

Итог актива и пассива баланса называется валютой баланса. В форме бухгалтерского баланса валюта баланса отражается по строке 1600 (баланс актива) и 1700 (баланс пассива), значения которых равны между собой.

Вообще, стоит заметить, что бухгалтерский баланс формируется на основе данных, отраженных в Главной книге или оборотной ведомости за последний месяц отчетного периода. Для формирования некоторых показателей используются данные аналитического учета (ведомости, журналы-ордера и другие регистры).

Основным элементом бухгалтерского баланса выступает балансовая статья (строка). Балансовая статья соответствует показателю (на начало или конец отчетного периода), характеризующему отдельные виды экономических ресурсов и источников их образования. Каждая строка баланса имеет свой порядковый номер (код), что облегчает ее нахождение и ссылки на отдельные статьи. Балансовые статьи объединяются в группы, а группы в разделы баланса.

Стоит отметить, что статьи актива включают дебетовые остатки активных счетов; статьи пассива - кредитовые остатки пассивных счетов.

Группировка балансовых статей актива бухгалтерского баланса в соответствии с формой, утвержденной Приказом Минфина РФ [1], позволяет выделить два раздела актива: «Внеоборотные активы», «Оборотные активы» и три раздела пассива: «Капитал и резервы», «Долгосрочные обязательства» и «Краткосрочные обязательства».

Раздел I «Внеоборотные активы» содержит десять строк и объединяет группы долгосрочных активов, которые используются более одного года: нематериальные активы, результаты исследований и разработок, нематериальные и материальные поисковые активы, основные средства, доходные вложения в материальные ценности, долгосрочные финансовые вложения, отложенные налоговые активы и прочие внеоборотные активы, а также итога по разделу I.

Раздел II «Оборотные активы» (те активы, которые используют менее 1 года) включает в себя семь строк: запасы, НДС по приобретенным ценностям, дебиторская задолженность, краткосрочные финансовые вложения, денежные средства и денежные эквиваленты, прочие оборотные активы, а также итога по разделу II.

Оборотные активы считаются более ликвидными, чем внеоборотные, так как могут быть быстрее обращены в деньги.

Правая сторона баланса – пассив – раскрывает содержание собственного капитала и обязательств как долгосрочного, так и краткосрочного характера. Собственный капитал отражен в третьем разделе пассива «Капитал и резервы». Заемный капитал, исходя из сроков заимствования организацией, содержится в четвертом разделе бухгалтерского

баланса «Долгосрочные обязательства» и в пятом разделе «Краткосрочные обязательства».

Раздел III «Капитал и резервы» состоит из семи строк. В них, в частности, раскрывают стоимость уставного капитала организации, собственных акций, выкупленных у акционеров, переоценки внеоборотных активов, сумму добавочного и резервного капитала, размер нераспределенной прибыли или непокрытого убытка, а также итога по разделу III.

Раздел IV «Долгосрочные обязательства» состоит из пяти строк. В данном разделе показывается информация об обязательствах организации со сроком погашения свыше 12 месяцев после отчетной даты. По строкам раздела IV, в частности, показывается сумма заемных средств, привлеченных на длительный срок, размер отложенных налоговых и оценочных обязательств, сумма прочих долгосрочных обязательств, также итога по разделу IV.

Раздел V «Краткосрочные обязательства» состоит из 6 строк и отражает информацию об обязательствах организации со сроком погашения менее 12 месяцев после отчетной даты. По строкам раздела V, в частности, отражают сумму краткосрочных заемных средств, размер кредиторской задолженности, сумму доходов будущих периодов, размер оценочных обязательств и прочих краткосрочных обязательств, а также итога по разделу V.

Стоит отметить, что одним из важнейших критериев оценки финансового положения организации является анализ ликвидности и платежеспособности. При этом задача анализа ликвидности баланса возникает в связи с необходимостью давать оценку платежеспособности организации, т.е. ее способности своевременно и полностью рассчитываться по всем своим обязательствам. Ликвидность — это способность предприятия оплатить свои краткосрочные обязательства, реализуя свои текущие активы. Ликвидность баланса определяется как степень покрытия обязательств организации ее активами, срок превращения которых в деньги соответствуют сроку погашения обязательств. Анализ ликвидности баланса заключается в сравнении средств по активу (сгруппированных по степени их ликвидности и расположенных в порядке убывания ликвидности) с обязательствами по пассиву, сгруппированными по срокам их погашения и расположенными в порядке возрастания сроков их погашения.

В зависимости от степени ликвидности, т.е. в зависимости от скорости продажи и трансформации в денежные средства, активы организации разделяются на следующие группы:

1) А1 – наиболее ликвидные активы (все статьи денежных средств и краткосрочные финансовые вложения и ценные бумаги) определяются по сумме строк 1250 и 1240 бухгалтерского баланса (Формы N1);

2) А2 – быстрореализуемые активы (дебиторская задолженность, платежи по которой ожидаются в течение 12 месяцев после отчетной даты, и вклады в банк) вычисляются по сумме строк 1230 и 1260;

3) А3 – медленно реализуемые активы (статьи раздела II «Оборотные

активы» актива баланса, включающие запасы, НДС, дебиторскую задолженность, платежи по которой ожидаются более чем через 12 месяцев после отчетной даты, прочие оборотные активы) рассчитываются по сумме строк 1210, 1220, 1770;

4) А4 – труднореализуемые активы (статьи раздела I «Внеоборотные активы» актива баланса) определяются по строке 1100 за минусом стр.1170.

Пассивы группируются по степени срочности их оплаты:

1) П1 – наиболее срочные обязательства (кредиторская задолженность, задолженность участникам по выплате доходов, прочие краткосрочные обязательства и ссуды, не погашенные в срок) определяются по строке 1520 бухгалтерского баланса;

2) П2 – краткосрочные пассивы (краткосрочные заемные средства) рассчитываются по сумме строк 1510, 1540, 1550;

3) П3 – долгосрочные пассивы, т.е. долгосрочные кредиты и заемные средства раздела IV «Долгосрочные обязательства» (строка 1400);

4) П4 – постоянные пассивы или устойчивые (собственный капитал – статьи раздела III «Капитал и резервы» пассива баланса, доходы будущих периодов, резервы предстоящих расходов) определяются по сумме строк 1300 и 1530.

Для определения ликвидности баланса следует сопоставить итоги данных групп по активу и пассиву.

Баланс считается абсолютно ликвидным, если выполняются следующие условия: $A1 \geq P1$; $A2 \geq P2$; $A3 \geq P3$; $A4 \leq P4$.

Выполнение первых трех неравенств ведет к автоматическому выполнению и четвертого неравенства, поэтому существенным является сопоставление итогов первых трех групп по активу и пассиву. Четвертое неравенство носит «балансирующий» характер, и в то же время оно имеет глубокий экономический смысл: его выполнение свидетельствует о соблюдении минимального условия финансовой устойчивости – наличии у предприятия собственных оборотных средств.

Для более детального анализа рассчитываются следующие показатели ликвидности.

Общий коэффициент ликвидности (L1) – показатель, отражающий степень погашения активами предприятия всех своих обязательств и применяется для комплексной оценки баланса в целом или для выбора наиболее надежного партнера на основе финансовой отчетности.

Коэффициент абсолютной ликвидности (L2) равен отношению величины наиболее ликвидных активов предприятия к сумме наиболее срочных обязательств и краткосрочных пассивов. Этот коэффициент показывает, какую часть краткосрочной задолженности предприятие может погасить в ближайшее время за счет денежных средств и приравненных к ним финансовых вложений.

Коэффициент критической ликвидности (L3) или промежуточный коэффициент покрытия показывает, какая часть текущих активов за минусом

запасов и дебиторской задолженности, платежи по которой ожидаются более чем через 12 месяцев после отчетной даты, покрывается наиболее срочными обязательствами и краткосрочными пассивами.

Коэффициент текущей ликвидности (L4) или коэффициент покрытия показывает платежные возможности предприятия, оцениваемые при условии не только своевременных расчетов с дебиторами и благоприятной продажи готовой продукции, но и продажи при необходимости прочих элементов материальных оборотных средств.

Коэффициент маневренности функционирующего капитала (L5) показывает, какая часть функционирующего капитала обездвижена в производственных запасах и долгосрочной дебиторской задолженности.

Для определения доли оборотных средств в активах (L6) предприятия вычисляется отношение оборотных активов к валюте баланса организации.

Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами (L7) характеризует наличие собственных оборотных средств предприятия, необходимых для финансовой устойчивости предприятия.

Также для оценки платежеспособности предприятия рассчитываются два абсолютных коэффициента: текущая и перспективная ликвидность.

Текущая ликвидность (Тл) – показатель, отражающий способность предприятия погашать свои обязательства в краткосрочном периоде.

Перспективная ликвидность (Пл) – показатель, отражающий способность предприятия погашать задолженность в будущем.

Все вышеперечисленные показатели платежеспособности и ликвидности, а также формулы для расчета и их нормативные значения представлены в таблице 1.

Таблица 1

Показатели платежеспособности для оценки ликвидности баланса организации с рекомендуемыми показателями

Показатели	Формула для расчета	Рекомендуемые показатели
1. Общий коэффициент ликвидности (L1)	$(A1+1/2*A2+1/3*A3)/(П1+1/2*A2+1/3*A3)$	≥ 1
2. Коэффициент абсолютной ликвидности (L2)	$A1/(П1+П2)$	$\geq 0,2 - 0,7$
3. Коэффициент критической ликвидности (L3)	$(A1+A2)/(П1+П2)$	$\geq 0,7 - 0,8$ (=1)
4. Коэффициент текущей ликвидности (L4)	$(A1+A2+A3)/(П1+П2)$	$\geq 2,0 - 3,5$
5. Коэффициент маневренности функционирующего капитала (L5)	$A3/((A1+A2+A3)-(П1+П2))$	Уменьшение L5 в динамике
6. Доля оборотных средств в активах (L6)	$(A1+A2+A3)/\text{Валюта баланса}$	$\geq 0,5$
7. Коэффициент обеспеченности собственными	$(П4-A4)/(A1+A2+A3)$	$\geq 0,1$

средствами (L7)		
8. Текущая ликвидность (Тл) (тыс.руб.)	$(A1 + A2) - (П1 + П2)$	≥ 0
9. Перспективная ликвидность (Пл) (тыс.руб.)	$A3 - П3$	≥ 0

Исходя из полученных в ходе расчетов значений представленных в таблице 1 показателей, можно сделать вывод о платежеспособности организации в краткосрочном, среднесрочном и долгосрочном периоде, соответственно, можно будет определить, сможет ли организация погасить свои краткосрочные обязательства за счет своих активов (в зависимости от скорости обращения их в денежные средства) и в какие сроки.

Таким образом, бухгалтерский баланс – это важнейшая форма бухгалтерской отчетности, в основе которой лежит способ экономической группировки имущества организации по его составу, размещению и источникам его формирования, а также равенство актива и пассива баланса. На основе представленных в бухгалтерском балансе показателей можно судить о финансовом состоянии организации, о том, каким имуществом она обладает и сколько имеет долгов. Проанализировав динамику и структуру бухгалтерского баланса организации и осуществив необходимые расчеты для оценки ликвидности и платежеспособности предприятия, можно разработать рекомендации по оптимизации баланса и совершенствованию финансового состояния любой организации.

Использованные источники:

1. Приказ Минфина России от 02.07.2010 N 66н (ред. от 06.04.2015) «О формах бухгалтерской отчетности организаций». Официальный сайт компании «КонсультантПлюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_103394/
2. Осадчий Э.А. Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Чувашский государственный институт им. И.Н. Ульянова. Казань, 2009.

Бондарева К. И.
студент

РГСУ

направление менеджмент
профиль маркетинг

ПОНЯТИЕ И СУЩНОСТЬ ПРОДАЖИ ТОВАРОВ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

На данный момент российский бизнес стремительно развивается, предложение стало превышать спрос, поэтому потребитель стал более требовательным к качеству товара и уровню обслуживания. Повышение качества товара в грамотном сочетании с ценой и сервисом одно из главных стремлений компании. На сегодняшний день это - главный фактор укрепления своих позиций на рынке, привлечение целевой аудитории, подчас важнейшее

конкурентное преимущество предприятия на рынке сбыта. Инновационный подход к продажам особенно важен в сфере сбыта продукции. Именно клиенты, оплачивающие выбранный продукт, добровольно голосуя своим кошельком за предпочтительную компанию, обеспечивают процветание, успех и дальнейшие перспективы бизнеса.

Проводимые исследования показали, что Россия за последние годы признана наиболее привлекательным рынком для инвестиций в розничную торговлю. В основном выделяют три причины:

- Россия смогла улучшить свое положение, благодаря большей экономической и политической стабильности;
- розничная торговля в России продолжает расти, а рынок за пределами Москвы и Санкт-Петербурга пока не насыщен;
- розничные компании развиваются по всей стране.

По оценкам экспертов, в течение ближайших 5 лет розничная торговля будет прирастать в среднем на 21% в год, в то время как в Восточной Европе этот показатель составит максимум 3-5%, а в Западной и того меньше – 0,8%. При этом до сих пор считается, что в нашей стране розничная торговля находится на начальных этапах развития, ведь доля современных форм торговли в общем товарообороте составляет чуть больше 20%.

Чтобы обеспечить конкурентоспособность российским компаниям, им необходимо вывести эффективность своего бизнеса на уровень западных конкурентов. Для решения этих задач руководителям придется пересматривать устройство компании в целом, сменить приоритеты в управлении. В принципе, успешная деятельность розничного предприятия при прочих разных условиях зависит от опыта работы, знания специфики рынка и умения выстраивать технологию оказания услуг потребителям. Поэтому, чтобы продвигаться вперед или удерживать завоеванные позиции среди предприятий розничной торговли, будет все больше возрастать роль неценовой конкуренции. К ней, прежде всего, относятся постоянство ассортимента, уровень сервиса, реклама, умение формировать лояльных клиентов. Таким образом, чтобы профессионально конкурировать на розничном рынке за отечественного потребителя. Местным розничным сетям и отдельным магазинам необходимо:

- во-первых, объединить и усилить с местной промышленностью, чтобы защитить стабильность рынка и собственные предприятия;
- во-вторых, так как борьба за покупателя идет на уровне неценовых факторов, то важно сохранить лучший опыт предыдущих поколений российских розничных торговцев (которые тщательным образом на протяжении десятков лет отслеживали особенности менталитета российских покупателей, разработали и адаптировали методики работы с разными категориями потребителей);
- в-третьих, перенять передовой международной опыт, чтобы вести борьбу на одном уровне.

Главным конкурентным преимуществом российских торговых

предприятий при определенном уровне развития розничного рынка является высокий уровень культуры обслуживания потребителей. Если предприятие хочет укрепиться на рынке сбыта и долговременно занимать выгодные ниши, нельзя допускать, чтобы в разработках планов и стратегии компании преимущественны были только технические задачи производства.

Продажа товаров – завершающая стадия торгово - технологического процесса в магазине. Операции, выполняемые на этой стадии, являются основными и наиболее ответственными, так как они связаны с непосредственным обслуживанием покупателей и оказывают существенное влияние на эффективность работы предприятия. Характер и структура операции по продаже товаров зависят в первую очередь от ассортимента реализуемых товаров, размещения магазина, особенности планировки и размера торгового зала, обслуживаемого контингента, методов продажи.

Продажи играют жизненно важную роль в экономической системе в целом: представляют рынку новые товары, способствуют потреблению, товара посредством рекламы, передают информацию о товаре, действуют в качестве каналов связи, помогают решить проблемы покупателя.

Основная задача продажи - побудить покупателя к покупке. Если этого не удастся добиться, то все остальные маркетинговые действия будут напрасны. Успешная продажа требует, прежде всего, наличия программы сбыта, отвечающей требованиям рынка, а также конкурентоспособных цен, качества товара и условий продажи. Если предприятие испытывает трудности сбыта, то в первую очередь нужно проверить эти инструменты, прежде чем искать причины трудностей в самом процессе продаж. Реклама и стимулирование клиентов облегчают и поддерживают деятельность по продаже.

Следует иметь в виду, что разнообразные контакты с покупателями, вытекающие из задач продажи, позволяют собрать обширную информацию о рынке (потенциал сбыта, желания покупателей, конкурентная политика), которая безотказно срабатывает при планировании в маркетинге. Кроме того, от продажи можно ожидать не только информации, но и идей по улучшению торговой деятельности (в отношении цен, рынков сбыта, продуктов, рекламы). С этой целью продажи включают в маркетинговое планирование. Поэтому к продаже непозволительно относиться, как к изолированной области внутри общей организации сбыта. Рациональная организация технологических процессов, постоянное их совершенствование – неперемные условия повышения эффективности работы торговых предприятий. Термин «технология» имеет греческое происхождение и переводится как наука о мастерстве, ремесле, т. е. технология - это совокупность знаний о различных способах и процессах производства, обработки изделий или процессах, связанных с подготовкой, применением и продажей товаров в магазинах. Кроме того, технология имеет и второе значение: под ней понимается сама система последовательных взаимосвязанных способов, приемов и трудовых операций, их очередность.

В торговле технология включает операции по доставке, приемке, проверке количества и качества, хранению товаров в магазине, подготовке к продаже и самой продаже. Специфика технологических процессов состоит в том, что товар не только доводится от производителя до покупателя, но и осуществляется смена его формы стоимости в результате продажи потребителю. Поэтому зачастую процессы, происходящие в магазине, называют торгово - технологическими.

Важнейшая задача технологических процессов – научная организация взаимодействия орудий и предметов труда с рабочей силой с целью эффективного их использования. Непосредственная продажа товара, т.е. переход товара в руки покупателя и потребителя, является сложным и важным процессом.

Таким образом, под технологическим процессом следует понимать совокупность взаимосвязанных процессов и операций по доведению потребительских товаров широкого ассортимента и надлежащего качества до покупателя с наименьшими затратами труда и времени. Простое распределение продукции уже не приносит желаемого результата. Эта ситуация требует активного управления продажами. Профессиональные знания менеджера и использование их на практике позволяют в гораздо большей степени удовлетворить потребности клиента и достичь собственного роста. От того, насколько умело менеджер будет обращаться именно с этой категорией клиентов, зависит успех его компании. Именно менеджер, ориентированный на интересы покупателя, находит подход к любому клиенту, приводит доводы, убедительные для конкретного человека, отлично рекламирует свой товар. Работа профессиональных менеджеров позволяет фирме увеличивать объем продаж, получать максимальную прибыль. Такой подход позволяет максимально долго сохранять постоянных клиентов и привлекать новых.

Бухонина Т.В.

студент 2 курса

факультет «Учетно-финансовый»

Стукова Ю.Е.

доцент

кафедра «Экономика предприятий»

Кубанский государственный аграрный университет

Россия, г. Краснодар

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА РАСХОДОВ ОРГАНИЗАЦИИ И СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ

В статье раскрыто влияние расходов и себестоимости продукции на выручку конкретной организации Краснодарского края за период 2012 – 2014 гг.

Ключевые слова: расходы, себестоимость, выручка.

Buhonina T.V.
student
Kuban state agrarian university
2 course, faculty "Registration and financial"
Russia, Krasnodar
Stukova Yu.E., associate professor
associate professor "Business economics"
Kuban state agrarian university
Russia, Krasnodar

ECONOMIC ASSESSMENT OF THE ORGANIZATION AND EXPENSES COST OF PRODUCTS

In the article the influence of the costs and the cost of production to the rescue of the concrete organization of Krasnodar krai during 2012 - 2014 is opened.

Keywords: expenses, costs, revenues

В процессе осуществления производственно-хозяйственной и финансовой деятельности каждое предприятие несет определенные расходы.

Согласно ПБУ 10/99 «Расходы организации» расходами организации признается уменьшение экономических выгод в результате выбытия активов (денежных средств, иного имущества) и (или) возникновения обязательств, приводящее к уменьшению капитала этой организации за исключением уменьшения вкладов по решению участников (собственников имущества) [1].

Расходы в зависимости от их характера, условий осуществления и направлений деятельности организации подразделяются на:

1. расходы по обычным видам деятельности
2. прочие расходы.

Расходы, связанные с изготовлением и продажей продукции, а также с приобретением и продажей товаров, называются расходами по обычным видам деятельности. К ним также принято относить расходы, осуществление которых связано с выполнением работ, оказанием услуг.

При формировании расходов по обычным видам деятельности должна быть обеспечена их группировка по следующим элементам:

1. материальные затраты;
2. затраты на оплату труда;
3. отчисления на социальные нужды;
4. амортизация;
5. прочие затраты.

Для целей управления в бухгалтерском учете организуется учет расходов по статьям затрат. Данный перечень по статьям затрат формируется в организации самостоятельно.

Рассмотрим расходы по обычным видам деятельности организации, которые представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Состав и структура затрат на основное производство в организации

Элемент затрат	2012 г.		2013 г.		2014 г.		Темп роста, %
	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	
Материальные затраты	232984	66,18	338316	69,02	370006	69,85	158,81
Затраты на оплату труда	68306	19,41	89457	18,25	82685	15,61	121,05
Отчисления на социальные нужды	15170	4,31	26130	5,33	24076	4,54	158,71
Амортизация	23787	6,76	23102	4,71	21703	4,1	91,24
Прочие затраты	11746	3,34	13177	2,69	31277	5,9	266,28
Затраты на производство – всего	351993	100,00	490182	100,00	529747	100,00	150,5

Исходя из данных, представленных в таблице 1, можно заметить, что стоимость материальных затрат в исследуемом периоде занимала наибольшую долю из всех затрат и составила в 2012 г. 232984 тыс. руб., в 2013 г. – 338315 тыс. руб., а в 2014 г. – 370006 тыс. руб. Абсолютное изменение данного показателя в изучаемом периоде составило 137002 тыс. руб. или 58,5%.

Затраты на оплату труда постоянно менялись и составили в исследуемом периоде 68306 тыс. руб., 89457 тыс. руб. и 82685 тыс. руб., соответственно. В процентном соотношении данный показатель увеличился на 21,05% или на 14379 тыс. руб.

Отчисления на социальные нужды из года в год менялись и составили в 2012 г. 15170 тыс. руб., в 2013 г. – 26130 тыс. руб., а в 2014 г. – 24076 тыс. руб. Абсолютное изменение данного показателя в исследуемом периоде увеличилось на 890 тыс. руб. или на 58,71%.

В то же время амортизационные отчисления постоянно снижались и составили в исследуемом периоде, соответственно, 23787 тыс. руб., 23102 тыс. руб. и 21703 тыс. руб. В процентном соотношении данный показатель снизился на 8,7% или на 2084 тыс. руб. Прочие затраты в 2012 г. составили 11746 тыс. руб., в 2013 г. – 13177 тыс. руб., а в 2014 г. – 31277 тыс. руб. В процентном соотношении данный показатель возрос на 166,28%.

Представим состав и структуру затрат на основное производство графически.

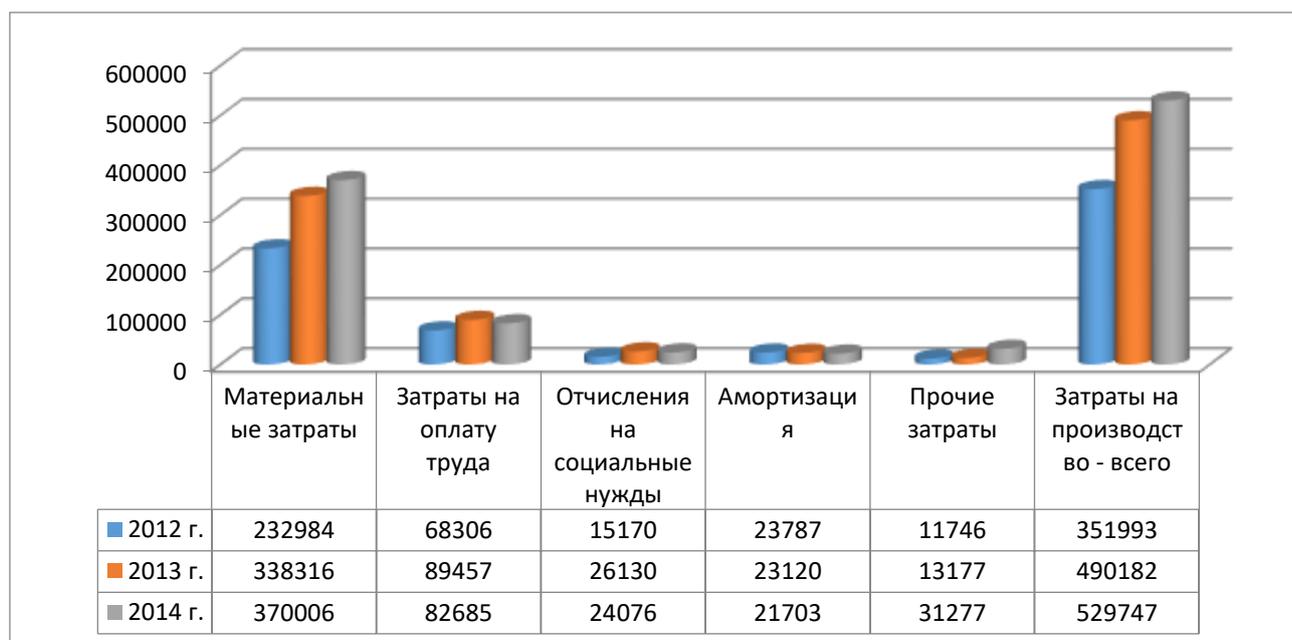


Рисунок 1 – Состав и структура затрат на основное производство

Основными видами деятельности для данной организации являются производство зерна, сахарной свеклы, масло семян подсолнечника, кукурузы, мяса, молока в объемах, установленных планом. И здесь важное значение играет себестоимость произведенной продукции.

Под себестоимостью понимаются выраженные в денежной форме затраты, приходящиеся на производство единицы продукции.

Полная себестоимость реализованной продукции в организации представлена в таблице 2.

Таблица 2 – Полная себестоимость реализованной продукции в организации

Продукция	Полная себестоимость реализованной продукции		
	2012 г.	2013 г.	2014 г.
Зерно	28098	58337	61778
Сахарная свекла	17854	13403	31278
Подсолнечник	20510	5738	9794
Кукуруза	144	5748	7721
Молоко	73302	83834	93423
Мясо	3356	5214	7260

Как видно из таблицы 2, полная себестоимость реализованного зерна в исследуемом периоде постоянно возрастала и составила в 2012 г. 28098 тыс. руб., в 2013 г. – 58337 тыс. руб., а в 2014 г. – 61778 тыс. руб. В процентном соотношении данный показатель возрос на 119,87%. Себестоимость реализованной сахарной свеклы, наоборот, из года в год постоянно менялась и составила в исследуемом периоде 17854 тыс. руб., 13403 тыс. руб. и 31278

тыс. руб., соответственно.

Полная себестоимость реализованного подсолнечника в период с 2012 г. по 2014 г. менялась и составила 20510 тыс. руб., 5738 тыс. руб. и 9794 тыс. руб., соответственно. В процентном соотношении данный показатель сократился на 52,2%.

В то же время себестоимость реализованной кукурузы постоянно возрастала и составила в 2012 г. 144 тыс. руб., в 2013 г. – 5748 тыс. руб., а в 2014 г. – 7721 тыс. руб. Себестоимость молока в исследуемом периоде также возрастала и составила, соответственно, 73302 тыс. руб., 83834 тыс. руб. и 93423 тыс. руб. В процентном соотношении данный показатель возрос на 27,45%.

Себестоимость реализованного мяса из года в год росла и составила в 2012 г. 3356 тыс. руб., в 2013 г. – 5214 тыс. руб., а в 2014 г. – 7260 тыс. руб.

От себестоимости реализованной продукции в значительной степени зависит выручка организации, которая представлена в таблице 3.

Таблица 3 – Выручка организации от реализованной сельскохозяйственной продукции

Продукция	Выручка от реализованной с/х продукции		
	2012 г.	2013 г.	2014 г.
Зерно	43573	89502	128749
Сахарная свекла	18228	17668	45471
Подсолнечник	53286	15901	45001
Кукуруза	97	6632	11939
Молоко	86398	97933	134747
Мясо	1112	1278	1880

Исходя из данных, представленных в таблице 3, можно сделать вывод о том, что выручка организации в значительной степени зависит от себестоимости реализованной продукции. Так, с увеличением себестоимости продукции увеличивалась и выручка организации, а с уменьшением себестоимости уменьшалась и выручка.

Например, с увеличением полной себестоимости продукции зерна в исследуемом периоде увеличивалась выручка организации за его реализацию и составила 43573 тыс. руб., 89502 тыс. руб. и 128749 тыс. руб., соответственно. С увеличением полной себестоимости реализованного молока в период с 2012 г. по 2014 г. выручка организации за его реализацию увеличивалась и составила 8398 тыс. руб., 97933 тыс. руб. и 134747 тыс. руб., соответственно.

Снижение себестоимости продукции – важная задача в деятельности предприятий и фирм, одно из условий повышения конкурентоспособности товаров, средство увеличения объема производства при неизменной стоимости материальных и трудовых ресурсов. Основными факторами снижения себестоимости являются повышение технического уровня производства, улучшение организации труда, изменение объема и структуры

выпускаемой продукции и т.д. В результате этого достигается снижение материальных затрат (материалоемкости) и рост производительности труда [3].

Снижение себестоимости продукции обеспечивается, прежде всего, за счет повышения производительности труда. С ростом производительности труда сокращаются затраты труда в расчете на единицу продукции, а следовательно, уменьшается и удельный вес заработной платы в структуре себестоимости.

Резервы роста прибыли за счет снижения себестоимости 1 ц. до возможного уровня наглядно представлены в таблице 4.

Таблица 4 – Резервы роста прибыли за счет снижения себестоимости 1 ц зерна в организации до возможного уровня

Продукция	Себестоимость 1 ц., руб.		Резерв снижения себестоимости 1 ц., руб.	Резерв снижения затрат на реализованную продукцию при объемах продаж 2014 г., тыс. руб.
	2014 г.	В лучшем подразделении за 2014 г.		
Озимые зерновые	422,47	378,50	43,97	5137

Анализ резерва роста прибыли за счет снижения себестоимости 1 ц. озимых зерновых до возможного уровня показал, что при себестоимости производства 1 ц. в 2015 г. и при величине себестоимости продаж в лучшем подразделении района резерв снижения себестоимости 1 ц. составил 43,97 руб. Таким образом, это повлияло на снижение затрат на реализованную продукцию при объемах продаж 2015 г. на 5137 тыс. руб. это повлияет на рост производительности труда, т. к. будет снижаться себестоимость, а вместе с ней и затраты труда на производство 1 ц зерна.

Таким образом, для снижения себестоимости производимой продукции, а, следовательно и затрат, в организации возможно применение следующих способов:

- повышение технического уровня производства, т.е. внедрение новой, прогрессивной технологии, механизация и автоматизация производственных процессов и т.д.;
- улучшение использования и применение новых видов сырья и материалов;
- сокращение административно-управленческих и других накладных расходов;
- изменение конструкции и технических характеристик изделий;
- улучшение использования и применение новых видов сырья и посадочных материалов;
- использование более дешевых видов удобрений, не уступающих по

качеству дорогостоящим аналогам;

- применение наиболее прогрессивных видов кормов по питательности и сокращение их использования по количеству [2].

Применение данных способов позволит укрепить конкурентоспособность организации на рынке и, следовательно, увеличить ее прибыль.

Использованные источники:

1. ПБУ 10/99 «Расходы организации» от 06.05.1999 N 33н
2. Парамонов П.Ф., Экономика организаций: учеб. пособие /П.Ф. Парамонов, В.С. Колесник, И.Е. Халявка – Краснодар: КГАУ, 2013. – 269 с.
3. Савицкая Г.В. Теория анализа хозяйственной деятельности: учеб. пособие 2-е изд., испр. и доп. / Г.В. Савицкая - М.: ИНФРА-М, 2011. - 303 с.

Буцай Е.А
магистрант 1 курса
факультет «Экономический»
Иванова И.Г., к.э.н.
доцент
кафедра «Управления и маркетинга»
Кубанский государственный аграрный университет
Россия, г. Краснодар

АКТУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

В статье рассматриваются вопросы совершенствования системы управления затратами производства с учетом особенностей конкурентной борьбы и международных интеграционных процессов. Выделяется значимость подготовительного этапа при создании подразделения контроллинга, влияющего на деятельность предприятия, который позволяет определить «болевые точки» в работе экономического субъекта

The article discusses the issues of improving the cost management system of production with the features of competition and international integration. Highlighted the importance of the preparatory stage in the establishment of a unit of controlling, influencing activity of the enterprise, which allows determining "weak points" in the work of the economic entity

Ключевые слова: *управление затратами, промышленное предприятие, контроллинг*

Key words: *cost management, industrial enterprise, controlling*

В настоящий период времени наблюдается значительная тенденция к увеличению величины затрат промышленного предприятия. Это связано, прежде всего, с ростом стоимости материалов, полуфабрикатов, электроэнергии и топлива, а также с увеличением процентных ставок по краткосрочным и долгосрочным кредитам. Кроме того, наблюдается и рост прочих расходов. При этом развитие рыночных отношений определяет

необходимость совершенствования системы управления затратами производства с учетом особенностей конкурентной борьбы и международных интеграционных процессов. Таким образом, грамотное управление расходами промышленного предприятия дает возможность повысить конкурентоспособность, увеличить прибыль, а, следовательно, и рентабельность всей финансово-хозяйственной деятельности экономического субъекта.

При этом следует уточнить, что понятия «затраты» и «расходы» имеют принципиальные отличия. Экономическая категория «затраты», как правило, применяется в управленческих целях и связана с приобретением и использованием материальных и нематериальных ресурсов в производстве[4]. Что касается категории «расходы», то она регламентируется непосредственно законодательными и нормативными документами. После определения выручки от реализации продукции часть затрат переходит в категорию «расходы». Расходы предприятия должны быть документально подтвержденными и экономически обоснованными, а кроме того соответствовать принципам делового оборота. Однако расходами могут быть также затраты, которые не связаны с получением дохода, Такие расходы принято называть прочими.

Что касается развития теории и методологии управления затратами, то данному вопросу посвящено значительное количество публикаций и научных статей. На практике же очень многие промышленные предприятия сталкиваются с определенными сложностями в решении различных проблем управления, что не дает возможности сформировать эффективную систему управления издержками производства [1].

Учитывая накопленный зарубежный и российский опыт управления затратами, выделяют основные проблемы, связанные с совершенствованием данной системы управления. Первая проблема связана с многообразием различных видов расходов, поэтому требуется дополнительное изучение их классификационных особенностей для дальнейшего обобщения, с целью оптимизации постановки управленческого учета. Вторая проблема заключается непосредственно в изменениях состава самих затрат, т.е. ее можно охарактеризовать понятием «динамизм затрат». Следующая проблема до сих пор остается не до конца решенной, т.к. заключается в сложности, а порой даже в невозможности точного измерения состава затрат, что оказывает существенное влияние и на трудности осуществления учетных операций. Но, и последняя проблема, которая имеет место в системе управления затратами, определяется неоднозначным влиянием затрат на финансовый результат экономического субъекта в целом [3].

В связи с этим управление затратами требует дополнительных исследований и разработок, направленных на преодоление выше обозначенных проблем.

Следует отметить, что под управлением затратами на предприятиях принято понимать комплекс всех функций управления, (планирование,

организация, регулирование и координация, учет, анализ, мониторинг и контроль) обеспечивающих эффективное использование различных видов производственных ресурсов, которые необходимы для успешного функционирования промышленного предприятия.

Исходя из представленных функций, можно сформировать основные направления совершенствования системы управления затратами предприятия. Такие направления целесообразно рассматривать с точки зрения самих функций управления [2].

Кроме того, немаловажное значение в совершенствовании системы управления затратами имеет непосредственно определенный тип производственной деятельности предприятия.

Рассмотрим возможное решение проблемы в рамках системы контроллинга, связанной с неоднозначным влиянием затрат на финансовый результат экономического субъекта.

Изначально контроллинг развивался на основе принципов «директ-костинга», но далее он стал включать в себя и элементы «стандарт-кост» и других различных новых методов и систем управления затратами. Сейчас во внутрифирменных системах учета на предприятиях утверждается новая ориентация, в рамках которой предлагаются новые процедуры определения и регулирования производственных расходов. Основным интерес представляют следующие методы: на основе жизненного цикла выпускаемой продукции; на базе запланированных расходов; на основе затрат по отдельным процессам; на основе сравнения с лучшими финансово-экономическими показателями конкурирующих предприятий; стратегическое управление затратами. Эти методы интенсивно обсуждаются в специальной литературе и находят все более широкое применение на предприятиях, в первую очередь, на американских и японских [6].

Таким образом, для определения той или иной системы управления затратами на предприятии еще раз подтверждается необходимость создания центрального подразделения, которое могло бы анализировать возможности применения той или иной системы, разрабатывать процедуры перехода на новые методы и методики управления затратами, т.е. осуществлять комплексное управление затратами. Следует также отметить, что в совокупности функций подразделения контроллинга можно выделить и сервисную функцию, в частности, предоставления необходимой информации для управления и непосредственно функцию принятия решений или, точнее, методологию принятия решений и их координацию. Информационное обслуживание контроллинга обеспечивается с помощью системы планирования, нормирования, учета и контроля, ориентированных на достижение цели конечного результата деятельности предприятия. Информация должна содержать заданные (нормативные, плановые) и фактические данные, отклонения, выявляемые средствами учета в разрезе его подразделений [2].

Управляющая функция контроллинга состоит в использовании данных

анализа отклонений, ставок покрытия, общих резервов деятельности для принятия решений по управлению.

Подобное подразделение контроллинга, по нашему мнению, призвано разрабатывать и проводить следующие мероприятия:

1. Формирование стратегических планов развития промышленного предприятия.

2. Осуществление корректировок в организационной структуре хозяйствующего субъекта.

3. Определение центров ответственности, центров затрат, центров прибыли и инвестиций.

4. Формирование и оптимизация графика документооборота.

5. Осуществление взаимодействия между финансовым и управленческим учетом, создание финансовой и управленческой учетной политики.

6. Внедрение форм управленческой отчетности по центрам ответственности.

7. Создание системы бюджетирования и оперативного планирования, в том числе расходов предприятия.

8. Создание системы мотивации работников предприятия, направленной на выполнение планов и бюджетов, сокращение брака в производстве, способствующей развитию творческого подхода к выполнению определенных заданий.

9. Создание и внедрение локальных внутренних документов, таких как положение о базах распределения затрат, методики оценки незавершенного производства и т.д.

10. Совершенствование информационных систем и автоматизация предприятия [5].

Проведение подготовительного этапа предоставит возможность: провести анализ смет, проверку центров затрат и ответственности; оценить синхронность расходования и поступления материальных ценностей; определить имеющиеся отклонения в показателях от нормативных, проанализировать причины этих отклонений; определить тенденции показателей во временном отрезке, а также оценить эффективность стратегического и оперативного управления центрами затрат и сметами.

Для осуществления подготовительных мероприятий создания подразделения контроллинга необходимо также изучить и проанализировать такие направления, как порядок учета фактических и плановых издержек; использование методов полного и частичного учета издержек; формирование учетных показателей затрат по процессам и на базе целевых норм и нормативов [7].

Анализ выявленных отклонений может способствовать выявлению упущений в управлении затратами, которые будут впоследствии учтены в работе подразделения системы контроллинга.

Подготовительный этап является необходимым при создании

подразделения контроллинга, и чем более подробно будет проведен анализ внешних и внутренних факторов, влияющих на деятельность предприятия, тем более точно будут определены «болевые точки» в работе экономического субъекта и спланирована работа данного подразделения. Формирование системы контроллинга затрат требует высококвалифицированного подхода, охвата всех сторон финансово-хозяйственной деятельности организации, и, следовательно, детальной проработки различных направлений совершенствования данной системы.

Использованные источники:

1. Иванова И. Г., Петрусенко А.Н. Проблемы, связанные с квалификацией кадров и пути их решения // в сборнике: Актуальные вопросы развития социально-экономических систем в современном обществе. Материалы VIII международной научно-практической конференции, 2015. –С 37-40
2. Богданова Е.С., Иванова И.Г. Развитие форм безналичных расчетов в России: проблемы и перспективы // в сборнике: КРИЗИС XXI ВЕКА ВЧЕРА. СЕГОДНЯ. ЗАВТРА. Материалы III международной научно-практической конференции. Саратов, 2015. С.12-15
3. Иванова И. Г. Использование доходного подхода при оценке инвестиционной стоимости предприятий // Современные наукоемкие технологии. – №6. – 2005. – С.70-71
4. Иванова И. Г. Особенности оценки инвестиционной стоимости предприятий в условиях неопределенности // диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. – Краснодар, 2006
5. Иванова И.Г., Бойко Т.Ю. Направления финансовой политики РФ в среднесрочной перспективе 2015-2017гг. // В сборнике: Научное обеспечение агропромышленного комплекса. Сборник статей по материалам IX Всероссийской конференции молодых ученых. 2016. С.1026-1027
6. Коломыйц О.Н., Иванова И.Г. Программно-целевой подход в системе регионального инновационно-инвестиционного развития. // Экономика и предпринимательство. 2016. №1-2(66-2). С.376-379
7. Кушнир Д. Д., Сенюк А. А., Иванова И.Г. Пути повышения эффективности конкурентной и промышленной политики // Экономический вестник Южного федерального округа. – 2010. – №10. – С.93-97.

*Велиц Е.А.
студент 3 курса
Харченкова Г.И., к.техн.н.
доцент*

*Амурский государственный университет
Россия, г. Благовещенск*

**ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНОЙ
ЛОГИСТИКИ НА ПРИМЕРЕ УПП-723 ФГУП «ГУСС
«ДАЛЬСПЕЦСТРОЙ» ПРИ СПЕЦСТРОЕ РОССИИ» ФИЛИАЛ
«КОСМОДРОМ ВОСТОЧНЫЙ»**

В статье представлены основные результаты логистической деятельности рассматриваемого хозяйствующего субъекта и предложены рекомендации по улучшению системы распределения на предприятии;

Ключевые слова: распределительная логистика, логистические каналы, процесс реализации, материальный поток, посредники.

**ASSESSMENT OF EFFICIENCY OF DISTRIBUTIVE LOGISTICS
BASED ON THE EXAMPLE OF UPP-723 OF FEDERAL STATE
UNITARY ENTERPRISE "GUSS DALSPETSSTROY AT FEDERAL
AGENCY SPECSTROY OF RUSSIA" COSMODROME VOSTOCHNY
BRANCH.**

The main results of logistic activity of the considered economic entity are presented in article and recommendations about improvement of system of distribution at the enterprise are offered;

Keywords: distributive logistics, logistic channels, realization process, material stream, intermediaries.

В логистике под распределением понимается физическое, осязаемое, вещественное содержание этого процесса. Закономерности, связанные с распределением прав собственности, здесь также принимаются во внимание, однако не они являются основным предметом исследования и оптимизации. Главным предметом изучения в распределительной логистике является рационализация процесса физического распределения имеющегося запаса материалов. Как упаковать продукцию, по какому маршруту направить, нужна ли сеть складов, нужны ли посредники - вот примерные задачи, решаемые распределительной логистикой.

Актуальность данной работы обусловлена развитием сбытовой деятельности на предприятиях РФ. Создание устойчивой, гибкой и эффективной структуры продвижения продукции от покупателя к поставщику - одна из важнейших (и в тоже время самых сложных) задач современного предприятия.

УПП-723 Филиал «Космодром Восточный» было основано 27 апреля 2012 года.

Ближайшей задачей УПП-723 является полное обеспечение подразделений «Дальспецстроя» железобетонными изделиями собственного

производства.

Филиал УПП №723 – является коммерческой организацией, прежде всего производственного и торгового профиля, которое занимается производством и реализацией железобетонной продукции для дочерних строительных управлений «Дальспецстроя».

Номенклатура выпускаемой продукции насчитывает более 1500 наименований, не считая вариантности фасадной отделки. Выпускаемая продукция подразделяется на четыре объемные ассортиментные группы:

- КПД – изделия, предназначенные для крупнопанельного домостроения, серии КПД- 121-х;
- ЖБИ – железобетонные изделия, используемые для укладки дорог, установки забора, сооружения водоотведения и т.д.;
- ФБС – блоки бетонные для стен подвалов, используемые для укладки фундамента;
- Товарный бетон – строительный раствор с добавлением щебня, песка, керамзита в зависимости от марки и прочности бетона.

На 1 января 2016 года в состав УПП-723 входят:

Основные производственные цеха:

- Цех №1 – бетоносмесительный, производительность – 200 кубических метров в смену.
- Цех № 2 – арматурный, достигнутая мощность цеха по переработке арматурной стали 150 тонн в месяц, 1800 тонн в год.

Схема распределения продукции для данного предприятия представлена на рисунке 1 и выглядит следующим образом:



Рисунок 1 - Схема системы распределения продукции на УПП – 723
Филиал «Космодром Восточный»

Система сбыта продукции УПП - 723 является упрощенной. Предприятие реализует свою продукцию оптовым покупателям (как правило, это юридические лица, хотя покупателем может быть и физическое лицо). В существующей системе сбыта у предприятия имеется только один распределительный центр – это непосредственно сам склад готовой продукции.

Оптовые покупатели самостоятельно осуществляют транспортировку продукции с этого склада до своих распределительных центров, находящихся, как правило, в месте потребления товара.

Каналы распределения на различных предприятиях могут быть

следующих видов: канал нулевого уровня, одноуровневый канал, двухуровневый канал, трехуровневый канал.

Возможные каналы распределения представлены на рисунке 2.

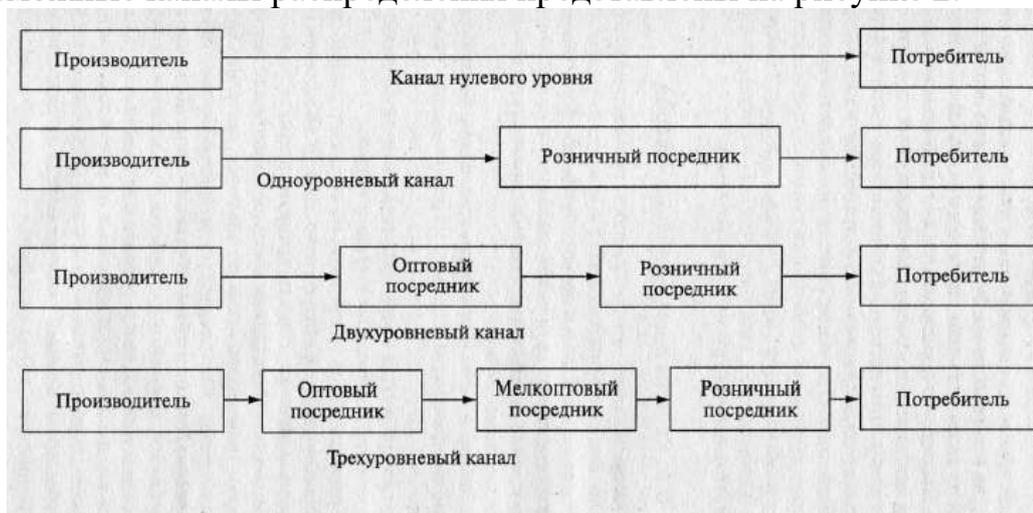


Рисунок 2- Каналы распределения

На УПП – 723 Филиала « Космодром Восточный» установлен канал нулевого уровня. Процесс распределения готовой продукции осуществляется без посредников, по прямым договорам, по предоплате; отгрузка производится непосредственно заказчику и осуществляется со склада на территории завода; количество и вид транспорта определяет заказчик.

У рассматриваемого предприятия за 3 исследуемых года его работы на рынке сложились определенные устойчивые связи с несколькими предприятиями, занимающимися оптовыми закупками бетонных изделий. Все эти предприятия зарегистрированы и работают в Амурской области в районе Космодрома Восточного.

Вот некоторые крупные организации:

- 1) ООО «Дальтрансстрой»
- 2) ООО «Ск СИБПРОМСТРОЙ»
- 3) ООО « ГЭМ»
- 4) ООО « Стройиндустрия С»
- 5) ОАО « БуряГэсстрой»
- 6) СУ №713
- 7) СУ №732
- 8) СУ №701
- 9) СДС №733 СМУ-2

В таблице 1 показан удельный вес каждого оптового покупателя в общей сумме реализуемой продукции за 2013 и 2015гг.:

Таблица 1 - Динамика реализованной бетонной продукции

Оптовые покупатели	2013 год		2014 год		2015 год	
	м ³	%	м ³	%	м ³	%
1)ООО «Дальтрансстрой»	7821,1	7,5	2552,1	2,28	1158,9	3,47
2)ООО «Ск СИБПРОМСТРОЙ»	6634	6,34	649,9	0,6	864,5	2,58

3) ОАО «ГЭМ»	3918,6	3,74	5116,7	4,6	1724,8	5,16
4) ООО «Стройиндустрия С»	10050,7	9,61	2842,5	2,54	452,1	1,35
5) ОАО «БуряГэсстрой»	11352,6	10,9	3107,1	2,78	3298,4	10
6) СУ №713	25450,1	24,3	39137,8	35,03	12350,15	37
7) СУ №732	7030,07	6,72	9816,2	8,78	1018,3	3,04
8) СУ №701	19655,3	18,8	27334,8	24,47	11935,9	35,7
9) СДС №733 СМУ-2	12645,60	12,09	21145,1	18,92	584,6	1,70
Итого	104558,07	100	111702,2	100	100	100

По данным таблицы 1 можно сделать выводы о том, что в 2013 году наибольший удельный вес в общем объеме реализованной продукции УПП-723 Филиала «Космодром Восточный» имел оптовый покупатель-организация СУ №713, его доля составила 24,3% от общего объема. В 2014 и в 2015 годах эта же юридическая организация имела наибольший удельный вес в общем объеме реализованной продукции, который составил 35,03% и 37% соответственно.

Удельный вес каждого оптового покупателя в общем объеме реализованной продукции в 2013 году схематично представлен на рисунке 3.

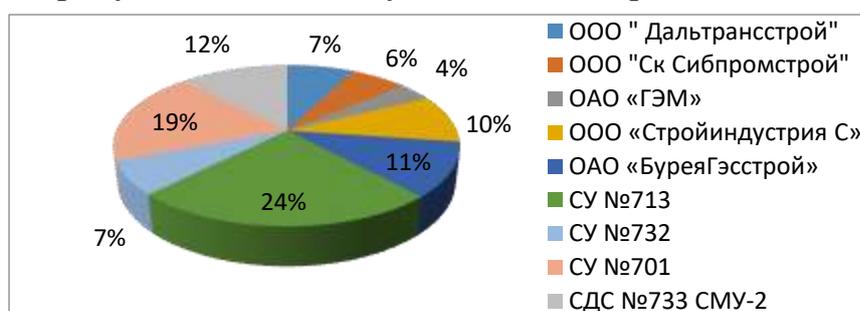


Рисунок 3 - Удельный вес в общем объеме в 2013 году

Удельный вес каждого оптового покупателя в общем объеме реализованной продукции в 2014 году схематично представлен на рисунке 4.

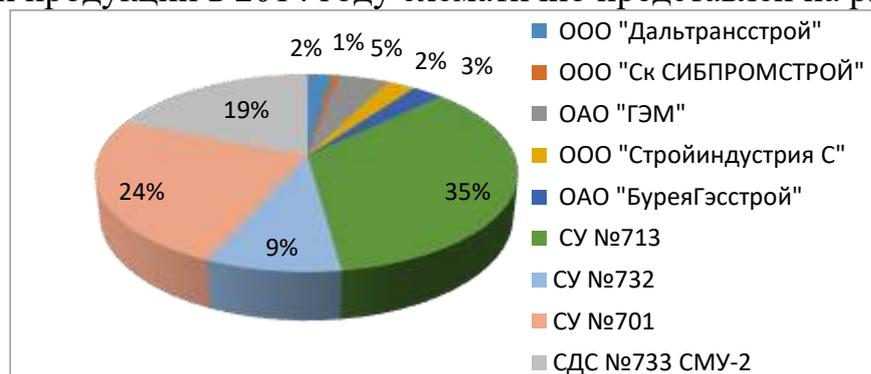


Рисунок 4 - Удельный вес в общем объеме в 2014 году

Удельный вес каждого оптового покупателя в общем объеме реализованной продукции в 2015 году схематично представлен на рисунке 5.

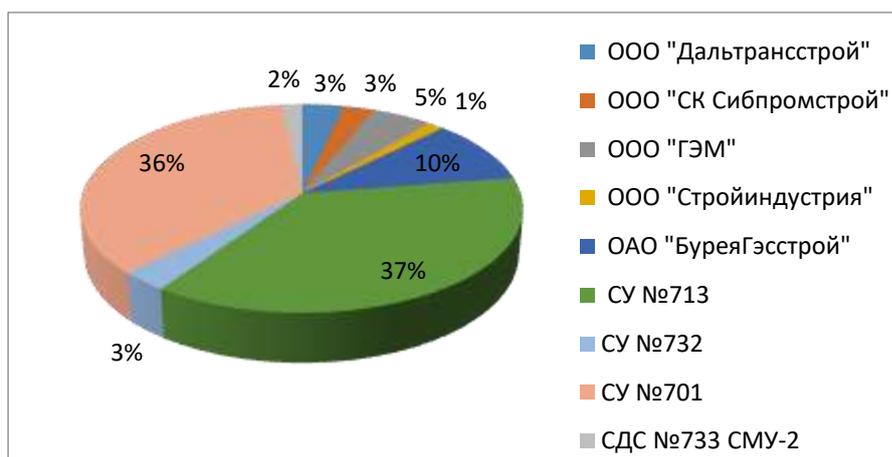


Рисунок 5- Удельный вес в общем объеме в 2015 году

Как было выявлено в ходе исследования деятельности УПП-723 ФГУП «ГУСС «Дальспецстрой» при Спецстрое России» Филиала «Космодром Восточный» реализация продукции успешно увеличивалась в исследуемых периодах, а именно 2013-2015гг. Но для того, чтобы и после завершения строительства Космодрома Восточного и города Циолковского данный бетоносмесительный завод продолжал успешно функционировать, предприятию необходимо расширить поле сбыта своей продукции и выйти за пределы района города Циолковского.

Для этого были выделены 2 основных направления совершенствования распределительной логистики на УПП-723:

- 1 Внедрение отдела логистики;
- 2 Создание распределительного склада.

Первым направлением совершенствования стало внедрение отдела логистики. Основными этапами по внедрению отдела логистики являются:

- 1 Формирование организационной структуры управления логистической компании.
- 2 Подготовка персонала отдела логистики и маркетинга к решению актуальных логистических задач.
- 3 Линейно-функциональная структура управления логистикой.

6. Схема логистического отдела с его функциями представлена на рисунке

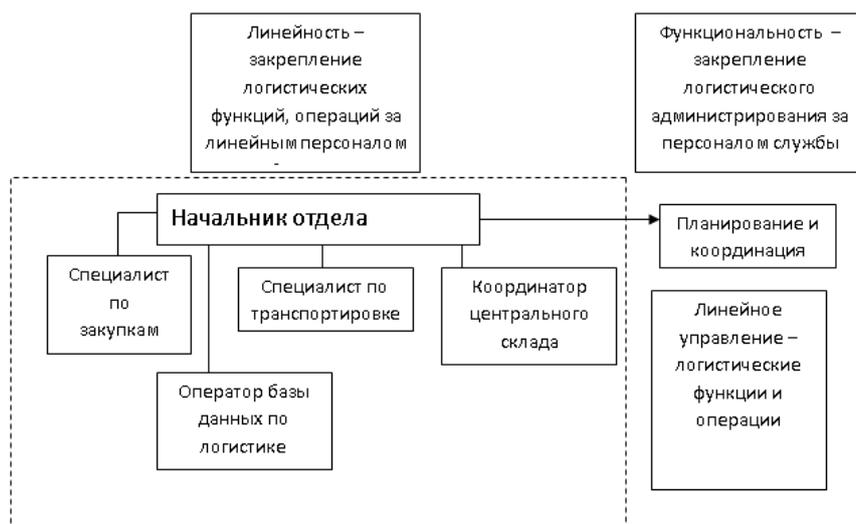


Рисунок 6 - Схема логистического отдела с его функциями для внедрения на УПП-723

Вторым направлением совершенствования распределительной логистики стало создание распределительного центра.

В качестве городов, в которые может поставляться продукция данного бетоносмесительного завода, рассматривались следующие:

- 1 Свободный.
- 2 Белогорск.
- 3 Благовещенск.

Расчет расстояния от города Циолковского, в котором и располагается бетоносмесительный завод, до городов-покупателей представлен на рисунке 7.

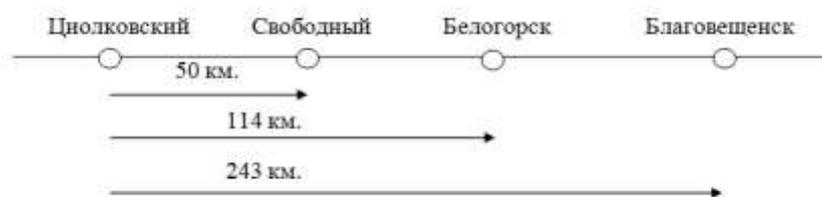


Рисунок 7 - Расчет расстояния

Далее необходимо было определить, в каком из городов оптимальнее расположить распределительный склад. Для этого, с помощью метода пробной точки и использования примерного грузооборота, были проведены расчеты.

Суть этого метода заключается в том, что проверка проводится до тех пор, пока сумма грузооборота с левой стороны не превысит сумму грузооборота с правой стороны.

Схематичное изображение грузооборота бетонной продукции УПП-723 представлено на рисунке 8.

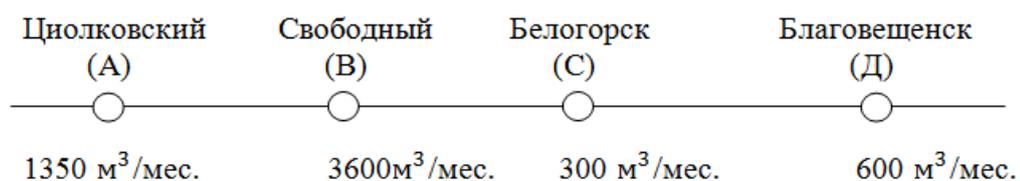


Рисунок 8 - Грузооборот бетонной продукции УПП-723

Далее проводим расчеты. Результаты представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Определение месторасположения склада

Отрезок	Слева	Справа
А-В	1350	4500
В-С	4950	900
С-Д	5250	600

Как видно из результатов таблицы 2 распределительный центр предпочтительнее расположить на отрезке В-С, то есть между городами Свободный – Белогорск. А так как в соответствии с поручением Правительства РФ от 15 сентября 2015 года было объявлено о строительстве газоперерабатывающего завода в Свободненском районе, и для его возведения необходимы будут материалы и изделия бетонной промышленности, то рациональнее будет расположить распределительный склад продукции УПП-723 Филиала «Космодром Восточный» в районе города Свободного.

Таким образом, с помощью предложенных мероприятий по совершенствованию распределительной логистики на УПП-723, а именно: внедрения отдела логистики и создания распределительного склада, станет возможным сохранение объемов производства и дальнейшая реализация бетонной продукции не только в районе Космодрома Восточного и города Циолковского, но и в Свободненском, Белогорском и Благовещенском районах.

Использованные источники:

1. Аникин, Б.А. Логистика: учебник / Б.А. Аникин – М.: ИНФРА-М, 2013. – 352 с.
2. Гаджинский, А.М. Основы логистики: учебное пособие / А.М. Гаджинский – М.: ИВЦ Маркетинг, 2012. – 124 с.
3. Голдсби, Т. Бережливое производство и 6 сигм в логистике: руководство по оптимизации логистических процессов / Т. Голдсби, Р. Мартиченко. – Минск: Паблішэр, 2012. – 416 с.

Вирясова Е. В.
студент группы БТДКО12
Шнякина Ю.Р., к.э.н.
научный руководитель, доцент
Поволжский государственный университет сервиса
Россия, г. Тольятти

ОРГАНИЗАЦИЯ ТОВАРОСНАБЖЕНИЯ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ: МЕТОДИКА ОЦЕНКИ ПРОЦЕССА ОРГАНИЗАЦИИ ТОВАРОСНАБЖЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Статья посвящена процессу организации товароснабжения в розничной торговле, а также методике оценки данного процесса на предприятии в современных экономических условиях.

Ключевые слова: товароснабжение, товародвижение, розничная торговля, методика оценки товароснабжения.

Товароснабжение является важным этапом коммерческой работы, так как от его организации во многом зависят выполнение плана товарооборота и удовлетворение потребностей населения. Процесс товароснабжения имеет свои принципы, задачи и требования, но прежде, чем рассмотреть их подробнее, изучим подходы к определению категории «товароснабжение», представленные в табл. 1.

Таблица 1

Подходы к определению категории «товароснабжение»

Категория	Определение
1	2
Товароснабжение	Комплекс коммерческих и технологических операций по доведению товаров до предприятий розничной торговли, включающий в себя закупку, доставку, приемку, хранение, подготовку и продажу товаров.
Товародвижение	Процесс доведения товаров от предприятий-изготовителей через предприятия оптовой и розничной торговли до потребителей. [2]

Анализируя данные таблицы 1, можно сделать вывод о том, что определения обеих категорий так или иначе указывают на процесс доведения товаров от производителя до потребителя.

Как было указано выше, процесс товароснабжения имеет свои принципы, задачи и требования. Рассмотрим их более подробно.

Существует 5 принципов, на которых должен основываться процесс товароснабжения:

- плановость (соответственно с графиками);
- ритмичность (через определённый интервал);
- оперативность (способность правильно и быстро осуществлять те или иные практические задачи);

- экономичность (с минимальными затратами денежных средств);
- централизация (завоз должен осуществляться силами поставщиков).

Перед товароснабжением стоят следующие задачи:

1. Ритмичное поступление товаров и выполнение планового товарооборота.
2. Более полное удовлетворение спроса.
3. Обеспечение бесперебойной торговли.
4. Снижение издержек обращения.
5. Повышение культуры торговли.
6. Повышение эффективности работы торгового предприятия.

Для выполнения поставленных задач в процессе товароснабжения необходимо соблюдать требования:

- завозить товары необходимо с учётом покупательского спроса и ассортиментного перечня;
- завоз должен осуществляться с учётом типа магазина, количество завозимых товаров должно быть соразмерно с объёмом товарооборота, размером торговых площадей и товарных запасов;
- источники и формы товароснабжения должны определяться с учётом месторасположения предприятий изготовителей и выпускаемого ими товарный ассортимента товаров;
- одновременный завоз товаров должен исчисляться с учётом периодичности завоза, однодневной реализации товаров и имеющихся товарных запасов;
- работники магазина не должны заниматься несвойственным им функциям по завозу товаров.

Соблюдение данных требований обеспечит бесперебойное выполнение существующих задач.

Главный фактор успешного развития товарооборота – обеспеченность и рациональность использования товарных ресурсов. [1]

Для того, чтобы оценить состояние процесса организации товароснабжения на предприятии, можно рассчитать такие показатели, как товарные запасы в динамике и товарооборачиваемость.

Для этого необходимо иметь данные предприятия о движении товаров, т.е. товарный баланс. Пример таблицы по товарным запасам (табл. 2).

Таблица 2

Товарный баланс предприятия

Показатели	2013	2014	2015	Отклонения (+,-)
1	2	3	4	5
Товарные запасы на начало года, тыс.руб.				
Поступление товаров, тыс.руб.				
Прочее выбытие товаров, тыс.руб.				
Товарные запасы на конец года,				

тыс.руб.				
----------	--	--	--	--

Далее рассматривается динамика товарных запасов за отчетный год. Пример таблицы представлен на табл. 3.

Таблица 3

Динамика товарных запасов за отчетный год

Фактические товарные запасы						Изменения товарных запасов по сравнению с данными на начало квартала (+,-)		
Кв., 2015 г.	Ед.изм.	На начало квартала	На 1 число 2-го месяца	На 1 число 3-го месяца	На конец квартала	На 1 число 2-го месяца	На 1 число 3-го месяца	На конец кв.
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Тыс.руб., дн.							
2	Тыс.руб., дн.							
3	Тыс.руб., дн.							
4	Тыс.руб., дн.							

Товарные запасы в днях в I квартале рассчитываются по формулам:

$$\text{На 01.01} = \text{ТЗфакт1}/(\text{Тоб.факт.}/90), \quad (1)$$

$$\text{На 01.02} = \text{ТЗфакт2}/(\text{Тоб.факт.}/90), \quad (2)$$

$$\text{На 01.03} = \text{ТЗфакт3}/(\text{Тоб.факт.}/90), \quad (3)$$

$$\text{На 01.04} = \text{ТЗфакт4}/(\text{Тоб.факт.}/90), \quad (4)$$

где ТЗфакт – фактические товарные запасы (на начало квартала, первое число второго месяца, первое число третьего месяца, конец квартала); Тоб.факт. – фактический товарооборот за первый квартал.

Та же схема расчета для II, III, IV кварталов.

Товарооборачиваемость в днях определяется по формуле:

$$\text{Тдн.} = \text{Зср.} : (\text{Р} : \text{Д}), \quad (5)$$

где Зср. – среднегодовые товарные запасы; Р – реализация товаров за год; Д – количество дней анализируемого периода.

Далее делается вывод об обновлении товарных запасов, оборачиваемости.

После этого, для более детального анализа процесса товароснабжения на предприятии, можно воспользоваться методикой оценки из курса прогнозирования. На рисунке 1 представлены существующие направления прогноза.

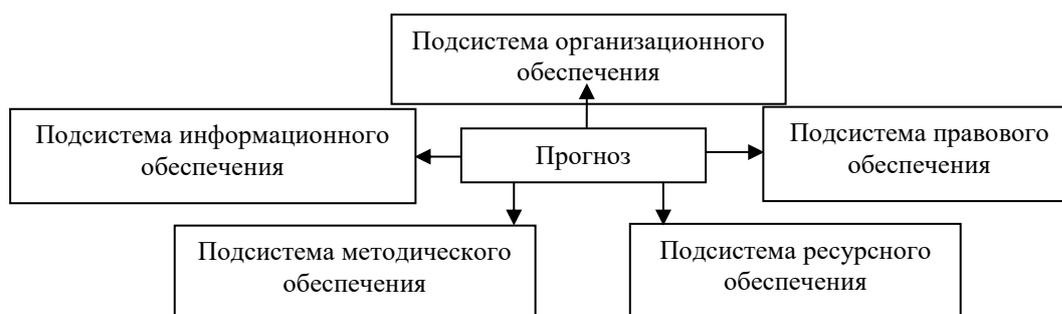


Рис. 1. Направления прогноза

Так как процесс товароснабжения наиболее тесно связан с поставщиками, ассортиментом, степенью изученности спроса, можно для дальнейшего изучения и анализа оставить только две подсистемы – ресурсного и информационного обеспечения. Далее представлена сводная таблица по направлениям прогноза выбранных подсистем (табл. 4).

Таблица 4

Сводная таблица по выбранным направлениям прогноза

Направление	Балл
1	2
Подсистема ресурсного обеспечения	
Использование кадров, непосредственно обеспечивающих качество обслуживания	
Обеспечение товарами, пользующимися спросом	
Обеспечение качественными товарами	
Качество обслуживания на предприятии	
Обеспечение полноты ассортимента	
Обновление товарных запасов	
Подсистема информационного обеспечения	
Степень информативности о запросах потребителей	
Степень информативности о деятельности конкурентов	
Степень использования информации о покупателях в целях совершенствования деятельности предприятия	
Степень использования информации о конкурентах в целях совершенствования деятельности предприятия	
Степень оперативного сбора данных о наличии товаров	
Степень информативности о поставщиках	

По направлениям, сгруппированным в подсистемы, выставляются баллы. Для оценки каждой из подсистем разработана вербально-числовая шкала от 5 до 0, где 5 – крайне хорошо, 4 – хорошо, 3 – средне, 2 – плохо, 1 – крайне плохо, 0 – совсем не используется. [3]

Исходя из анализа представленных баллов в сводной таблице, можно будет сделать вывод о том, какие направления в каждой из подсистем

нуждаются в совершенствовании и доработке.

Использованные источники:

1. Виноградова С.Н. Организация и технология торговли // Высшая школа. – 2009. – 464 с.
2. Михайлин, А.Н. Краткий толковый словарь-справочник по внешнеэкономической деятельности // Книга-сервис, 2013. – 144 с.
3. Морякова А. В. Эволюция методологии и практики прогнозных исследований в России и за рубежом // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. – 2013. – № 1 (27). – С. 52-56.

*Гумаиян С.С.
студент 3 курса
факультет «Управление»
Россия, г. Ростов-на-Дону*

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО КОНСАЛТИНГА В РОССИИ

Статья посвящена анализу основополагающих проблем в процессе развития управленческого консалтинга в России. Отмечено негативное влияние, которое оказывают указанные проблемы на современном этапе развития российского управленческого консалтинга. Помимо этого, были обозначены перспективы его развития с учетом имеющихся проблем.

Ключевые слова: управленческий консалтинг, эксперты, услуги консультантов, проблемы, перспективы.

Внедрению инновационных технологий менеджмента в российскую практику способствовало бурное развитие управленческого консалтинга в нашей стране, которое сопровождалось увеличением числа экспертов, консультантов, специализированных предприятий и ассоциаций. Кроме того, появилось и получило дальнейшее развитие новое направление менеджмента в России – менеджмент-консалтинг. По мнению экспертов, именно он является основополагающим видом деятельности в сфере предпринимательской инфраструктуры.¹

Актуальность данной темы обоснована тем, что история российского консалтинга сравнительно коротка, и рынок показывает значительные темпы развития и показывается одной из наиболее быстрорастущих областей российского бизнеса. Однако, несмотря на ускоренное развитие управленческого консультирования, в России до настоящего времени так и не было сформулировано общепринятое определение данного вида деятельности, не выяснены ее наиболее важные методологические, методические, юридические и организационные аспекты.

¹ Потемкин И.Р. Развитие управленческого консалтинга в России: динамика, проблемы, перспективы. Электронный ресурс [Режим доступа] <http://www.sherpaconsulting.ru/statii/1.htm> (дата обращения 12.05.2016)

Указывая на то, что управленческий консалтинг выступает достаточно новой формой деятельности в нашей стране, ряд ученых (в их числе: Макарова Ж.А., Сугутова К.В., Хохлова Т.В.) подчеркивают наличие определенного, но недостаточного объема знаний и опыта у российских консультантов, по сравнению с уровнем зарубежных стран.

Именно по этой причине исследование основных проблем и перспектив развития управленческого консалтинга на современном этапе в России имеет огромную практическую и теоретическую значимость.

Данный вопрос, несмотря на достаточно пристальное внимание российских экспертов в области управленческого консультирования (таких, как: Лейман Я.А., Макарова Ж.А., Черницова К.А. и др.), не является изученным в достаточной степени. На сегодняшний день, активно растущий рынок управленческого консультирования по темпам своего развития уступает лишь рынку информационных услуг, однако его качественный уровень оценивается специалистами неоднозначно.

Согласно статистике, около 75% рынка занято иностранными компаниями, а оставшуюся часть занимают российские предприятия. Численность практикующих консультантов по управлению достигает 10,5 тысяч человек, а их состав по профессиональной сфере является достаточно разнообразным (юристы, психологи, предприниматели, финансисты и т.п.).²

Необходимо подчеркнуть, что на современном этапе в экономике Российской Федерации нет отрасли, которая бы не использовала те возможности развития, которые предоставляют специалисты по управленческому консалтингу.

Услугами консультантов пользуются не только мелкие и средние по масштабу организации, но и солидные компании и даже государственные органы. К примеру, Министерство путей сообщения Российской Федерации на регулярной основе приглашает внешних специалистов в области управленческого консалтинга при проведении реструктуризации, в целях повышения эффективности своей деятельности и т.п.³

На современном этапе исследование структуры отечественного рынка консалтинга демонстрирует ряд его основополагающих элементов, в частности:

- индивидуальных практикующих специалистов по консалтингу;
- специализированных отделов в маркетинговых либо кадровых компаниях;
- малых консалтинговых предприятий (от 2 до 7 специалистов);
- крупных консалтинговых предприятий (от 40 и более специалистов)
- иностранных консалтинговых компаний (с различными по

² Хохлова Т.В. Становление и развитие управленческого консультирования в России // Международный журнал «Проблемы теории и практики управления». – 2013. - №9 (02) – с. 36-41

³ Сугутова К.В. Проблемы и перспективы развития управленческого консультирования в России // Экономика и управление. – 2016. - №2. – с.3-9

численности сотрудников филиалами в России).

Необходимо отметить, что стремительный рост рынка управленческого консалтинга в нашей стране и частые обращения руководителей за услугами экспертов в этой сфере приносит российским организациям положительный эффект и дополнительную прибыль. В качестве доказательства этому целесообразно будет привести статистику Совета РФ по антикризисным программам. Согласно данным этой организации, за период 2014-2015 гг. с помощью обращения к специалистам по управленческому консультированию (без использования дополнительного финансирования) улучшилось экономическое положение 78% предприятий России.⁴

Однако, несмотря на положительный эффект, управленческое консультирование в России имеет ряд серьезных проблем, в числе которых:

1. Преобладающая часть консультантов по менеджменту не получали специального образования, что крайне негативно влияет на качество предоставляемых ими услуг;

2. Зачастую недобросовестные и не заботящиеся о своей репутации консультанты умышленно вводят своих клиентов в заблуждение (к примеру, при заключении договора на оказание услуг обещают недостижимые результаты от их деятельности);

3. Учащается практика, когда консалтинговые компании продают клиентам уже отработанный стандартизированный пакет услуг, не учитывая при этом специфику бизнеса конкретного клиента;⁵

4. Фактически консалтинговые организации не несут никакой ответственности за свои советы по управлению и не способны давать точные гарантии в их эффективности. Как правило, их деловое сотрудничество с заказчиками определяются лишь весьма расплывчатыми условиями договора. При этом зачастую остаются без необходимой доработки юридические основы сотрудничества – права, обязанности, условия расчета и т.п. В случае возникновения спорных ситуаций именно сторона клиента остается в итоге без необходимой юридической защиты своих интересов;

5. Согласно сложившемуся в России стереотипу, обращение к консультанту по вопросам менеджмента является признаком неграмотности и некомпетентности руководителя, его неумения справляться со своими должностными обязанностями. Преодоление данного стереотипа и, одновременно, психологического барьера представляет собой серьезную проблему;

6. Эффективные и целесообразные критерии оценки оплаты услуг управленческих консультантов и учета их затрат на современном этапе все еще не разработаны.

7. Несмотря на то, что возможности и уровень работы

⁴ Потемкин И.Р. Развитие управленческого консалтинга в России: динамика, проблемы, перспективы. Электронный ресурс [Режим доступа] <http://www.sherpaconsulting.ru/statii/1.htm> (дата обращения 12.05.2016)

⁵ Макарова Ж.А. Управленческое консультирование в России: специфика становления и перспективы развития // Вестник ОмГУ. Экономика. - 2013. - №3. - с.162-165

преобладающего числа отечественных предприятий пока далеки от зарубежных, расценки консалтинговых компаний России на сегодняшний день максимально близки к европейским (от 600 до 3 тысяч долларов за день работы, согласно опыту, возрасту консультанта и рейтинга самой организации).⁶

Все указанные проблемы и противоречия в функционировании рынка консалтинговых услуг в России способствуют потере доверия клиентов, что, в свою очередь, наносит огромный ущерб репутации всего управленческого консультирования как сфере деятельности в целом.

По моему мнению, для более эффективного развития управленческого консалтинга в Российской Федерации требуется, в первую очередь, создание стабильной нормативно-правовой базы, которая будет надежно координировать все аспекты взаимоотношений консалтингового предприятий и их клиентуры и обеспечивать их надежную юридическую защиту.

Большое значение имела бы также разработка и соблюдение каждой фирмой профессионального кодекса, содержащего совокупность фиксированных морально-этических норм и правил деятельности. Такой кодекс должен быть создан самими участниками с учетом специфики их деятельности, а не заимствован из зарубежного опыта.

Следует совершенствовать качество обучения в вузах, обеспечить систему непрерывного образования, осуществить модернизацию системы мотивации труда российских специалистов, которые лучше зарубежных имеют представление о специфике экономики России.

Таким образом, в процессе становления и развития управленческого консультирования в России выделяется целый ряд сложных проблем, которые могут быть успешно решены путем цивилизованного регулирования консалтингового рынка с целью формирования профессионально грамотного консультирования на уровне мировых стандартов качества.

Использованные источники:

1. Хохлова Т.В. Становление и развитие управленческого консультирования в России // Международный журнал «Проблемы теории и практики управления». – 2013. - №9 (02) – с. 36-41
2. Сугутова К.В. Проблемы и перспективы развития управленческого консультирования в России // Экономика и управление. – 2016. - №2. – с.3-9
3. Хабакук М.Я., Лейман Я.А. Управленческое консультирование: теория и практика. М.: 2013. - 316 с.
4. Макарова Ж.А. Управленческое консультирование в России: специфика становления и перспективы развития // Вестник ОмГУ. Экономика. - 2013. - №3. - с.162-165
5. Потемкин И.Р. Развитие управленческого консалтинга в России: динамика, проблемы, перспективы. Электронный ресурс [Режим доступа]

⁶ Макарова Ж.А. Управленческое консультирование в России: специфика становления и перспективы развития // Вестник ОмГУ. Экономика. - 2013. - №3. - с.162-165

*Диденко Д.И.
студент 3 курса
НИУ «БелГУ»
факультет «Институт Управления»
Россия, г. Белгород*

ВОСПИТАНИЕ ДОСТОЙНОГО МЕНТАЛИТЕТА СОТРУДНИКОВ ТАМОЖЕННЫХ ОРГАНОВ

В настоящее время большинство граждан нашей (и не только) страны считают сотрудников таможенных органов своими врагами, но при этом никто не стремится упразднить этот столь важный институт.

Работа таможенников, их ответственность и компетентность обеспечивают наполнение федерального бюджета, расширение связей с зарубежными партнерами, защиту экономических интересов страны и сохранение целостности таможенной территории. Таможенник - это один из самых первых представителей нашей страны, которого встречают иностранные граждане и именно по его поведению складывается первое впечатление о Российской Федерации, т.е. по поведению, интеллекту, внешнему виду и менталитету сотрудника таможенных органов судят обо всех гражданах Российской Федерации.

Увы, но в настоящее время, большинство людей сталкивается с грубым отношением со стороны таможенных служащих, низкой культурой общения, бюрократизмом и коррупцией в таможенных органах. В связи со столь важной ролью таможенника в системе государственной службы, необходимость воспитания его нравственных качеств возрастает в несколько раз.

Воспитательная работа в таможенных органах - это целенаправленное воздействие руководителей на своих подчиненных, с целью развития у них морально-психологических, нравственных и профессиональных качеств, которыми необходимо обладать сотруднику таможенных органов. Таможенник обязан быть образцом воспитанности, высокой культуры общения и поведения, уважительного отношения к гражданам и коллегам. Ничто так не подрывает авторитет профессии таможенника, как взяточничество, чванство, невежество.

Исходя из этого можно выделить следующие цели воспитательных работ направленных на сотрудников таможенных органов:

В первую очередь, это необходимость воздействия на сознание личного состава со стороны руководителя таможни, для формирования и развития необходимых моральных качеств подчиненных.

Второй целью является побуждение работника к самостоятельному развитию своих профессиональных качеств.

Так же не маловажную роль играет и физическая подготовка личного состава таможенных органов. Спорт, в первую очередь развивает физическую выносливость организма сотрудников, что очень важно в тяжелых условиях

труда. Однако, спорт не только обучает человека управлять своими движениями, но и закаляет волю.

Вне всякого сомнения, физическая культура помогает быстрее разбираться в сложных ситуациях, в срочном порядке принимать правильные решения, рисковать, когда это необходимо и оправданно. При такой сложной, в психологическом и физическом плане, работе сотруднику таможни без этого не обойтись. Спорт является моделированием жизни: он включает в себя работу в команде, стремление, личную борьбу и коллективные размолвки, драмы и конфликты, победы и поражения. Так же он развивает чувство ответственности, учит соблюдению определённых правил, что является необходимым для таможенника. Все сотрудники таможенных органов должны соблюдать законны. Таможенники обязаны извещать вышестоящего руководителя о случаях, когда их заставляют поступать вопреки нормам поведения и дисциплины, а так же о незаконных фактах, выявленных в ходе исполнения своих функций.

Руководитель должен научить свой личный состав дисциплине. Дисциплина-это определённый порядок поведения людей, который должен соответствовать требованиям той или иной организации. Главной задачей воспитания дисциплинированности у сотрудников таможенных органов должно проявиться в понимании, знании и исполнении законов, нормативных актов и распоряжений.

Таким образом, сотрудник таможенных органов, должен, прежде всего нести ответственность перед самим собой за исполнение своих должностных обязанностей. Развитие достойного самосознания, является главной целью нравственного воспитания сотрудника таможенной службы. Таможенник должен обладать высокой культурой общения и поведения, уважительного отношения ко всем гражданам. Больше всего авторитет сотрудника таможенного органа подрывает коррупция и высокомерное отношение к другим гражданам. Право быть таможенником предоставляется не каждому, и им надо дорожить, гордиться, высоко нести честь таможенника Российской Федерации, оправдывать это право добросовестной службой во благо Отечества.

*Дымчак О.А.
магистрант
Высшая школа брендинга (ВШБ)
направление Бренд-дизайн
АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»
Россия, г. Москва*

РОЛЬ РЕГЛАМЕНТОВ В ЦЕЛОСТНОСТИ БРЕНД-КОМПЛЕКСА

Статья посвящена:

Значению документов, регламентирующих существование бренда. Чем грозит несоблюдение фирменного стиля. Проблемные места в функционале отдельных подразделений, которые напрямую влияют на имиджевую составляющую любого бренда.

Ключевые слова:

Брендинг, регламент, бренд-бук, гайд-лайн

Современный, глобальный мир невозможно представить без рекламного контента. Любая информация, которая продает, старается сделать это с максимальной эффективностью. Если потребитель торговой марки однажды попробовал и одобрил для себя продукт, то немаловажную роль сыграло в этом такое понятие как бренд. В этой связи актуальным является вопрос постоянного выживания бренда.

Вопрос определения бренда является метафизическим понятием⁷. Бренд живет в головах потребителей и имеет четкие инструменты, благодаря которым можно сделать из любой торговой марки успешную бизнес-историю.

Таким образом, брендинг — есть деятельность по созданию долгосрочного предпочтения к товару (услуге), основанная на совместном усиленном воздействии на потребителя товарного знака, выделяющих товар среди конкурентов, и создающих его образ.⁸

Цель существования бренда заключается в том, чтобы служить средством передачи стоимости и ценностей. От одного поколения товаров к другому. От одного товара к его вариациям, что называется линейным расширением. От одного вида товаров к другому, что называется расширением бренда. От компании к продукту, и наоборот. Между компанией, продуктом и клиентами, и между покупателями. А также между компанией и персоналом, собственниками и общественным мнением.⁹

Почему это важно? Во-первых, бренд - не только экономическая, но и философская система. Она касается не только денег, но и культурных и человеческих ценностей. И в будущем развитии бренда философский аспект будет играть принципиальную роль для достижения экономических

⁷ Грошев И.В., Краснослободцев А.А. Системный бренд-менеджмент: учебник. Юнити-Дана, 2012. С. 10.

⁸ Годин А.М. Брендинг: Учебное пособие, Дашков и К, 2013. С. 6.

⁹ Томас Гэд, 4D БРЭНДИНГ: взламывая корпоративный код сетевой экономики. : Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге. 2005 г. С. 134

результатов. В ближайшие годы мы вполне можем стать свидетелями изменений в отношении к бизнесу и его пониманию: от цепочки создания добавочной стоимости к цепочке ценностей.¹⁰

Почему же не все бизнес-проекты имеют продолжительный жизненный цикл? Почему одни бизнес-истории приходят эффектно на рынок и растворяются в небытие через короткий промежуток времени, а другие бизнес-проекты мало-помалу набирая вес и силу выходят на новые горизонты в своих сегментах? Важную роль в этой истории успеха играет грамотный брендинг, в частности пакет документов, который описывает все - от крупных стратегических планов до малейших нюансов, все нужные шаги и действия для здорового существования бренда в бушующем океане потребительских запросов.

В связи с вышеописанным, на наш взгляд актуальной является проблема несоблюдения целостности бренд-комплекса, ввиду отсутствия регламентов.

Грамотно спроектированный бренд нацелен на создание единого образа восприятия у большинства потребителей. При этом бренд должен обладать такими простыми качествами, как максимальная полезность, уникальность и востребованность на рынке. Сформулировав еще раз простые критерии любого бренда, перейдем к роли тех самых документов, регламентов, тех сводов законов жизнеспособности любого бренда, таких как: бренд-бук, гайд-лайн, мерч-бук, паспорт стандартов и др.

Для кого нужны регламентирующие документы? Прежде всего они направлены для внутреннего потребления в компании. Наемные сотрудники любого уровня должны нести ответственность за соблюдение регламентирующих документов. Иначе любая инициатива, оправданная благими намерениями сделать лучше других, сотрет и размочит уникальные границы бренда, сделает его безликим, утратит уникальный образ. Когда компания любого уровня может позволить себе внешнее аутсорсинговое обслуживание бренда - здесь тоже требуется тот самый пакет документов и регламентов, четко прописывающий миссию, философию и инструментарий компании. Роль регламентирующих документов в этом вопросе играет тактическое значение. Например, это выражается в том, каким цветом, каким шрифтом, с какой идеей, а также какой вариативностью торговой марки можно реализовывать конкретные бизнес-задачи.

В текущей экономической ситуации, роль нормативных стандартов бренда, является константой и даже неким фактором стабильности.

На сегодняшний день тренд обновления логотипов компании нарастает как снежный ком. Не обращать на это внимания глупо, как и глупо не следовать этому тренду. Современная эпоха с огромной скоростью меняет свои законы восприятия, развития и выживания бизнес-моделей.

¹⁰ Томас Гэд, 4D БРЭНДИНГ: взламываем корпоративный код сетевой экономики. : Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге. 2005 г. С. 135

Когда компания вырастает из «коротких штанишек», приходит понимание того, что нужно отличаться от конкурентов, причем делать это понятным для клиента языком. Когда количество сотрудников компании растёт, то внутреннее стремление быть уникальными теряется в повседневных проблемах, заботах и гениальных советах окружающих. Для того, чтобы регламентирующий документ по соблюдению фирменного стиля работал, нужна своевременная и постоянная работа отдела маркетинга и рекламы, отвечающего за соблюдение этого фирменного стиля. В идеале, когда вновь прибывший сотрудник любого ранга, будет ознакомлен с этим документом и принесет «присягу» на верность фирменному стилю компании.

Брендбук - это руководство по использованию бренда и его продвижение на рынке. Он содержит положения о миссии компании, ее основные стратегические задачи, ценности бренда, описание его ключевых идентификаторов. Брендбук, как правило, является внутрикорпоративным, закрытым документом, составляющим коммерческую тайну компании. Помимо брендбука, существуют такие понятия как гайдбук - иначе еще его называют Руководством по фирменному стилю.

Гайдбук - руководство по применению фирменного стиля, документ, в котором прописываются правила построения и использования элементов фирменного стиля. Все эти документы стоят на страже индивидуальности, уникальности, привлекательности любого бренда. Корпоративные ценности и миссия — эти параметры в большей степени присущи компаниям, чем товарам. Их предназначение – настройка взаимоотношений с работниками и партнерами.

Как любой регламентирующий документ в этой области, документ гайдбук состоит из описательной и визуализирующей графической части, которые могут использовать в своей повседневной работе сотрудники любого подразделения.

Пример, содержания гайдбука (Руководства по фирменному стилю):

1. Логотип
2. Варианты использования Логотипа
3. Цветовое решение Логотипа, корпоративная цветовая гамма
4. Корпоративные шрифты
5. Стилеобразующие элементы системы визуальной идентификации
6. Основные элементы деловой документации
7. Правила создания рекламных макетов
8. Фирменный стиль в одежде сотрудников
9. Сувенирная продукция
10. Основные положения внешней идентификации
11. Основные положения внутренней идентификации
12. Основные положения в наружной рекламе
13. Оформление автотранспорта

Так делается большинство подобных документов. Это понятный, утилитарный (все макеты есть в файлах с нужным расширением) документ.

Но от того, насколько соблюдаются все эти элементы фирменного стиля компанией, зависит целостное восприятие бренда потребителями.

На примере бренда с историей, который пережил не один ребрендинг попробуем разобраться, как это работает. Рассмотрим на примере большой международной компании «ЗМ», как работают регламентирующие документы (информация берется из открытых источников)¹¹. Немного истории: Компания «ЗМ» - динамично развивающаяся многопрофильная международная корпорация с вековой историей и многолетними традициями. Компания производит тысячи уникальных продуктов и занимает лидирующие позиции во многих сферах производства: от материалов для здравоохранения, до товаров для дома и офиса. Структура компании «ЗМ» состоит из 35 направлений, объединенных в 6 основных бизнесов: системы визуальной коммуникации, товары для дома и офиса, телекоммуникационные системы и электротехнические изделия, продукция для здравоохранения, материалы для промышленности и транспорта, материалы и средства для безопасности и защиты. Хороший пример, когда компания с многолетней историей остается современной¹² и авторитетной одновременно. Собственно корпоративный брендинг представлен в многочисленных представительствах по всему миру, подчеркивая международность и уникальность каждого представительства одновременно. Ценности головной компании легко вписываются в контекст той страны, где есть представительство. Собственное производство и разработки дают компании возможность выживать в любые экономические времена.¹³

Вся информация рекламного характера разрабатывается в центральном офисе компании и распространяется по разным странам в виде регламентирующих документов. И уже на местах, привлекая внешние рекламные агентства, представительство может не опасаться за нарушение фирменного стиля, т.к. все нормативы уже прописаны. Не происходит размывания миссии, целей и задач компании. Любой информационно-рекламный контент, выполненный в представительствах, проходит процедуру согласования с головным офисом.

Итак, разбирая бренд «ЗМ» с точки зрения системы дизайна, хочется отметить, что в вариативности торговой марки везде и всегда присутствуют цифра «три» и буква «М» красного цвета. Других вариаций нет. Цветовая палитра - насыщенный красный. Шрифты и основы типографики: одинаковый и узнаваемый на разных носителях. Фон и элементы графики - люди и их возможности, люди в профессии, защита и безопасность – основной стиль фотоэлементов. Доверительный тон подачи собственных достижений. Инфографика присутствует в большинстве высокотехнологичных продуктов, для более доступного считывания сложных процессов и наукоемких технологий. Стиль иллюстраций — производственный и домашний, сложный

¹¹ Электронный ресурс [<http://www.3m.com>], дата обращения 29.08.2015.

¹² Электронный ресурс [<https://www.facebook.com/3MRussia>], дата обращения 29.08.2015

¹³ Электронный ресурс [<http://www.3mrussia.ru>], дата обращения 29.08.2015.

и простой, безопасный и уютный и самое главное - все для людей.

Рассмотрев на примере международной компании «ЗМ», как живет бренд, хочется отметить, что важную роль в этом процессе играют регламентирующие документы. Соблюдение регламентов позволяет потребителю иметь четкую, общую, сформулированную миссию компании: Новый взгляд на будущее. Компания «ЗМ» создает новейшие технологии, глядя на мир по-новому¹⁴.

Таким образом, мы приходим к выводу о необходимости разработки и соблюдения регламентирующих документов (бренд-бук, гайд-лайн и др.), как для компаний локального уровня, так и для международных холдингов. Регламенты в жизнедеятельности компании, не только помогают транслировать уникальную миссию, но и позволяют обеспечивать устойчивый рост узнаваемости бренда, как на рынке, так и среди потребителей.

Использованные источники:

1. Годин А.М. Бренддинг: Учебное пособие, Дашков и К, 2013
2. Грошев И.В., Краснослободцев А.А. Системный бренд-менеджмент: учебник. Юнити-Дана, 2012.
3. Томас Гэд, 4D БРЭНДИНГ: взламывая корпоративный код сетевой экономики. : Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге. 2005 г.

Евдокимова Е.Н.

магистрант, 1 курс

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского» факультет «Институт экономики и предпринимательства»

Россия, г. Нижний Новгород

УСПЕШНЫЙ РУКОВОДИТЕЛЬ - КТО ОН? ГЕНДЕРНЫЕ РАЗЛИЧИЯ В РУКОВОДЯЩЕЙ ДОЛЖНОСТИ

Аннотация: Данная статья посвящена исследованию актуальной на сегодняшний момент проблемы гендерного различия в системе управления. Рассмотрены особенности принятого в обществе стереотипа, что руководителем должен быть только мужчина. Выявлены основные плюсы и минусы управления с каждой стороны.

Ключевые слова: гендер, руководитель, бизнес, мотивация сотрудников, гендерные различия .

Сколько разговоров в профессиональной среде посвящено тому, кто - мужчина или женщина - более эффективный, более успешный, более удачливый руководитель. Как много определяют половые (или правильнее говорить гендерные) различия в системе управления? Что такого особенного демонстрируют в своем поведении мужчина и женщина, будучи руководителями? Почему до сих пор мужчину в руководящем кресле

¹⁴ Электронный ресурс [<http://www.3mrussia.ru>], дата обращения 29.08.2015.

воспринимают как нечто само собой разумеющееся, а на женщину смотрят как минимум с опаской?

Гендер (англ. gender, от лат. genus – род) – социальный пол, определяющий поведение человека в обществе и то, как это поведение воспринимается.

Как показывает практика, основная проблема, с которой приходится сталкиваться в вопросах гендерных различий, – это сложившиеся установки, представления большинства людей об образах настоящего мужчины и настоящей женщины. Мужчины и женщины по-разному реагируют на сильный стресс: женщины задействуют миндалину левого полушария и запоминают детали эмоций. Мужчины используют миндалину правого полушария и воспринимают суть проблемы.

Достоинства и недостатки женщины-босса

Женщину, которая руководит коллективом, отличает несколько качеств. Одно из них – повышенная ответственность. В силу своей природы, представительница прекрасного пола, находясь у руля, стремится взять под своей контроль абсолютно все вопросы.

Плюсы такого положения дел – начальник всей душой болеет за дело, которое ему поручили, многое делает самостоятельно в помощь подчиненным.

Основным недостатком руководителя-женщины является ее эмоциональность. В отличие от мужчин, дамы все пропускают через себя, болезненно реагируют на какие-то неприятные моменты. Девушка-босс может нарушать границы между собой и своими подчиненными, и ей бывает сложно контролировать собственные эмоции.

Так как некоторые женщины подвержены постоянным гормональным изменениям, их настроение может часто меняться. Это сказывается и на работе. Порой подчиненные замечают, что их начальница кардинально меняет собственное мнение или даже дает противоречивые задания.

Однако иногда эмоциональность босса играет на руку подчиненным. Женщину легче призвать к сочувствию. Если у вашей руководительницы есть свои дети, она лучше поймет вас, чем мужчина, когда вам нужно взять несколько отгулов из-за болезни ребенка. Кроме того, есть некоторые сферы бизнеса, которые являются чисто женскими. Согласитесь, сложно представить мужчину в роли босса в индустрии красоты или моды.

Не нужно забывать и о том, что с дамой-начальником могут возникнуть проблемы у ее подчиненных женского пола. Так как вершина карьерной лестницы не является единственной потребностью девушек, в их коллективе может возникнуть конкуренция и зависть по поводу успехов в личной жизни.

Женщины легко осваивают типичные методики расчетов и способны тщательно и педантично с ними работать. "Синдром отличницы", побуждающий многих женщин выполнять подобную работу на качественно высоком уровне, именно в таких видах деятельности делает их незаменимыми сотрудниками.

Плюсы и минусы руководителя-мужчины

Руководитель-мужчина в корне отличается от вышеописанного типа начальника. Он может быть более спокоен и логичен, чем леди-босс. Но в то же время, он не будет так переживать за коллектив, как женщина. Некоторое его равнодушие может сказаться и на достижении задач, и на атмосфере в коллективе.

С начальником мужского пола сложно потому, что нельзя сразу угадать его эмоции. Закрытость, сдержанность молодого человека по сравнению с девушкой не позволяют читать по его мимике и жестам и понять, что у него на уме. Некоторым подчиненным было бы спокойнее быть в курсе текущей ситуации и планов руководства.

Как есть женский бизнес, так существуют и сферы, где руководителем должен быть начальник. Если взять направления, связанные с мужскими хобби – охотой, рыбалкой, оружием, спортом, компьютерами и так далее – то боссом здесь проще представить парня, нежели девушку.

Одним из главных отличий мужчины от женщины является то, что представитель сильного пола в состоянии вынести больше моральных нагрузок. Если боссу нужно проявить стойкость и твердость, на его позиции лучше справится мужчина.

Мужчине, как правило, в такой однообразной сфере деятельности бывает скучно, вследствие чего он начинает делать много ошибок и вскоре меняет работу. Однако там, где требуется нестандартный подход, мужчина, наоборот, способен максимально проявить себя: в силу именно гендерных особенностей он может учитывать больше факторов, выявлять больше закономерностей, а значит, более точно продумывать планы.

Размышляя о том, кто – мужчина или женщина – может лучше проявить себя в кресле начальника, не забывайте о том, что все различия между представителями противоположных полов относительно. Порой девушка может быть более жесткой, чем парень. Кроме того, многое зависит от коллектива. Например, представьте чисто мужской состав на работе. Даме-руководителю с ним придется нелегко. И еще: кем бы руководитель ни был, мужчиной или женщиной, главное, чтобы он являлся профессионалом, развивал собственные навыки управления и знал основы психологии.

Особенности взаимодействия руководства мужского и женского пола

На практике между выше- и нижестоящими начальниками мужского и женского пола возникают различные ситуации, нередко и разногласия. На занятиях фокус-групп экспертам удалось выявить любопытную информацию о взаимной оценке руководителей обоих полов. Буква **М** содержит мнения женщин о мужчинах. Буква **Ж** сообщает нам то, что думают мужчины-боссы о боссе-женщине.

Лидерство:

М — мужчина стремится к лидерству;

Ж — женщина может уступить дорогу мужчине, однако среди других дам она хочет быть лидером.

Давление мнений:

М — многие мужчины уверены: предназначение женщины в управлении домашним хозяйством, а не людьми;

Ж — бытует мнение, что положение мужчины под началом женщины-босса унижает его достоинство.

Противоречия:

М — иногда женщина-босс усматривает какую-то ненормальность именно в том мужчине, который нормально относится к ней, как к начальнику;

Ж — женщина хочет иметь авторитет хорошего руководителя, но может сама жалеть, что к ней относятся только так.

Компромиссы:

М — идя к компромиссу, мужчины способны предавать честь и достоинство, из-за чего страдает моральная сторона руководства;

Ж — женщина-босс менее предрасположена к компромиссам, часто недооценивает их тактическую необходимость.

Эффективность:

М — мужской стиль увеличивает эффективность в управление, а его соединение с женским стилем способно дать, куда более лучшие результаты;

Ж — женщине-руководителю сложнее добиться стабильных результатов в работе, поскольку она вынуждена совмещать и служебный, и домашний фронт. Тем не менее, её старательность заслуживает восхищения.

Процесс принятия управленческих решений обусловлен и полом шефа. Но всё же нельзя однозначно сказать, кто лучший босс: мужчина или женщина. Главное чтобы начальник осознал: искусство руководителя не в укрощении чем-либо не устраивающих подчинённых, а в стремлении понять мотивы поведения персонала. И, кстати, в этом современные бизнес-леди сильно преуспели.

Кто такой хороший руководитель?

Управление - это деятельность, в которой человек может быть либо успешен, либо неуспешен. Определяется это исключительно способностями и возможностями каждого человека, и гендерные характеристики - одна из этих особенностей. Управление как специфическая деятельность со своими сложностям!»! Тонкостями предьявляет целый ряд требований к тому, кто этой деятельностью занимается.

1. Хороший руководитель должен уметь **видеть цель**. Классик менеджмента Анри Файоль утверждал, что "управление - это предвидение". Человек, не знающий, к какой цели вести свою компанию, своих подчиненных, никогда не достигнет успеха в бизнесе. Умение правильно определить достойную цель и сосредоточить свои силы именно на ее достижении - это на сегодняшний день не просто способность, а уникальный талант руководителя. За людьми, обладающими таким талантом, охотятся все преуспевающие организации. Суть предвидения заключается в максимальном угадывании или исчислении будущего и вместе с тем в понимании, как должна развиваться в связи с этим компания.

Кому от природы дано (насколько это вообще возможно) "видеть будущее" яснее и правильнее - мужчине или женщине? Не секрет, что в сложных ситуациях мужчины склонны просчитывать разные варианты, аналитическим путем приходя к решению задач. Женщины же скорее полагаются на чувственную сторону - на интуицию.

2. Хороший руководитель должен уметь **грамотно планировать**. Действительно, увидев цель, мало просто указать на нее. Важно определить конкретные шаги по достижению этой цели, выявить наиболее точные способы ее достижения и рассчитать необходимые для этого ресурсы (время, деньги, люди и т. д.). Для этого нужны такие качества, как усидчивость, внимательность, скрупулезность. Кому плановая деятельность дается более легко и кто в ней более эффективен? Для ответа на этот вопрос достаточно заглянуть в планово-экономические отделы крупных компаний или в учебные аудитории экономических университетов - в основном это женщины.

3. Хороший руководитель всегда **мотивирует других людей** на достижение целей. Проблема мотивирования, наверно, одна из сложнейших в менеджменте. Как понять, что для другого человека наиболее значимо?

Что в работе доставляет ему радость, а значит, мотивирует, побуждает к деятельности, а что, наоборот, демотивирует, снижает активность? И это только одна сторона проблемы, ведь, ответив на эти вопросы, руководитель должен найти возможности для удовлетворения основных потребностей своих подчиненных (например, в уважении, понимании своей значимости, похвале и т. д.).

Таким образом, решая эти непростые задачи, руководитель должен быть тонким психологом, и, наверно, это больше под силу женщине, которая действует в данной ситуации с сотрудниками, как со своими детьми, мягко и ненавязчиво подводя их именно к тому, что они должны сделать. Мужчины проблему мотивации решают несколько иначе, особенно если компания имеет жесткую вертикаль власти. Здесь основным мотиватором является приказ или распоряжение, на основании которых действуют все подчиненные. Опять же сложно судить, что более эффективно: мягкая (манипулятивная) "женская" стратегия или жесткая (прямая) "мужская". Скорее, это зависит от специфики деятельности самой компании.

Использованные источники:

1. "Кадровик. Кадровый менеджмент", 2011, N 7
2. Грошев И. В., Загузова Т. А., журнал Социально-экономические явления и процессы-выпуск № 1-2 / 2010

*Евсюнина М.О.
магистрант 2 курса
Инженерно-экономический факультет
Рязанский государственный радиотехнический университет
Россия, г. Рязань*

РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ПО РЕАЛИЗАЦИИ ВСЕРОССИЙСКОЙ ПРОГРАММЫ РАЗВИТИЯ ЗАРЯДНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ ДЛЯ ЭЛЕКТРОТРАНСПОРТА НА ПРЕДПРИЯТИИ ОПК

Статья посвящена разработке мероприятий по реализации всероссийской программы развития зарядной инфраструктуры для электротранспорта на предприятии ОПК. В статье рассмотрен проект "МОЭСК-EV", реализуемый ПАО "Московские электрораспределительные сети" и направленный на развитие электрозарядной инфраструктуры, а также созданная на его основе Всероссийская программа развития зарядной инфраструктуры для электротранспорта на период до 2020 года, реализуемая ОАО «Россети». Раскрыта перспективность серийного производства зарядных станций "ФОРА" на АО "ГРПЗ".

Ключевые слова: импортозамещение, инновации, инвестиции, конкурентное преимущество.

*Evsyunina M.O.
Master student
Ryazan State Radio Engineering University
Russia, Ryazan*

DEVELOPMENT OF MEASURES FOR IMPLEMENTATION OF ALL-RUSSIAN PROGRAM OF ELABORATION OF CHARGER INFRASTRUCTURE FOR ELECTRICAL VEHICLES BY THE DEFENSE INDUSTRY ENTERPRISE

The article is about development of measures for implementation of Russian program of elaboration of charger infrastructure by the defense industry enterprise. It focuses on the "MOESK-EV" project which is implemented by MOESK for development of charger infrastructure for electrical vehicles, which is the base for All-Russian program of elaboration of charger infrastructure for electrical vehicles up to 2020. That program is implemented by Rosseti. The perspective of serial production of FORA charger stations by GRPZ is described.

В настоящее время развитие электротранспорта является перспективным направлением в автомобилестроении. По существующим прогнозам электромобили и гибридные автомобили в ближайшем будущем

смогут выступить реальной альтернативой автомобилям, оснащенным двигателями внутреннего сгорания, и в перспективе к 2020 году их доля увеличится до 10% в структуре личного городского транспорта.

Развитие электротранспорта невозможно без внедрения соответствующей электрозарядной инфраструктуры. ПАО "Московские электrorаспределительные сети" реализует проект "МОЭСК-EV", первый в России проект по развитию зарядной инфраструктуры для электротранспорта. Результаты первого этапа проекта «МОЭСК-EV», реализованного с октября 2011 года по февраль 2013 года, легли в основу принятой к исполнению Всероссийской программы развития зарядной инфраструктуры для электротранспорта на период до 2020 года, реализуемой сегодня ОАО «Россети». Данная программа состоит из трех этапов:

- 2013-2014 годы: разработка организационной и нормативно-правовой базы;
- 2014-2015 годы: внедрение электротранспорта в ключевых регионах;
- 2015-2020 годы: массовое внедрение электротранспорта;

В качестве ключевых регионов, обладающих наибольшим потенциалом для развития электротранспорта, в рамках данной программы выбраны следующие: Москва и Московская область, Санкт-Петербург, Ярославль, Калуга, Краснодар, Екатеринбург и др.

В рамках данной программы предполагается стимулирование создания конкурентоспособных отечественных образцов зарядной инфраструктуры. В России разработкой и производством электрозарядных станций занимается "Государственный Рязанский приборный завод", это единственное отечественное предприятие, производящее конкурентоспособную продукцию в данном сегменте, отвечающую международным стандартам и требованиям, что создает потенциал для импортозамещения в данной отрасли.

АО "ГРПЗ" разработаны три вида образцов электрозарядных станций:

- ЭЗС-АС, станция "медленной" зарядки переменного тока, по международным стандартам причисляемая к типу MODE-3;
- ЭЗС-DC, станции экспресс-зарядки постоянного тока, по международным стандартам причисляемая к типу MODE-4, рассчитанные на подзарядку одного и одновременно двух электромобилей.

По своим техническим характеристикам ЭЗС "ФОРА" не уступает зарубежным аналогам, однако, ее стоимость ниже.

Электрозарядная станция "ФОРА" является инновационным продуктом, она представляет собой результат научно-исследовательской и опытно-конструкторской разработки, рынки сбыта его еще окончательно не сформировались. Продвижение данного товара на рынке возможно при значительной государственной поддержке, например, при его участии в программе "МОЭСК-EV" в рамках Всероссийской программы развития зарядной инфраструктуры для электротранспорта на период до 2020 года.

В 2015 году электростанции "ФОРА" прошли испытания в ПАО "МОЭСК", где было подтверждено их соответствие международным стандартам и требованиям.

Таким образом, подготовка к серийному производству и выпуск электростанций "ФОРА" является перспективным направлением инвестирования в инновации для АО "ГРПЗ".

Использованные источники:

1. Официальный сайт ПАО "МОЭСК" (http://www.moesk.ru/press/company_news/item213750.php)
2. Официальный сайт АО «КРЭТ» (<http://kret.com/product/10095/>)

Егоров И.А.

Egorov Ivan Alekseevich

магистрант

специальность «Экономика фирм»

Рязанский государственный радиотехнический университет

Россия, г. Рязань

**ИССЛЕДОВАНИЕ ПРОГРАММНЫХ ПРОДУКТОВ ДЛЯ
ПРИМЕНЕНИЯ В ФИНАНСОВОМ АНАЛИЗЕ ПРЕДПРИЯТИЯ
RESEARCH THE SOFTWARE PRODUCTS FOR USE IN THE
ANALYSIS OF FINANCIAL COMPANY**

Аннотация: В данной статье описываются различные программные продукты, которые применяются для анализа эффективности предприятия. Сравниваются друг с другом и выбирается наилучшая система.

Abstract: various software products which are used to the analysis of efficiency of the enterprise are described. Are compared with each other and the best system gets out.

Ключевые слова: программные средства, оценка эффективности предприятия.

Keywords: software, assessment of efficiency of the enterprise.

Финансовый анализ предприятия – это метод научного исследования и оценки явлений и процессов, в основе которого лежит изучение составных частей, элементов изучаемой организации. Он представляет собой оценку финансово-хозяйственной деятельности фирмы в прошлом, настоящем и будущем периоде. Основная цель финансового анализа - это получение необходимого количества ключевых параметров, которые представляют достоверную и точную картину финансового состояния предприятия, его прибылей и убытков, в расчетах с дебиторами и кредиторами, изменений в структуре активов и пассивов. При этом значительную роль играет прогноз на ближайшее и отдаленное время, то есть состояние предприятия в будущем. Посредством финансового анализа можно своевременно выявить проблемы фирмы, и на основе этого скорректировать стратегию развития.

Анализ предприятия - занятие достаточно трудоемкое. Для того, чтобы облегчить эту задачу существуют программные средства, которые

самостоятельно рассчитывают необходимые финансовые показатели и проводят анализ состояния фирмы на основе занесенной в них отчетности. Они могут работать с большим количеством информации, обеспечивают точность расчетов и правильность анализа состояния фирмы, что позволяет снизить загруженность рабочего персонала и уменьшить период времени, который необходим для расчета показателей и их анализа.

В настоящее время руководителю или аналитику предприятия предоставляется широкий спектр различных программных средств, позволяющих выполнить указанные выше функции. В данной статье я буду сравнивать эти системы на основе таких критериев, как удобность интерфейса, количество необходимых данных для расчета, количество методик расчета показателей, цена программы, функционал, возможность применения программы для построения стратегии предприятия.

В результате просмотра основных программ, предлагаемых на рынке программного обеспечения (ПО) для анализа состояния предприятия, мной были выбраны самые популярные системы. В данной статье будут рассмотрены и проанализированы следующие программные средства анализа эффективности предприятия:

1. ReadyRatios Financial Analysis
2. ФинЭкАнализ 2016
3. Audit Expert 4
4. QlikView
5. QFinAnalysis

Для начала я предлагаю разобраться с оценкой критериев:

Удобный интерфейс

Этот критерий включает в себя оценку доступности интерфейса, то есть любой пользователь может взаимодействовать с системой без предварительного обучения. Он должен быть минимально загружен, привлекательным и интуитивно понятным.

Количество необходимых данных для расчета

Необходимость вносить в программу большое количество различных данных может быть проблематично для пользователей, поэтому этот критерий будет оцениваться соотношением количества введенных данных и полученных на их основе показателей.

Количество методик расчета показателей

Для расчета показателей финансового состояния предприятия существует множество методик, каждая из которых позволяет оценить различные стороны фирмы. Исходя из вышесказанного, я отдавал предпочтение тем программным средствам, в которых было использовано наибольшее количество методов.

Цена программы

Этот критерий должен быть одним из самых важных при выборе системы анализа состояния предприятия. Высокая цена приложения не означает, что оно будет выполнять все требуемые от него функции

качественно и быстро. Так же современный рынок предлагает большое количество систем в различном ценовом диапазоне.

Функционал

Выбирая программное средство, пользователь подразумевает, что оно должно выполнять все необходимые для компании расчеты, а так же проводить аналитику состояния, то есть данный фактор оценки подразумевает количество выполняемых системой функций.

Возможность применения программы для построения стратегии предприятия

Заинтересованность аналитика в анализе предприятия заключается в том, чтобы полученные выводы использовать при определении дальнейшего развития фирмы. Соответственно достоверность результатов работы программы является очень важным критерием оценки системы.

На основании данных критериев будет проведен сравнительный анализ программных средств анализа эффективности предприятия.

Ready Ratios Financial Analysis – зарубежная программа для анализа предприятия [1]. Система открывается в браузере, что позволяет освободить место на компьютере. Покупка **Ready Ratios Financial Analysis** осуществляется через подписку на год, стоимость которой равна около 200\$, кроме того существует и бесплатная версия, ограничивающая некоторые действия пользователя. Внешний вид программы изображен на рисунке 1.

Интерфейс программы понятен пользователю, при входе в систему предлагается загрузить базу данных, выбрать загруженную ранее или просмотреть результаты (вкладка «Home»). На вкладке «Input tables» можно выбрать форму отчетности, которая должна соответствовать международным стандартам IFRS или US GAAP, задать валюту и дату отчета. Система предоставляет пользователю возможность изменений методов расчета, настроить шаблоны, на основе которых будет выводиться результаты, и в каком виде будет загружаться отчетность фирмы в систему («Settings»). Так же программа дает оценку компании по рейтингу кредитоспособности облигаций S&P Global Ratings.

В результате работы ПО был получен отчет, в котором отображен полный анализ предприятия по бухгалтерскому балансу, группам показателей финансовой устойчивости, ликвидности, рентабельности как по каждому коэффициенту в отдельности, так и по всей группе в целом. Кроме того был проведен анализ результатов деятельности и рисков банкротства предприятия.



Рис. 1. Интерфейс программы для анализа эффективности предприятия «Ready Ratios Financial Analysis»

Достоинства:

1. Наличие бесплатной версии программы
2. Полный и детальный анализ показателей эффективности фирмы
3. Полученный отчет можно скачать в формате MS Office
4. Интуитивно понятный интерфейс программы

Недостатки:

1. Методы расчета показателей возможно изменить только в платной версии
2. Только английская версия программы
3. Отчетность фирмы должна соответствовать международным стандартам

В целом по данной системе можно сказать, что это довольно хороший инструмент анализа эффективности предприятия. К сожалению, для его использования необходимо знание английского языка.

ФинЭкАнализ 2016 – отечественный продукт, позволяющий оценить состояние фирмы. Он существует в нескольких видах: интернет-версия и программа для компьютера. ФинЭкАнализ 2016 – платный продукт, доступ к нему может быть получен только после приобретения. Стоимость системы варьируется в зависимости от тарифа, так тариф «Базовый» стоит 3000 руб. в год, «Стандарт» - 5000 руб./год, а «Профессионал» - 6500 руб./год. При продлении подписки стоимость уменьшается на 50%. Для студентов можно заказать пробную версию на месяц. В данной статье была использована демо-версия, которая позволяет ознакомиться с функционалом, но не дает возможности загрузки своей отчетности.

Данное программное средство имеет достаточно понятный интерфейс (рис. 2). Для начала работы программы необходимо загрузить такие отчеты как: бухгалтерский баланс, отчет о финансовых результатах, отчет об изменении капитала, отчет о движении денежных средств и приложение к бухгалтерскому балансу. Каждая группа показателей финансового состояния предприятия вынесена в отдельный пункт меню, что облегчает их поиск. Так же система дает возможность расчета показателей, необходимых для сдачи

отчетности (например, Приказ Минфина РФ №84н от 28.08.2014 г.).

ФинЭкАнализ 2016 позволяет рассчитывать такие показатели эффективности как показатели платежеспособности, рыночной устойчивости, финансовой устойчивости, ликвидности баланса, деловой активности и так далее.



Рис. 2. Интерфейс программы для анализа эффективности предприятия «ФинЭкАнализ 2016»

Кроме расчета коэффициентов, система проводит анализ каждой группы показателей.

Достоинства:

1. Понятный интерфейс
2. Возможность автоматического составления отчетов по показателям эффективности предприятия
3. Довольно низкая цена
4. Возможность экспорта отчетов и результатов в MS Word и Open Office
5. Возможность импорта файлов из программного средства 1С
6. Возможность анализа эффективности фирмы в динамике

Недостатки:

1. Отсутствие бесплатной версии
2. Отсутствует анализ каждого показателя эффективности по отдельности

Проанализировав систему ФинЭкАнализ 2016, можно заключить, что эта программа очень хороший способ оценки эффективности предприятия, так как он более адаптирован под российского пользователя.

Audit Expert 4 – программа, позволяющая оценить эффективность предприятия [3]. Выпускается в двух версиях: Standart (75000 руб.) и Professional (125000 руб.), - каждая из которых может быть подобрана на основе специального теста, предлагаемого разработчиками программного продукта. Система рассчитана на финансово-экономические службы банков, крупных компаний и аудиторских служб.

Анализ предприятия в данной системе основывается на двух формах отчетности: бухгалтерский баланс и отчет о финансовом состоянии. Audit Expert 4 позволяет осуществить экспресс анализ финансового состояния предприятия, коэффициентный анализ (позволяет подобрать необходимые

коэффициенты эффективности предприятия индивидуально для каждой фирмы), настроить отчеты по деятельности, автоматически выводит экспертные заключения, а так же в системе существует возможность реализации собственных методик финансового анализа. Кроме того, в Audit Expert 4 можно проанализировать операционные и финансовые риски и возможные финансовые стратегии предприятия. Интерфейс программы сложен для неподготовленного пользователя, поэтому компания – разработчик предлагает курсы по обучению работы с системой.

Достоинства:

1. Возможность добавления собственных методик расчета
2. Для проведения анализа необходимо загрузить всего 2 формы отчетности
3. Возможность технической поддержки ПО

Недостатки:

1. Высокая цена
2. Отсутствие бесплатной или демо-версии
3. Сложный для восприятия интерфейс

Таким образом, Audit Expert 4 – неплохое решение для крупных компаний, так как лицензия распространяется на всю фирму, но для мелких и средних организаций лучше посмотреть другие варианты систем.

QlikView – система для анализа и работы с данными [4]. Данная программа не является специализированной для анализа эффективности предприятия, но на ее основе можно создать собственную модель оценки финансового положения фирмы. Основным её преимуществом является высокая точность получаемых данных, хорошая визуализация результатов, высокая производительность. На основе QlikView можно создать персонализированное, удобное для пользователя приложение для анализа предприятия. Интерфейс приложения удобный, легкий для понимания.

Достоинства:

1. Имеет мобильную версию
2. Можно скачать бесплатную версию
3. Возможность создания индивидуальной среды анализа
4. Понятный интерфейс
5. Возможность интеграции с другими приложениями анализа и сбора данных

Недостатки:

1. Анализ проводится самим руководителем, программа помогает только рассчитать и оформить данные
2. Только английская версия

QFinAnalysis – система для оценки состояния предприятия, созданная в среде Excel [5]. Эта программа распространяется бесплатно. Система имеет множество вариантов расчета показателей по различным группам оценки эффективности. Так же программа позволяет оценить риск банкротства с помощью нескольких моделей (логистическая, множественного дискретного

анализа). Кроме того, на основе QFinAnalysis можно управлять структурой капитала, повысить эффективность использования ресурсов, разработать политику отношений с кредиторами и дебиторами. Интерфейс системы интуитивно понятен пользователю

Достоинства:

1. Программа бесплатна
2. Не требует установки и подключения к сети Интернет
3. Дает возможность оценить вероятность банкротства предприятия на основе 23 методик

4. Понятна всем, кто работал со средой Excel

Недостатки:

1. Анализ проводится руководителем
2. Данные вносятся вручную

Вывод:

Проанализировав 6 наиболее распространенных программных средств, используемых в анализе эффективности предприятия, я пришел к выводу, что наилучшим из представленных является ФинЭкАнализ 2016. Это наиболее полная, удобная для работы и анализа программа. Она позволяет не только рассчитать коэффициенты эффективности, но и автоматически анализирует их, а так же составляет отчетность необходимую для сдачи в государственные органы. Кроме того, у неё достаточно понятный интерфейс, что очень удобно для пользователей, незнакомых с программой.

Использованные источники:

1. Официальный сайт Ready Ratios [Электронный ресурс]. - URL: <http://www.readyratios.com/>
2. Финансовый анализ, все о финансовом анализе [Электронный ресурс]. - URL: <http://1fin.ru/?id=131>
3. Официальный сайт Expert systems [Электронный ресурс]. - URL: <https://www.expert-systems.com/financial/ae/>
4. Официальный сайт Qlik [Электронный ресурс]. - URL: <http://global.qlik.com/ru>
5. Analytics, решения для бизнес-анализа [Электронный ресурс]. - URL: <http://4analytics.ru/programmi-dlya-analiza/finansoviiie-analiz-predpriyatiya-za-5-minut-qfinanalysis.html>

*Ерошкина Д.А.
студент-магистр 1-го курса
«Национальный Исследовательский Нижегородский
Государственный Университет им. Н.И. Лобачевского»
факультет «Институт экономики и предпринимательства»
Россия, г. Нижний Новгород*

ПРОБЛЕМА АДАПТАЦИИ НОВОГО СОТРУДНИКА В КОМПАНИИ

Аннотация: Данная статья посвящена проблеме адаптации в компании. Рассмотрено понятие адаптации, ее виды и этапы профессиональной адаптации.

Ключевые слова: адаптация персонала, классификация адаптации, управление адаптацией, факторы адаптации, эффективность адаптации

Eroshkina Darya Alexandrovna, student-master 1-year National Research Nizhny Novgorod State University. N. And. Lobachevsky" faculty "Institute of Economics and entrepreneurship" Russia, Nizhniy Novgorod

THE PROBLEM OF ADAPTATION OF A NEW EMPLOYEE IN THE COMPANY

Abstract: This article deals with the problem of adaptation in the company. Examines the concept of adaptation, its types and stages of professional adaptation.

Key words: staff adaptation, classification, adaptation, management, adaptation, factors of adaptation, effectiveness of adaptation

В настоящее время очень большое внимание компании уделяется таким мероприятиям, как отбор, переподготовка и аттестация, и совсем мало адаптации новых сотрудников. Вопрос адаптации нового сотрудника, как для компании, так и для самого сотрудника имеет большое значение. Как правило, новый сотрудник сталкивается с массой трудностей на новом рабочем месте, чувствует себя некомфортно и не может в полной мере применить все знания и опыт на практике.

В работах Н.Е. Серебровской отмечается, что система адаптации персонала нацелена на минимизацию риска «потерять» сотрудника на этапе адаптации. И перечисляются проблемы, с которыми может столкнуться сам новичок и его кураторы. Знание подобных трудностей во многом облегчит работу задолго до того, как начнется планирование адаптации персонала в целом и каждого конкретного нового работника в частности. Итак, проблемы адаптации у новых сотрудников, которые затрудняют применение технологии адаптации персонала[5]:

Профессиональные проблемы. Например, незнание производственного процесса; отсутствие особых навыков работы, необходимых по причине специфики производства; незнание алгоритмов работы, принятых в компании; отсутствие сведений о стратегии развития компании и концепции работы отдела и др. [5]

Социально-психологические проблемы. Например, незнание корпоративной культуры, традиций отдела; стресс, нервозность,

подавленность; незнание особенностей быта, условий труда; диссонанс личностных особенностей и корпоративных ценностей; отсутствие знаний об особенностях организации труда, неофициально принятого режима работы и др.[5]

От того насколько быстро он адаптируется, будет зависеть и непосредственно успех работы компании. Поэтому проблема профессиональной адаптации, является актуальной в наше время.

В своих работах А. Я. Кибанов дает следующее определение адаптации: "Адаптация - это взаимное приспособление работника и организации, основывающееся на постепенной вработываемости сотрудника в новых профессиональных, социальных и организационно-экономических условиях труда" [3].

Существенно ускоряют профессиональную адаптацию профессиональное обучение на рабочем месте (наставничество) и вне рабочего места (семинары, курсы), наличие подробного описания работы и т. д. [1]

Трудовая адаптация сотрудника состоит из профессиональной, социально-психологической, психофизиологической, общественно-организационной, экономической и культурно-бытовой адаптации.[2]

Профессиональная адаптация заключается в освоении профессиональных возможностей (знаний и навыков), специфики и тонкостей профессии, а также в формировании профессионально необходимых качеств личности, положительного отношения к своему труду. Или в другом случае профессиональная адаптация подразумевает изменение знаний и навыков сотрудников к организационным требованиям. [2]

Социально-психологическая адаптация - это освоение человеком социально-психологических особенностей организации и людей работающих в ней, вхождения в сложившуюся в ней систему взаимоотношений, принятие корпоративных ценностей и норм, знакомство с организационной культурой организации. Социально-психологическая адаптация тесно связана с социализацией, т. е. непрерывным процессом передачи ключевых элементов культуры организации ее сотрудникам, включающим в себя как официальные (ознакомление новых сотрудников с основными ценностями), так и неформальные методы (ролевое моделирование с помощью наставников), направленные на формирование определенных установок и поведения работников. [2]

В процессе психофизиологической адаптации сотрудник приспособляется к совокупности всех условий (физические и психические нагрузки, удобство рабочего места и др.), уровню монотонности труда, санитарно-гигиеническим факторам производства оказывающих различное психофизиологическое воздействие на работника во время труда. Иногда в рамках психофизиологической адаптации рассматривают не только физические нагрузки, но и психологические, например стресс и моральное давление.[2]

Организационная адаптация – усвоение работником организационной структуры предприятия, системы управления и обслуживания производственного процесса, режима труда и отдыха и др. Основана на понимании и принятии сотрудником своего организационного статуса. Важная и специфическая сторона организационно-административной адаптации – подготовленность сотрудника к восприятию и реализации нововведений (технического или организационного характера).

Организационно-административная адаптация существенно облегчается, когда нового работника знакомят с историей организации, клиентами и партнерами, разъясняют особенности организационной структуры, ключевые процедуры компании. Часто эта информация предоставляется в форме печатных материалов (положения, стандарты).[2]

Экономическая адаптация позволяет работнику ознакомиться с экономическим механизмом управления организацией, системой экономических стимулов и мотивов, адаптироваться к новым условиям оплаты своего труда и различных выплат.

Культурно-бытовая адаптация – это участие новых работников в традиционных для данного предприятия мероприятиях вне рабочего времени. [2]

Управление адаптацией персонала – важнейший административный процесс для любой организации. Трудоустройство часто становится сильным стрессом для нового сотрудника, и система адаптации может помочь ему освоиться в новых условиях.

В процессе адаптации работник проходит следующие стадии:[2]

1) стадия ознакомления, на которой работник получает информацию о новой ситуации в целом, о критериях оценки различных действий, о нормах поведения;

2) стадия приспособления, когда работник переориентируется, признавая главные элементы новой системы ценностей, но пока продолжает сохранять многие свои установки

3) стадия ассимиляции, когда осуществляется полное приспособление работника к среде, идентификация с новой группой;

4) идентификация, когда личные цели работника отождествляются с целями трудовой организации.

Управление процессом адаптации подразумевает: выделение факторов, влияющих на успешность адаптации; разработку показателей эффективности процесса; определение круга адаптационных мероприятий, а также круга лиц, которые будут реализовывать такие программы и контролировать их реализацию; разграничение сферы ответственности подразделений, включенных в процесс.

Под факторами, влияющими на адаптацию персонала, понимается «совокупность условий и обстоятельств, которые определяют темпы, результат, уровень и устойчивость адаптации»[4].

Как установили отечественные психологи, рациональные, прочные и

вместе с тем достаточно осознанные навыки лучше формируются у новых работников в тех случаях, если учитываются следующие условия.

Во-первых, стимул и интерес к работе, повышающие эффективность упражнений. Молодые работники должны точно знать, каких качественных и количественных результатов им следует добиваться. С этой целью необходимо провести своевременный, четкий инструктаж, а также правильно организовать нормирование и планирование труда.

Во-вторых, для хорошей работы необходим контроль: предварительный, в процессе работы и по ее окончании. При правильно организованном контроле внимание молодых работников будет сконцентрировано на том, чтобы выполнить приемы без ошибок.

В-третьих, с самого начала установка молодых работников должна быть не столько на темп, сколько на качество. Темп должен увеличиваться после того, как операция будет хорошо усвоена и точно выполнена. Но темп должен быть с самого начала достаточно энергичным, но не в ущерб качеству продукции.

В-четвертых, упражнения должны быть систематическими и непрерывными. Перерыв в упражнениях на более или менее значительное время может привести к заметному ослаблению и даже потере приобретенного навыка.

В-пятых, в процессе упражнений происходит перестройка навыка, его совершенствование, отсюда – необходимость формировать у молодых работников стремление улучшать свою работу, повышать ее темп и качество, внося в нее рационализаторское зерно [1].

Таким образом, процессом адаптации невозможно управлять без его планирования, то есть необходим перечень мероприятий связанные с постепенным осваиванием нового сотрудника в компании. Каждый из аспектов адаптации должен взаимодействовать друг с другом, это обеспечит быстроту и успешность адаптации. Правильное функционирование всех этапов адаптации может стать залогом успешного процесса адаптации в целом. Выбор составляющей, которой необходимо уделить наибольшее внимание в каждой определенной ситуации, зависит, главным образом, от конкретной должности, личностных свойств человека, претендующего на ту или иную должность, его культурных ценностей, норм поведения, опыта работы, социальных характеристик.

Использованные источники:

1. Володина, Н.А. Адаптация персонала. Российский опыт построения комплексной системы [Текст] / Н. А. Володина. □□М.: Эксмо, 2009.-124с.
2. Жулина, Е.Г. Экономика и социология труда. Шпаргалка [Текст] / Е.Г. Жулина, Н.А. Иванова . - М.: Ай Пи Эр Медиа, 2009. - 73с.
3. Кибанов А.Я. Основы управления персоналом: учебник. [Текст] / А.Я. Кибанов.- М.: Инфра-М, 2012. – 16с.
4. Салливан Дж. Адаптация новичков. Набор инструментов // Отдел кадров: профессиональный ежемесячный журнал. 2009. - 107-111с.

5. Серебровская, Н.Е. Профессиональная конфликтологическая подготовка специалистов социэкономических профессий в вузовский и послевузовский период (Монография) [Текст] / Н.Е. Серебровская. - Нижний Новгород, НИМБ - 2012.- 170 с.

*Жабелова Г.А.
магистрант 2 г.о.
направление «Менеджмент»
КБГУ им. Х.М. Бербекова
Россия, г. Нальчик*

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ПРОЦЕССА ФОРМИРОВАНИЯ ПОНЯТИЯ «ИВЕНТ»

Аннотация: Рассматривается процесс формирования понятийной системы «ивент», ее историческое становление, сущность всех элементов системы и их взаимосвязь.

Ключевые слова: ивент, ивент-менеджмент, ивент-детельность, событие, управление, менеджмент

Теоретическое исследование необходимо начать с разработки основных понятий, формирующих терминологическую систему «ивент» выявления их сущностных черт и взаимосвязей.

Первые попытки формирования терминологической системы ивента (ивент) предприняли Дж. Голдблатт [13], Д. Гец [12], Д. Уилкинсон [14] в начале 90-х гг. XX века. Позднее Э. Йеттингер, Б. Кнаузе, Р. Мозер, У. Хальцбаур, М. Целлер [8] также уделяют внимание системе «ивент» - терминов, пытаются определить «ивент», «ивент-менеджмент», «ивент-маркетинг». При этом исследователи не стремятся выявить их взаимосвязи, придерживаясь простой логики – «ивент» (специально организованное событие) – «ивент-менеджмент» (технология управления событием) – ивент-маркетинг (инструмент ивент-менеджмента).

Понятие «ивент» трактуется в разрезе нескольких подходов. Некоторые ученые понимают под ивентом мероприятие, любое собрание людей, организованное с определённой целью [10, стр. 3]; другие представляют его как событие, характеризующееся временной и пространственной определённостью [6, стр. 6], спланированностью [11, стр. 18], предназначенностью для определённого круга людей, уникальностью и значимостью для участников [8, стр. 16], а также направленностью на решение конкретных целей и задач [9], достижение которых должно обеспечиваться использованием различных ресурсов [2, стр. 167]; третьи трактуют ивент как проект, реализация которого ограничена конкретными сроками (начала и завершения события), целями и задачами, а также ресурсами [1].

Таким образом, под «ивентом» следует понимать событие в культурно-досуговой и маркетинговой сферах, спланированное и организованное профессионально, которое предназначено для конкретной группы людей и

является для них значимым и уникальным. Организация и проведение события ограничена в пространстве и времени, а также направлена на решение конкретных целей и задач, что обеспечивается использованием различных ресурсов.

Считаем необходимым представить связь основных понятий, структурирующих терминосистему «ивент», – «ивент-деятельность», «ивент-менеджмент», «ивент-проект», «ивент-менеджеры», – в схеме (см. рис. 1).

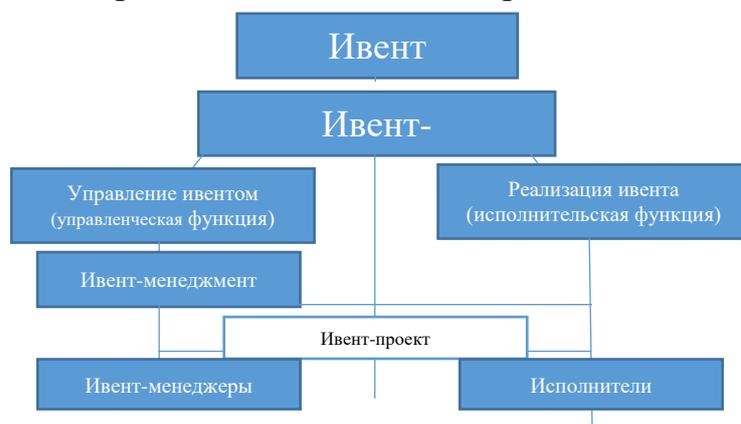


Рис. 1. Понятийная система «ивент»

Итак, понятие «ивент» выступает основанием для построения понятийной системы. Далее мы рассмотрим понятие «ивент-деятельность», которое в общем виде следует трактовать как совокупность операций, включающую в себя разработку, управление и реализацию ивента. Основываясь на субъект-субъектную парадигму и предложенное В.А. Костиным и Т.В. Дуран определение социального управления [5, стр. 32, 50] ивент-деятельность рассматривается нами как деятельность субъектов управления и управляемых субъектов, включающая в себя управленческую и исполнительскую функции, где первая предполагает разработку ивент-проекта и управление процессом по его реализации (ивент-менеджмент), а вторая – непосредственное воплощение ивент-проекта.

В данном случае в качестве субъектов управления [5, стр. 14] представляется ивент-менеджер – специалист, который разрабатывает ивент-проект, осуществляет управление процессом их воплощения, а под управляемыми субъектами – исполнителей, то есть тех специалистов, которые непосредственно заняты реализацией программ управления.

Управляемые субъекты – это профессионалы в других областях (специалисты по рекламе – в сфере коммуникации; режиссёры – в сфере художественно-творческой деятельности; звукорежиссёры – в сфере художественной и технической деятельности; ведущие – в сфере актёрского мастерства, и т. д.).

Поскольку исполнительские функции, связанные с ивент-деятельностью, в работе рассматриваться не будут, так как они не осуществляются ивент-менеджерами, являющимися объектом данного исследования, то в дальнейшем анализе нами будет использоваться понятие «ивент-деятельность» в узком значении как деятельность по разработке и

управлению процессом реализации ивент-проекта (ивент-менеджмент).

Поэтому необходимо определить, является ли ивент-деятельность (деятельность ивент-менеджеров) в чистом виде управленческой деятельностью или же она имеет признаки других видов деятельности и специфические черты, присущие только ей. Для этого предлагается сравнительный анализ понимания термина «Ивент-деятельности» посредством различных функций (Таблица 2).

Таблица 2. Сравнительный анализ понимания термина «Ивент-деятельности»

Наименование функции	Перечень	Действия, которые выполняет ивент-менеджер
Управленческие функции	Планирование, регламентация, контроль	Разработка концепции и подробной программы события; описание необходимых ресурсов и средств исполнения разработанной программы, оформление её в виде проектного документа; составление брифов и заданий для сотрудников, которые задействованы в реализации ивент-проекта; осуществление логистики ивент-проекта и оценивание рисков; управление деятельностью всех служб ивент-проекта; выполнение контроля ивент-проекта и т. д.
Сервисно-управленческие функции	Информационные, коммуникационные и связанные с отбором кадров	Сбор, изучение и анализ требования клиентов, работа с большим объёмом информации; осуществление поиска и привлечения новых клиентов, разработка коммерческих предложений, ведение работы с тендерной документацией; обеспечение клиента требуемой устной и письменной информацией, проведение необходимых встреч с ним; реализация поиска, отбора наиболее выгодных по стоимости, срокам и качеству обслуживания организаций, заключение договоров с субподрядчиками, необходимыми для реализации проекта, поддерживает коммуникацию с ними; организация и проведение тендеров среди подрядчиков на оказание услуг; управление персоналом, который участвует в подготовке и реализации ивент-проекта и др.
Функции художественно-творческой деятельности	Культуротворческая; преобразующая;	Создание условий для развития духовных сил и способностей участников ивента посредством включения их в активную творческую деятельность; обеспечение идейно-эстетического воздействия на потребителя ивент-услуг, привитие ему определенных вкусов, идеалов; комбинирование, варьирование имеющихся знаний из разных областей (маркетинга, социально-культурной деятельности, менеджмента и т. д.) для построения адекватного потребностям, целям и задачам клиента и интересам потребителя уникального ивент-проекта; использование технологии мозгового штурма, техники поиска оригинальных идей в процессе выработки и построения концепции ивент-проекта и др.

Аналитическая, производственная, сбытовая и др. Разработка для клиента маркетингового ивент-проекта и обеспечение управления им, но и о самомаркетинге. Ивент-менеджер должен быть способен, проанализировав имеющиеся на рынке ивент-услуги, предложить уникальный ивент-продукт, обеспечить процессы его производства и вывода на ивент-рынок. Создание условий для эффективной коммуникации между потребителями ивент-услуг и исполнителями ивент-проекта в целях установления эмоционального контакта и вовлечения потребителя в культуру бренда; владение технологиями организации различных маркетинговых ивентов (корпоративных событий, событий для партнёров и СМИ и др.), понимание их значения для формирования корпоративной культуры организации и формирования бренда компании; отслеживать эффективность ивент-проекта, готовить аналитические справки и статистические отчёты по проектам; формировать и контролировать бюджет события, представлять финансовый отчёт клиенту и т. д.

Источники: [4; 7, стр. 69; 3, стр. 117;]

В процессе реализации ивент-проекта у клиента могут возникать различные требования, поэтому менеджер в процессе работы должен быть готов выполнять неодинаковые функции. Так, цели ивент-проекта могут задаваться клиентом, они могут быть плодом совместной работы ивент-менеджера и заказчика или ивентора, заказчика и приглашённого специалиста по маркетингу, рекламе, режиссёра – всё зависит от требований и возможностей клиента. Нормы к реализации ивент-проекта также могут задаваться клиентом, но могут и разрабатываться ивент-менеджером. Отчетность мероприятия, оценка эффективности события может быть делегирована особым специалистам (например, службе маркетинга предприятия-заказчика) или быть закреплена за самим ивент-менеджером. Управление событием, координация деятельности всех служб и специалистов, задействованных в реализации ивент-проекта, обеспечение его качественной реализации в установленные сроки – это основные функции ивентора, которые сохраняются за ним при любых обстоятельствах.

На основе проведенного анализа можно сделать следующие выводы: ивент-деятельность – это вид деятельности, характеризующий следующие черты и особенности:

- системность - предполагается совмещение в ивент-деятельности и управленческой, и исполнительской деятельности, которые осуществляются ивент-менеджерами, выполняющими управленческие функции, и исполнителями, реализующими исполнительские функции;
- субъект-субъектная связь между ивент-менеджером и исполнителями в процессе ивент-деятельности, между ивент-менеджером и заказчиком ивент-услуг в процессе разработки и реализации ивент-проекта;
- ограниченность ивент-деятельности и ивент-проекта как результата этой деятельности потребностями и финансовыми возможностями заказчика.

Для качественного осуществления ивент-деятельности ивент-менеджеру необходимо владеть знаниями и умениями, относящимися к этим профессиональным областям.

Именно уникальность содержания создаваемого в процессе ивент-деятельности ивента и его уникальность для потребителя, а также специфика знаний и умений, необходимых ивент-менеджеру для разработки и управления ивентом, позволяют говорить об ивент-деятельности как об особом виде деятельности. А поскольку ивент-деятельность специфична, она требует и особого менеджмента – ивент-менеджмента.

Так, под ивент-менеджментом в общем виде предлагаем понимать организационную деятельность управленческого характера, включающую в себя выработку ивент-проекта и контроль за его реализацией.

Полагаем, что содержание ивент-менеджмента и ивент-деятельности определяется ивент-проектом. Под ивент-проектом мы будем понимать упорядоченную структуру события, состоящую из целевой, нормативной, оценочной, ресурсной подсистем, реализация которых зависит от управляющей и исполнительной подсистем.

Полагаем, что качество реализации ивент-проекта зависит как от управляющей подсистемы (субъекта управления, ивент-менеджера, разработчика и координатора ивент-проекта), так и от исполнительной подсистемы (управляемых субъектов, исполнителей ивент-проекта: ведущего, режиссёра, оформителя, звукооператора и т. д.). Видится, что слаженность действия всех подсистем ивент-проекта (целевой, нормативной, оценочной, ресурсной, а также исполнительной) обеспечивается управляющей подсистемой или деятельностью субъекта управления, ивент-менеджера. Таким образом, необходимо остановиться ещё на одном понятии – «ивент-менеджеры».

Ивент-менеджеры выступают субъектами управления. Они выполняют ряд функций по проектированию и управлению ивент-проектом, а именно разрабатывают ивент-проекты; организуют свою деятельность и деятельность управляемых субъектов по реализации ивент-проекта.

Разработанная понятийная система позволяет конкретизировать сущность исследуемых понятий, их взаимосвязи, даёт возможность сконструировать более чёткое представление о феномене ивента. Таким образом, в ходе теоретического анализа нами доказывается, что ивент – это событие, создающееся в процессе ивент-деятельности. Ивент-деятельность, в свою очередь, представляет собой специфический вид деятельности, включающий в себя управленческую и исполнительскую деятельность. Управление событием есть ивент-менеджмент. Содержанием ивент-менеджмента выступает ивент-проект, который разрабатывается и управляется ивент-менеджерами и реализуется исполнителями.

Использованные источники:

1. Агафонов, А.В. Проектный подход – наиболее эффективная для предприятий event-индустрии методология управления [Электронный ресурс] / А.В. Агафонов // Теория и практика общественного развития. – 2012. – № 4. – Режим доступа: <http://www.teoria-practica.ru/-4-2012/economics/agafonov.pdf>.
2. Алексеева, О.В. Событийный туризм и ивент-менеджмент [Электронный

- ресурс] / О.В. Алексеева // Российское предпринимательство. –2011. – № 6. – Вып. 2 (186). – С. 167–172. – Режим доступа: <http://www.creativeconomy.ru/articles/12978/>.
3. Голубков, Е.П. Маркетинг для маркетологов / Е.П. Голубков // Маркетинг в России и за рубежом. 2008. № 4. С. 104–122.
 4. Должностная инструкция event-менеджера [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://practice-book.ru/activity-information/region/37/activity/329>.
 5. Дуран, Т.В. Теория социального управления : учебное пособие / Т.В. Дуран. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2011. – 188 с.
 6. Ирисханова, О.К. Семантика событийных имен существительных в языке и речи : автореф. дис. ... докт. филол. наук : 10.02.19 / Ирисханова Ольга Камалудиновна. – М. : МГЛУ, 1996. – 21 с.
 7. Костин, В.А. Основы менеджмента : учебное пособие / В.А. Костин, Т.В. Костина. – Екатеринбург : УрАГС, 2007. – 204 с.
 8. Хальцбаур, У. Event-менеджмент / У. Хальцбаур, Э. Йеттингер, Б. Кнаузе, Р. Мозер, М. Целлер ; перевод с нем. Т. Фоминой. – 2-ое изд., доп. – М. : Эксмо, 2007. – 382 с.
 9. Шумович А.В. Великолепные мероприятия: технологии и практика event management. М. : Манн, Иванов и Фербер, 2006.
 10. Carter, L. Event planning / L. Carter. – Bloomington : AuthorHouse, 2007. – 148 p.
 11. Getz, D. Event studies : theory, research and policy for planned event D. Getz. – Burlington : Butterworth-Heinemann, 2007. – 480 p.
 12. Getz, D. Festivals, special events, and tourism / D. Getz. – N. Y. : Van Nostrand Reinhold, 1991. – 374 p.
 13. Goldblatt, Joe J. *Special events : the art and science of celebration*. – N. Y. : Van Nostrand Reinhold, 1990.-386 p.
 14. Wilkinson, D.G. The event management and marketing institute / D.G. Wilkinson. – Ontario : Wilkinson Group, 1993. – 837 p.

*Заднепрянская И. С.
студент 2 курса
«Институт Управления»
Белгородский государственный национальный
исследовательский университет
Усманов Д.И., к.э.н.
научный руководитель, старший преподаватель
кафедры менеджмента организации
«Институт управления»
Россия, г. Белгород*

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В РОССИИ

В работе представлен анализ становления и развития предпринимательства в России. Также рассмотрены условия связанные с формированием благоприятного предпринимательского климата.

Ключевые слова: предпринимательство, условия, господдержка, экономическое развитие.

Предпринимательство (предпринимательская деятельность) – экономическая деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от производства и продажи товаров, оказания услуг.

В России становление и развитие предпринимательства имеет свои особенности, важнейшей из которых является то, что предпринимательство недостаточно развитое явление.

Становление и развитие рыночной экономики в России изменило социальную структуру общества, привело к появлению новых слоев и социоструктурных образований. Речь идет о наемных работниках и работающих не по найму (91,4 % и 8,6 % соответственно в структуре занятого населения). Среди последних выделяются работодатели, самостоятельно занятые, члены производственных кооперативов на семейном предприятии, т. е. те, кто по определению Федеральной службы государственной статистики, называется «работодателями».

В России предпринимательство, особенно производственное, находится в начальной стадии. На сегодняшний день производственным предпринимательством занято приблизительно 4 %, финансовой деятельностью – 3 %, коммерческой – 93 %. Предпринимательство в России зарождалось, прежде всего, в сфере торговли, где главным источником дохода является разница в ценах при покупке и продаже товаров. Расширение слоя предпринимателей предполагает появление людей, концентрирующих в своих руках большие денежные средства, причем в короткие сроки.

Коммерческо-торговое предпринимательство – основной вид российского предпринимательства. Предприниматель здесь выступает в качестве непосредственного торговца, доводя готовые товары до конкретных потребителей. Для успешного занятия этим видом предпринимательства необходимо досконально знать неудовлетворенный спрос потребителей, быстро реагировать на изменения спроса, предлагая соответствующие товары или их аналоги. Торговое предпринимательство более мобильно, так как непосредственно связано с конкретными потребителями. Для его развития необходимы как минимум два условия; относительно устойчивый спрос на продаваемые товары (поэтому необходимо хорошее знание рынка) и более низкая закупочная цена товаров у производителей, что позволяет торговцам возместить торговые издержки и получить необходимую прибыль. Торговое предпринимательство связано с относительно высоким уровнем риска (особенно при организации торговли промышленными товарами длительного пользования).

В Российской Федерации на данный момент существует множество различных коммерческих организаций. Развитие способствует улучшению экономики страны, увеличению денежных средств в бюджете на различных уровнях, созданию дополнительных рабочих мест, снижению безработицы, снижению социальной напряженности в обществе.

Развитию предпринимательства в России на современном этапе уделяется повышенное внимание. Руководство страны сознает, как для успешного развития экономики, увеличения ВВП, так и для решения широкого спектра социальных проблем.

Нынешняя политика государства направлена на стимулирование предпринимательской деятельности и вовлечение в сферу малого и среднего предпринимательства как можно большего числа трудоспособного населения страны.

Значительному количеству предпринимателей, введение упрощенной системы налогообложения и единого налога на доход, позволило снизить время заполнения сложных форм отчетов, позволив тем самым больше времени уделять непосредственно делу.

В большой мере развитие предпринимательства зависит от масштабов его финансовой поддержки со стороны государства. Рост числа новых малых предприятий, увеличение объемов выпуска продукции, продаж и оказание услуг действующими малыми предприятиями и индивидуальными предпринимателями без образования юридического лица зависят от нескольких условий.

Первое условие связано с формированием благоприятного предпринимательского климата. Для этого необходима реализация в регионах и муниципалитетах принятых Государственной думой законов о де бюрократизации.

Второе условие – необходимость скорейшего и резкого уменьшения налоговой нагрузки, прежде всего для начинающих предпринимателей.

Третье условие – необходимость концентрации финансовых средств, поступающих на поддержку малых предприятий из федерального и регионального бюджетов.

Четвертое условие – налаживание межведомственной координации и установление контроля в сфере малого предпринимательства на федеральном уровне за реализацией решений президента РФ.

Пятое условие – активизация потребительского спроса и постепенное преодоление доминирующего (из-за бедности 30 – 40 % населения) консервативного типа потребительского поведения. На мой взгляд, это условие имеет особое значение. Низкий уровень спроса не способствует обновлению ассортимента товаров и услуг, освоению новых технологий в производстве и торговле.

Подводя итог, следует сказать, что современное положение нашей страны показывает, что без сильного производственного предпринимательства нет нормальной экономики, нет гарантированной социальной жизни, нет здорового общества. В связи с этим приходится удивляться, что в России не создано и пока еще не наблюдается стремление к созданию так называемого предпринимательского пространства, включающего в себя правовую, социальную и экономическую сферы. Возрождение нормальных, естественных условий нашего бытия

ориентировано на возврат в общее русло развития цивилизации.

Возможные направления преодоления препятствий: укрепление стабильности экономического развития; совершенствование правового воздействия и повышения правовой культуры населения; создание современного законодательства о предпринимательстве; неукоснительное выполнение законов и иных правовых актов; активизация деятельности самих предпринимателей и ряд других.

За предпринимательством в России будущее. Но следует помнить, что только глубокая вера в свои собственные силы предпринимателей, их способность к объединению для защиты свободного предпринимательства может стать залогом всех позитивных достижений и перемен в экономике.

Использованные источники:

1. Журавлёв А. Л. Перспективы предпринимательства и приватизации в России: политика и общественное мнение. – 2010. - №1
2. Позняков В.П. Российские предприниматели в современной социальной структуре. – 2012. – № 5
3. Чередниченко В.А., Шапиро В.Д. Россияне о предпринимательстве и предпринимателях. – 2009. – № 10
4. Шамхалов Ф.И. Государство и экономика. Власть и бизнес. – 2010.

*Кардасова А.Д.
студент 3 курса
Харченкова Г.И., к.техн.н.
доцент*

*Амурский государственный университет
Россия, г. Благовещенск*

НАПРАВЛЕНИЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПЛАНИРОВАНИЯ ЗАКУПОК МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКИХ РЕСУРСОВ ООО «СВС РЕГИОН»

В статье рассматриваются понятие и сущность закупочной логистики, этапы планирования закупочной деятельности предприятия. Также представлены результаты анализа закупочной деятельности ООО «СВС Регион», сравнительный анализ объема продаж и объема закупок. В заключении предложены мероприятия по совершенствованию закупочной деятельности на рассматриваемом предприятии.

Ключевые слова: планирование, закупочная деятельность, продажи, закупки, совершенствование, предприятие, план закупок.

DIRECTIONS OF PERFECTION OF PLANNING OF PURCHASES OF MATERIAL RESOURCES OF «SVS REGION»

The article discusses the concept and nature of the procurement logistics, procurement planning stages of the enterprise. Also pre-presented results of the analysis of procurement of "SHS State", a comparative analysis of sales and the

volume of purchases. In conclusion, proposed measures to improve procurement activities in the enterprise in question.

Key words: planning, procurement, sales, purchasing, improving, enterprise procurement plan.

Логистика – часть экономической науки и область деятельности, предмет которых заключается в организации и регулировании процессов продвижения товаров от производителей к потребителям, функционирования сферы обращения продукции, товаров, услуг, управления товарными запасами, создания инфраструктуры товародвижения.

Выделяют различные подсистемы логистики: закупочная, распределительная, транспортная, логистика запасов и многие другие.

Закупочная логистика является одной из основных логистических подсистем и изучает процесс движения сырья, материалов, комплектующих и запасных частей с рынка закупок до складов предприятия. Закупочная логистика является одной из важных частей общественного производства, охватывает значительную часть сферы обращения, обеспечивает физическое перемещение материальных ресурсов как от производителя до потребителя, так и внутри предприятия.

Актуальность данной темы обуславливается тем, что любое предприятие имеет службу, осуществляющую закупку, доставку и временное хранение сырья, полуфабрикатов и товаров народного потребления. От налаженной системы снабжения во многом зависит как эффективность отдельных звеньев предприятия, так и всей деятельности в целом.

План материально-технического обеспечения производства (МТО) является одним из основных разделов плана экономического и социального развития предприятия. Разработка планов МТО способствует успешному решению проблем обеспечения сырьем, материалами, комплектующими, топливом, энергией и другими видами ресурсов, необходимых для осуществления процесса производства. Одновременно с этим в плане материально-технического обеспечения определяются поставщики и сроки поставок материалов.

В настоящее время система материально-технического обеспечения претерпела существенные изменения. Предприятия самостоятельно организуют материально-техническое обеспечение исходя из сложившейся конъюнктуры рынка, возможностей потенциальных партнеров, информации о колебании цен путем приобретения ресурсов на рынке товаров и услуг. Приобретение ресурсов на рынке товаров и услуг осуществляется предприятиями по прямым договорам, в оптовой торговле, в том числе на ярмарках, аукционах и у организаций материально-технического снабжения, а также у других посреднических организаций.

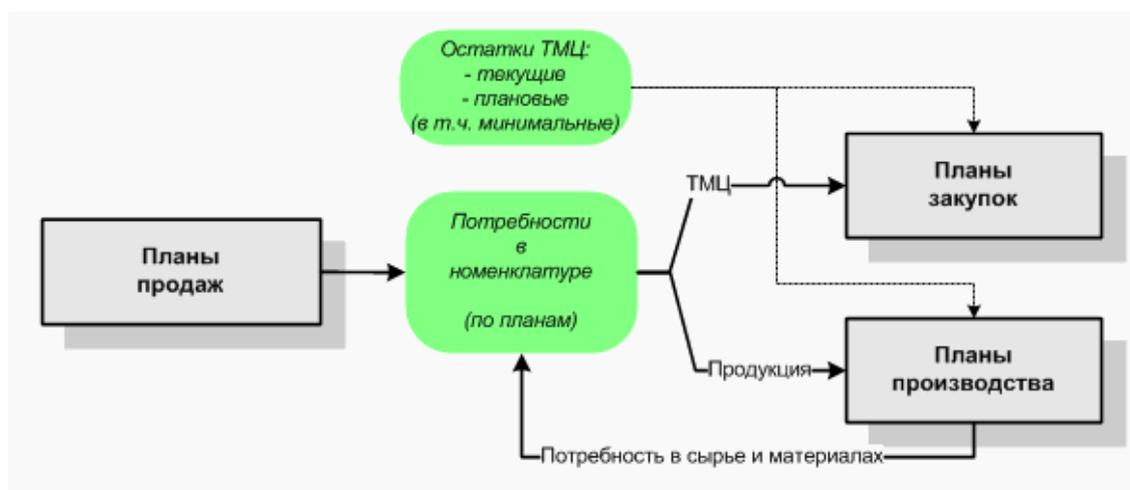


Рисунок 1 – Планирование закупочной деятельности

Любая закупка начинается с определения общей потребности компании и индивидуальных потребностей каждого ее подразделения. Имея такую информацию, можно получить материальные ресурсы со склада либо путем перемещения избытка товаров из другого подразделения, либо покупая новые товары. Такая информация содержится в плане закупок, главной целью которого является обеспечение согласованности действий всех внутрифирменных подразделений и должностных лиц предприятия по решению таких задач снабжения, как определение потребности и расчет количества заказываемых материальных ресурсов; определение метода закупок и заключение договоров на поставку материальных ресурсов; организация контроля над количеством, качеством, сроками поставок и организация размещения материальных ресурсов на складе и т. п.

Объектом исследования является предприятие ООО «СВС Регион». Компания «СВС Регион» является импортером сувенирной продукции ведущих мировых производителей. Компания поставляет оригинальные и необычные подарки, сувениры, удивительные и полезные товары для дома по всем городам РФ, а также ряду стран СНГ.

ООО «СВС Регион» также является крупнейшим поставщиком удивительных ТВ-товаров для дома, кухни, товаров для красоты и здоровья. Компания поставляет товары в крупные оптовые торгово-закупочные предприятия, интернет-магазины, оптовые рынки и ярмарки, предприятия малого бизнеса, а также физическим лицам, в том числе организаторам совместных покупок. Данные товары имеют масштабную рекламную поддержку по телевидению, Интернету, в печатных изданиях.

Компания предоставляет услуги по продаже товаров для дома, офиса, красоты и здоровья, игр и головоломок, хобби и увлечений, аксессуаров, а также предоставляет услуги по праздничному оформлению помещений воздушными шарами.

Определяющим фактором развития производства являются кадры предприятия, непосредственно выполняющие те или иные функции хозяйственной деятельности.

В ООО «СВС Регион» трудовой коллектив включает в себя четырех сотрудников, а именно директора, менеджера, web-дизайнера и заведующего складом.

В таблице 1 представлен товарооборот компании за 2013-2015 годы.

Таблица 1 – Товарооборот ООО «СВС Регион» за 2013-2015 годы (руб.)

Месяц	2013 год	2014 год	2015 год
1	2	3	4
Январь	1 238 294	2 180 236	864 858
Февраль	1 053 627	1 761 383	1 364 527
Март	725 235	1 391 585	765 363
Апрель	260 964	1 021 787	628 433
Май	458 714	995 108	611 887
Июнь	534 618	734 868	567 294
Июль	640 359	621 907	605 806
Август	385 769	408 906	423 894
Сентябрь	1 095 354	745 834	698 735
Октябрь	1 221 265	1 484 335	1 158 367
Ноябрь	2 926 405	2 364 172	1 103 431
Декабрь	1 412 301	1 103 600	1 096 627
Итого	11 952 912	14 813 727	8 889 228

На основании полученных данных можно сделать вывод, что, в общем, товарооборот организации в 2014 году по сравнению с 2013 годом увеличился, а именно на 2860815 руб., однако в 2015 году по сравнению с 2014 товарооборот снизился на 5816499 руб. Увеличение товарооборота в 2014 году произошло в январе, феврале, марте, апреле, мае, июне, августе и октябре, что положительно отразилось на увеличении товарооборота за весь год. Отрицательно повлияли на сумму общего увеличения товарооборота результаты таких месяцев, как июль, сентябрь, ноябрь и декабрь. Таким образом, за счет увеличения товарооборота в 2014 году компания смогла расширить свой ассортимент продукции, тем самым повысив свою конкурентоспособность на рынке.

Для того чтобы сравнить объем закупок и объем продаж, а соответственно оценить закупочную деятельность ООО «СВС Регион» составим таблицы 2 и 3.

Таблица 2 – Сравнение затрат на закупки и объема продаж товаров в 2014 году

Продукция	Затраты на закупку (руб.)	Объем продаж по закупочным ценам (руб.)	Абсолютное отклонение (руб.)	Удельный вес остатков товара в общем объеме остатков, %
1	2	3	4	5
Товары для дома	1673421	715637	957783	35
Товары для офиса	974131	661299	312832	11
Игры и головоломки	718721	677909	408115	2
1	2	3	4	5
Хобби и увлечения	1459108	1069308	389799	14
Красота и здоровье	1237601	796469	441132	16
Аксессуары	1123711	747513	376198	13
Товары к празднику	997305	758346	238958	9
Итого	8184000	5426484	2757516	100

Таблица 3 – Сравнение затрат на закупки и объема продаж товаров в 2015 году

Продукция	Затраты на закупку (руб.)	Объем продаж по закупочным ценам (руб.)	Абсолютное отклонение (руб.)	Удельный вес остатков товара в общем объеме остатков, %
Товары для дома	1463032	556626	906405	24
Товары для офиса	872443	527515	344928	9
Игры и головоломки	659946	410314	249632	7
Хобби и увлечения	1254782	492284	762497	20
Красота и здоровье	117138	498711	618427	16
Аксессуары	898246	425882	472363	13
Товары к празднику	954129	548799	405329	11
Итого	7219719	3460135	3759584	100

Проанализировав полученные результаты в таблицах 2 и 3 можно сделать вывод, что закупки товаров осуществляются предприятием не эффективно, так как остаются значительные неоправданные запасы товаров, которые в следующем году уже могут не пользоваться спросом и соответственно не принесут прибыли. Наибольшую долю остатков на складе составляют товары для дома, товары для хобби и увлечения, красоты и здоровья.

Данная проблема существует на предприятии по причине того, что директор при планировании закупок опирается лишь на личный опыт и личные предположения будущего спроса, не анализируя реальные показатели объема продаж по закупочным ценам и категориям товаров.

Эффективное планирование состоит в оптимальном выборе момента закупки и объема закупки. Для такого выбора в каждый момент времени

достаточно располагать такой информацией, как объем текущих товарных остатков, ожидаемое время от заказа до появления товара в магазине, объем уже сделанных, но еще не доставленных заказов, прогноз объема продаж на будущее и размер страхового (неснижаемого) запаса. Прогноз продаж обычно осуществляется либо опытными экспертами, либо специализированными системами, а страховой запас вычисляется с учетом возможных колебаний спроса и задержек в доставке.

В качестве основы для оптимального выбора параметров закупки необходим прогноз будущих продаж каждого товара и вычисляемый на его основе прогноз товарных остатков.

Так как все предыдущие данные (закупки и продажи) были представлены в закупочных ценах, то и план продаж на 2016 год будет рассчитан по закупочным ценам.

В связи с кризисной ситуацией в стране, нестабильным рынком, компания ООО «СВС Регион» предполагает, что по сравнению с 2015 годом продажи увеличатся примерно на 5 %, поэтому ставится цель достигнуть именно этого уровня продаж. При помощи данных таблицы 6 рассчитаем объем продаж по категориям товаров на 2016 год.

Таблица 4 – План продаж на 2016 год в закупочных ценах

Продукция	Квартал, руб.				Итого, руб.
	I	II	III	IV	
1	2	3	4	5	6
Товары для дома	211443	94080	94764	184170	584456
Товары для офиса	120351	166354	101655	165530	553890
Игры и головоломки	97486	110166	98987	124190	430829
Хобби и развлечения	157228	102219	107593	149857	516897
Красота и здоровье	123493	95036	89368	215747	523645
Аксессуары	87823	107408	85530	166414	441175
Товары к празднику	110698	85556	101367	278617	576238
Итого	908552	760818	679264	1284525	3627130

Как отмечалось ранее, при планировании закупочной деятельности на данном предприятии директор должен знать остаток товаров на складе, спрос на продукцию по товарным группам и показатели объема продаж по категориям товаров также за определенные периоды времени (в данном случае за кварталы). На основе вышеперечисленных данных составим план закупок товаров по категориям ООО «СВС Регион».

Таблица 5 – План закупки товаров на 2016 год

№	Предмет договора	Сведения о начальной (максимальной) цене договора (стоимости товара), руб.	График осуществления процедур закупки	
			Планируемый период размещения извещения о закупке (месяц, год)	Срок исполнения договора (месяц, год)
1	Товары для дома	150000	06.2016	07.2016
2	Товары для офиса	200000	04.2016	05.2016

3	Товары для офиса	150000	07.2016	08.2016
4	Игры и головоломки	110000	04.2016	05.2016
5	Игры и головоломки	200000	07.2016	08.2016
6	Хобби и развлечения	120000	08.2016	09.2016
7	Красота и здоровье	100000	05.2016	06.2016
8	Красота и здоровье	50000	09.2016	10.2016
9	Аксессуары	100000	04.2016	05.2016
10	Аксессуары	150000	07.2016	08.2016
11	Товары к праздникам	150000	01.2016	02.2016
12	Товары к праздникам	200000	09.2016	10.2016
Итого		1690000	-	-

Примечание: закупка товаров осуществляется в электронной форме, все товары соответствуют требованиям к качеству.

План закупок не является обязательным к точному исполнению и может корректироваться и конкретизироваться в течение года с учетом изменений спроса потребителей.

Товарооборот характеризует объем деятельности торгового предприятия и является основным показателем деятельности и развития. Он характеризует уровень и структуру удовлетворения потребностей населения в товарах народного потребления.

В показателе товарооборота находят свое отражение:

- процесс материального движения товаров из сферы производства и обращения в сферу потребления;

- процесс реализации стоимости и потребительной стоимости товаров в условиях определенного уровня цен.

По прогнозным значениям товарооборот ООО «СВС Регион» за 2016 год составит 10383682 руб. Так как 2016 год еще не закончился, не возможно в полной мере оценить эффективность влияния составленного плана закупок на товарооборот, но можно предположить, что большая часть товаров на складе, с учетом остатков с прошлого года и закупок новых товаров, будет продана и принесет компании прибыль.

Для того чтобы рассчитать товарооборот с учетом выполнения плана продаж и плана закупок, необходимо учесть в плане продаж торговую наценку ООО «СВС Регион», которая в среднем составляет 190%.

Таблица 12 – Результаты расчета планируемого товарооборота в 2016 году

Продукция	Планируемый товарооборот при выполнении плана продаж и плана закупок, руб.
Товары для дома	1694922
Товары для офиса	1606281
Игры и головоломки	1249404
Хобби и развлечения	1499001
Красота и здоровье	1518570
Аксессуары	1279407
Товары к празднику	1671090
Итого	10518677

Таким образом, в результате расчета возможного товарооборота при условии выполнения плана продаж и плана закупок, товарооборот за год составит 10518677 руб., что на 134995 руб. больше, чем запланировала компания. Это доказывает эффективность составленного плана закупок на 2016 год и, который даст возможность компании не только выполнить план на 2016 год, но и превысить плановые значения.

Использованные источники:

1. Гаджинский, А. М. Логистика: учебник для высших учебных заведений по направлению подготовки "Экономика" / А. М. Гаджинский. – Москва: Дашков и К, 2013. – 420 с.
2. Маргунова, В.И. Логистика: учебное пособие / В.И. Маргунова. – Минск: Выш. шк., 2011. – 508 с.
3. Палагин, Ю.И. Логистика. Планирование и управление материальными потоками: учебное пособие / Ю.И. Палагин. – Политехника, 2012. – 290 с.

Катаев А.В., к.э.н.

доцент

кафедра Менеджмента и инновационных технологий

Катаева Т.М., к.э.н.

доцент

кафедра Менеджмента и инновационных технологий

Институт управления в экономических, экологических и социальных системах

Южный федеральный университет

Россия, г. Таганрог

ЗАДАЧА МИНИМИЗАЦИИ КОЛИЧЕСТВА ИСПОЛНИТЕЛЕЙ РАБОТ В ПРОЕКТЕ: МАТЕМАТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ И АЛГОРИТМ РЕШЕНИЯ

Статья посвящена разработке и описанию математической модели минимизации членов проектной команды, для использования которой на практике был разработан пошаговый эвристический алгоритм поиска близкого к оптимальному решения. Приведены также принципы и пример его практической реализации.

Ключевые слова: управление проектом, оптимизационная модель, критерий минимизации исполнителей проектных работ.

Kataeva T.M.,

assistant Professor of Management and innovative technologies

Institute of Management in Economic, Ecological and Social Systems

Southern Federal University,

Russia, Taganrog

Kataev A.V.,

assistant Professor of Management and innovative technologies

Institute of Management in Economic, Ecological and Social Systems

Southern Federal University,

THE TASK OF MINIMIZATIONS NUMBER OF CONTRACTORS IN THE PROJECT: MATHEMATICAL MODEL AND SOLUTION ALGORITHM

The article is devoted to the development and description of a mathematical model of minimization of project team members, and to use it in practice was developed step-by-step heuristic algorithm to find near optimal solution. Given the principles and example of its implementation.

Key words: project management, optimization model, the minimization criterion performers of the design work

Одной из важнейших задач управления проектом является формирование команды исполнителей основных работ по проекту, обладающих знаниями, умениями и навыками, необходимыми для эффективного достижения поставленных целей. Именно успешная и слаженная работы всех членов проектной команды позволяет достичь установленных результатов с учетом существующих временных и финансовых ограничений.

Действуя в рамках ограниченного бюджета, проектный менеджер в ряде случаев вынужден стремиться к минимизации количества исполнителей работ по проекту, что позволяет сократить транзакционные издержки, связанные с заключением контрактов, трудовых договоров, дальнейшим контролем их исполнения и пр. При этом поиск единственного исполнителя на практике, как правило, не оканчивается успешно либо в виду отсутствия у претендентов перечня всех необходимых компетенций, либо из-за превышения существующих финансовых лимитов.

В этой связи актуальным, на наш взгляд, является разработка модели оптимизации количества членов проектной команды и определение пошагового алгоритма ее реализации на практике.

Рассмотрим следующую формальную постановку задачи. Пусть имеется m работ (задач) в проекте. На выполнение каждой работы претендуют n различных исполнителей (партнеров), готовых в полном объеме выполнить определенные работы за назначаемую самим партнером стоимость (цену). На каждую работу назначается только по одному исполнителю, но при этом исполнитель может быть назначен на несколько работ одновременно. Требуется найти такое распределение всех задач по партнерам, чтобы задействовать минимальное количество исполнителей и уложиться в выделенный бюджет.

Из постановки задачи следует, что целевой функцией является именно количество задействованных в проекте партнеров. В качестве ограничений выступает выделенный на выполнение работ бюджет и условие выполнения одной работы одним исполнителем. Неизвестные – булевы переменные, показывающие факт назначения i -го исполнителя на j -ю работу (1 – назначается, 0 – нет). Оптимальное же решение задачи представляет собой

удовлетворяющий всем ограничениям план распределения работ по партнерам, при котором значение целевой функции будет минимально.

Очевидно, что без ограничения на бюджет оптимальным решением задачи является выполнение всех работ только одним (любым) исполнителем. Следовательно, лучшим значением целевой функции является 1 (нижняя граница), когда задействован только один исполнитель на всех работах, а худшим - n (верхняя граница), если потребовалось привлечь всех партнеров для выполнения работ с выделенным общим объемом финансирования. Таким образом, значение целевой функции дискретно и лежит в интервале $[1, n]$.

Задача может не иметь решения в том случае, если не существует удовлетворяющего ограничению по бюджету варианта расстановки исполнителей по работам. Условие наличия решения можно выразить следующим выражением:

$$\sum_{j=1}^m \min_i c_{i,j} \leq S, \quad (1)$$

где:

- i – порядковый номер исполнителя, $i = \overline{1, n}$;
- j – порядковый номер работы, $j = \overline{1, m}$;
- m – количество работ, а n – количество исполнителей;
- S – бюджет;
- $c_{i,j}$ – стоимость выполнения j -ой работы i -ым исполнителем.

Условие (1) отражает то, что в том случае, если сумма минимальных по стоимости вариантов выполнения работ будет меньше либо равна бюджету, тогда существует хотя бы один допустимый план распределения задач по партнерам.

Математическая постановка оптимизационной задачи в виде модели целочисленного математического программирования:

$$L = \sum_{i=1}^n \max_j x_{i,j} \rightarrow \min$$

$$\left\{ \begin{array}{l} \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m c_{i,j} x_{i,j} \leq S \\ \sum_{i=1}^n x_{i,j} = 1, \quad j = \overline{1, m} \\ x_{i,j} \in \{0, 1\}, \quad i = \overline{1, n}, \quad j = \overline{1, m} \end{array} \right. \quad (2)$$

где:

- $x_{i,j}$ – искомые неизвестные, показывающие факт назначения i -го

исполнителя на j -ю работу (1 – назначается, 0 – нет).

В модели (2) целевая функция нелинейная, что не позволяет найти оптимальное решение точными методами линейного программирования, включая симплекс-метод. Применение же метода приведенного (обобщенного) градиента или Ньютона для нелинейных задач с целочисленными неизвестными не гарантирует нахождения оптимума за приемлемое время. Данная задача может быть решена методом полного перебора вариантов и выбора из них оптимального, однако на практике целесообразней использовать алгоритмы, позволяющие быстро найти близкое к оптимальному решение, что возможно без применения специализированного программного обеспечения.

Частным случаем данной модели является задача, когда $c_{i,j}$ – возможность выполнения j -ой работы i -ым исполнителем (0 – может выполнить, 1 – не может выполнить), $S = 0$. Описанный ниже алгоритм применим и для данного случая.

Пошаговый алгоритм поиска оптимального решения

Для решения поставленной задачи нами разработан пошаговый алгоритм, который можно использовать как для программной реализации, так и для ручных расчетов (при небольших размерностях). Основные принципы, заложенные в предлагаемый ниже алгоритм:

1. Поиск решения начинается с лучших значений целевой функции по пути «вписывания» в бюджет (*принцип последовательной уступки*). Другими словами, если ни один исполнитель не может выполнить все работы с установленным бюджетом, то следует выбрать одного из них и закрепить за ним некоторые работы, а на оставшиеся работы искать партнеров, предлагающим выполнить их с меньшими затратами.

2. При выборе исполнителя следует отдавать предпочтение тем исполнителям, которые могут выполнить большее количество работ с минимальными для каждой работы затратами (*принцип максимального количества минимальных элементов*).

3. При наличии нескольких вариантов назначений, подходящих под имеющийся (оставшийся) бюджет, следует отдавать предпочтение назначению, не увеличивающему количество задействованных исполнителей. Если такого назначения нет, тогда отдается предпочтение наименьшему по затратам варианту (*принцип экономии бюджета*).

Для успешной реализации приведенного ниже алгоритма целесообразным является представление исходных данных решаемой нами задачи в виде матрицы затрат C размерностью n на m , где столбцы – основные проектные работы, строки – возможные исполнители, $c_{i,j}$ – затраты на выполнение j -ой работы i -ым исполнителем.

Пошаговый эвристический алгоритм нахождения оптимального решения:

Шаг 1. Основные действия:

1. Находим сумму всех $c_{i,j}$ по каждой строке – D_i .

2. Если имеются $D_i \leq S$, тогда решение найдено и на выполнение всех работ назначается исполнитель с минимальным значением D_i . В противном случае переходим к действию 1.3.

3. Находим значения минимальных элементов $c_{i,j}$ по каждому столбцу и обозначим их как M_j . Пометим в каждом столбце все равные M_j элементы.

4. Считаем количество помеченных элементов в каждой строке (K_i) и сумму этих элементов (Z_i).

5. Выбираем строку с максимальным K_i . Если таких строк несколько, то выбираем из них любую с максимальным Z_i . Фиксируем назначение выбранного i -го сотрудника на работы с помеченными в i -ой же строке элементами, строку помечаем.

6. Вычеркиваем столбцы, соответствующие зафиксированным назначениям. Уменьшаем бюджет на Z_i . Переходим к следующему шагу.

Шаг 2. На данном шаге аналогично предыдущему производятся те же действия только с оставшимися столбцами и уменьшенным бюджетом. Действие 3 можно опустить – его результат получен на первом шаге и не изменится в дальнейшем.

Шаг 3. Аналогичен второму шагу. Основное отличие состоит в том, что при выполнении действия 2 предпочтение отдается D_i в уже помеченных строках. Другими словами, сначала ищутся минимальные значения D_i меньше либо равные остаточному бюджету среди уже назначенных ранее исполнителей, а в случае неудачного поиска – среди остальных.

Шаг 4 и далее. Аналогично шагу 3 до нахождения подходящего по бюджету значения. Максимальное количество шагов составляет $(m-1)$.

Численный пример постановки задачи и ее решения

Согласно приведенной выше постановке задачи имеется четыре исполнителя и пять работ, матрица затрат C приведена в таблице 1, затраты на оплату работ по проекту определены в тысячах рублей. Ограничение на бюджет S составляет 14 тыс.руб. Требуется найти минимальное количество исполнителей, задействовав которые можно выполнить все работы и уложиться в бюджет.

Таблица 1

Матрица стоимости затрат на выполнение основных работ по проекту возможными исполнителями

Возможные исполнители	Стоимость выполнения основных работ по проекту (P_i), тыс. руб.				
	P1	P2	P3	P4	P5
И1	5	7	9	2	2
И2	2	3	3	8	3
И3	2	6	5	5	1

И4	4	1	4	6	3
-----------	---	---	---	---	---

Ниже представлено решение в табличной форме по предложенному выше алгоритму.

Шаг №1

Результаты, полученные на первом шаге алгоритма, приведены в таблице 2.

Таблица 2

Вспомогательная таблица для проведения расчетов

Возможные исполнители	Стоимость выполнения основных работ по проекту (P_i), тыс. руб.					D, тыс. руб.	K, ед.	Z, тыс. руб.
	P1	P2	P3	P4	P5			
И1	5	7	9	<u>2</u>	2	25	1	2
И2	<u>2</u>	3	<u>3</u>	8	3	19	2	5
И3	<u>2</u>	6	5	5	<u>1</u>	19	2	3
И4	4	<u>1</u>	4	6	3	18	1	1
M, тыс. руб.	2	1	3	2	1			

В таблицу 1, кроме непосредственно значений стоимости выполнения работ исполнителем, добавлены следующие столбцы:

- суммы элементов по каждой строке (столбец D);
- найденные минимальные значения элементов по каждому столбцу исходной матрицы (строка M), а соответствующие этим значениям элементы подчеркнуты;
- количество отмеченных подчеркиванием элементов по каждой строке (столбец K) и сумма значений этих элементов (столбец Z).

Как видно все $D_i > S$, однако, большее количество минимальных по величине значений ($K=2$) имеют строки И2 и И3, при этом $Z_2 > Z_3$, в связи с чем целесообразным является для дальнейшего нахождения решения выбрать строку И2, назначив на выполнение работ P1 и P3 исполнителя И2.

Для большей наглядности полученных на данном шаге промежуточных результатов выделим интересующую нас строку в таблице 1 серым цветом. Выделим также ячейки с минимальными значениями элементов в указанной строке, а столбцы, где они расположены, отметим серым цветом. Переходя к следующему шагу поиска решения, выделенные столбцы исключаются из рассмотрения (вычеркиваются), а бюджет уменьшается на величину Z_2 , соответствующую сумме значений в выделенных ячейках.

Шаг №2

На данном шаге аналогично предыдущему производятся те же действия только с новой матрицей, полученной путем исключения столбцов P1 и P3, и с бюджетом, уменьшенным на сумму выбранных назначений ($S_2 = 14 - 5 = 9$ тыс. руб.). Результат представлен в таблице 3.

Отметим, что в столбце D серым цветом выделены ячейки, соответствующие исполнителям, которые уже ранее были назначены нами на выполнение некоторых из основных работ по проекту.

Таблица 3

Вспомогательная таблица для проведения расчетов в рамках первой итерации

Возможные исполнители	Стоимость выполнения основных работ по проекту (P_i), тыс. руб.			D, тыс. руб.	K, ед.	Z, тыс. руб.
	P2	P4	P5			
И1	7	<u>2</u>	2	11	1	2
И2	3	8	3	14	0	0
И3	6	5	<u>1</u>	12	1	1
И4	<u>1</u>	6	3	10	1	1
М, тыс. руб.	1	2	1			

В результате проведенных действий нами было закреплено выполнение работы P4 за исполнителем И1. При этом сумма оставшегося после предыдущего назначения бюджета уменьшилась на величину, равную стоимости указанной работы, то есть на 2 тыс. руб.

Шаг №3

Повторяем аналогичную шагу №2 итерацию с учетом оставшегося бюджета (S3) в 7 тыс. руб.

Таблица 4

Вспомогательная таблица для проведения расчетов в рамках второй итерации

Возможные исполнители	Стоимость основных работ по проекту (P_i), тыс. руб.		D, тыс. руб.	K, ед.	Z, тыс. руб.
	P2	P5			
И1	7	2	9	0	0
И2	3	3	6	0	0
И3	6	<u>1</u>	7	1	1
И4	<u>1</u>	3	4	1	1
М, тыс. руб.	1	1			

Несмотря на то, что большее количество минимальных по величине значений ($K=1$) имеют строки И3 и И4, имеет смысл назначить на выполнение работы P2 и P5 исполнителя И2, так как данное назначение позволяет нам не выйти за рамки оставшейся части выделенного бюджета ($S3=7$ тыс. руб.) и сократить количество членов команды проекта до минимума.

Таким образом, в результате проведенных действий мы получили план распределения задач по партнерам (таблица 5) с двумя исполнителями, суммарными затраты на выполнение в размере 13 тыс. рублей и экономией бюджета (1 тыс. рублей). Следует заметить, что полученное решение можно улучшить по критерию минимизации затрат, перераспределив выбранных партнеров по задачам – на P5 назначить И1, уменьшив тем самым затраты на

1 тыс. рублей.

Таблица 5

**План распределения основных работ по проекту между
возможными исполнителями**

Возможные исполнители	Стоимость выполнения основных работ по проекту (P_i), тыс. руб.				
	P1	P2	P3	P4	P5
И1	5	7	9	2	2
И2	2	3	3	8	3
И3	2	6	5	5	1
И4	4	1	4	6	3

В заключении хотелось бы отметить, что нами в рамках данной исследовательской работы была определена формальная постановка задачи минимизации количества членов проектной команды. В соответствие с ней разработана оптимизационная модель целочисленного математического программирования, а также пошаговый эвристический алгоритм поиска оптимального решения, который позволяет на практике за приемлемое время найти близкое к оптимальному решение без применения специализированного программного обеспечения.

В предложенную модель в случае необходимости могут быть включены ограничения по компетенциям и надежности исполнителей. Вариант многокритериальной оптимизации проекта, учитывающий данные ограничения был подробно рассмотрен нами в раннее изданных публикациях [1, 2]. Математические модели минимизации времени выполнения проекта за счет оптимального выбора и назначения исполнителей проектных работ подробно описаны в источниках [3, 4].

Использованные источники:

1. Катаев А.В. Виртуальные бизнес-организации. – СПб.: Изд-во Политехнического университета, 2009. – 120 с.
2. Катаев А.В. Информационные системы и модели оптимизации распределения заказов в партнерской сети виртуального предприятия // Прикладная информатика. - №5 (11). - 2007. – С. 11-22.
3. Катаев А.В. Катаева Т.М. Оптимизация длительности выполнения проекта за счет выбора исполнителей работ: математические модели и методические приемы // Вестник Таганрогского института управления и экономики. - Таганрог: ТИУЭ, 2015. - №2(22) – С.100-103.
4. Катаев А.В., Катаева Т.М., Макарова Е.Л. Управление проектами: математические модели оптимального назначения исполнителей проектных работ // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Экономика. Управление. Право. - №3. – Саратов: Саратовской университет, 2016.

*Катаева Т.М., к.э.н.
доцент
кафедра Менеджмента и инновационных технологий
Институт управления в экономических,
экологических и социальных системах
Южный федеральный университет
Россия, г. Таганрог*

К ВОПРОСУ О РАЗРАБОТКЕ ЭФФЕКТИВНОЙ СТРАТЕГИИ ИНТЕРНЕТ-ПРОДВИЖЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Статья посвящена рассмотрению этапов построения стратегии интернет-продвижения компании, особенностей реализации данных этапов на практике, а также проблемам оценки качества услуг по продвижению в глобальной сети возможных исполнителей – потенциальных бизнес-партнеров организации.

Ключевые слова: способы и стратегия интернет-продвижения, комплексные показатели деятельности, процедура оценки качеств потенциальных деловых партнеров

*Kataeva T.M.,
assistant Professor of Management and innovative technologies
Institute of Management in Economic, Ecological and Social Systems
Southern Federal University,
Russia, Taganrog*

TO THE QUESTION ABOUT THE EFFECTIVE STRATEGY OF INTERNET PROMOTION ENTERPRISES

The article considers stages of the strategy building a Internet promotion company, features of the implementation of these steps into practice, and evaluation of quality of services promotion in the global network possible perpetrators – potential business partners of the organization.

Key words: methods and strategy for Internet promotion, comprehensive performance evaluation procedure of the qualities of potential business partners

В условиях очевидного сокращения платежеспособного спроса со стороны населения нашей страны отечественные предприятия большинства экономических сфер деятельности стремятся как можно интенсивнее его формировать и стимулировать в целях удержания своих позиций на рынке. Благодаря данному процессу, спрос на рекламные услуги остается стабильно высоким на протяжении последних нескольких лет. При этом современные тенденции развития рекламных технологий свидетельствуют о повышенном интересе к интернет-пространству как месту наиболее эффективного и актуального продвижения.

Интернет-продвижение обладает рядом отличительных черт, которые делают данный способ активизации платежеспособного спроса и повышения лояльности потребителей услуг либо продукции предприятия наиболее

перспективным. Среди основных из них можно выделить следующие:

1. Работа по продвижению в глобальной сети ориентирована на текущий спрос, что позволяет в кратчайшие сроки с минимальными затратами значительно увеличить объем целевой аудитории.

2. Возможность в режиме реального времени учитывать и количественно анализировать большие массивы данных о промежуточных и итоговых результатах продвижения на каждом из этапов его реализации.

3. Возможность оказывать направленное воздействие на отдельные интересующие более всего целевые сегменты рынка.

4. Возможность представления рекламного материала в свободном, достаточно креативном формате.

5. Постоянный рост числа интернет-пользователей в нашей стране свидетельствует о возможности охвата значительных по объему групп населения.

Таким образом, направленные на формирование и/или усиление имеющегося спроса интернет-коммуникации традиционно способствуют значительному увеличению рыночной доли компании, позволяют формировать и осуществлять эффективную поддержку имеющихся каналов сбыта продукции/услуг предприятий, а также обеспечивают своевременную осведомленность покупателей о товарах и бренде, информируя о новых предложениях и проводимых мероприятиях.

Достаточно большое количество научных и научно-популярных публикаций посвящено рассмотрению вопросов, касающихся каналов и способов продвижения товаров и услуг в глобальной сети, глубокий анализ которых позволяет разработать стратегию интернет-продвижения с учетом специфики деятельности предприятия.

В рамках данного исследования был сформирован общий пошаговый алгоритм разработки эффективной стратегии продвижения организации, реализующий комплексный подход к проблеме (рис.1.).



Рис. 1. Этапы разработки стратегии интернет-продвижения предприятия

В рамках данной работы считаем необходимым привести лишь некоторые комментарии относительно реализации каждого из этапов представленного выше:

1 этап. Формирование четкого понимания результатов продвижения в общем виде, при этом допускается отсутствие их количественного измерения.

Например, для торговых компаний при продвижении сайта, в котором отсутствует возможность напрямую совершить интернет-покупку, результатом успешности реализации данного процесса будет генерация лидов – звонков потенциальных клиентов, заинтересованных в покупке и заполнивших заявку либо регистрационную форму на веб-ресурсе.

2 этап. Определение конкретных целей продвижения с учетом специфики бизнеса и установление конкретных измеримых показателей их достижения.

Например, увеличение посещаемости сайта на n человек в день, достижение определенной позиции в результатах поиска в поисковых системах по ключевым фразам, увеличение конверсии – отношения числа заказов с сайта к общему числу его посетителей и пр.

3 этап. Стратегическое позиционирование компании – целенаправленный процесс самоопределения предприятия с учетом особенностей отраслевого рынка путем непрерывного мониторинга характеристик изменчивости его внешней и внутренней сред для выявления и описания потребителю в доступной форме наиболее выигрышных свойств реализуемых компаний позиций.

При выполнении 3-его шага целесообразным является использовать такие инструменты, как swot-анализ, построение BCG-матрицы, модели GE/McKinsey, Shell/DPM, модели Хофера-Шендлера, ADL-LC, метод

соответствия, метод «реестра» и пр., которые позволяют достаточно глубоко исследовать внешнюю и внутреннюю среды компании и определить ее место на рынке в текущем периоде. На данном этапе необходимо также сформировать уникальное торговое предложение предприятия (УТП), которое позволяет выделить реализуемые компанией продукты среди конкурентов и может включать в себя выгоду, преимущества, привилегии и прочие блага, получаемые покупателем в результате оказания ему услуги либо приобретения товара.

4 этап. Исследование целевой аудитории предприятия и входящих в ее состав сегментов направлено в первую очередь на определение и выявление основных признаков и характеристик конкретной группы людей из числа существующих клиентов и потенциальных потребителей услуг компании, привлечение которых способствует завоеванию стабильного положения в отрасли предприятием. Концентрируя внимание на данной аудитории, компания стремится создать для нее идеальную товарную позицию, продавая ее в нужном им месте с правильной коммуникацией.

Ядром целевой аудитории является группа людей, самых активных и важных потребителей товаров и (или) услуг компании, которые приносят большую долю прибыли компании, пользуются товаром чаще всего, а также испытывают самую высокую потребность в услуге и готовы удовлетворить ее любыми способами.

Описание основных сегментов ЦА рекомендуется строить на трех уровнях: общем, включающем в себя демографические и психологические характеристики, а также ключевых ценностей реальных и потенциальных потребителей услуг/товаров компании; уровне товарной категории и уровне определения отношения к бренду.

5 этап. Подбор каналов продвижения для каждого отдельного сегмента ЦА осуществляется с учетом возможной максимальной отдачей на единицу затрат. Перечень возможных каналов привлечения[2]:

- поисковая оптимизация сайта (SEO) и поисковое продвижение (SEM);
- контекстная и медийная (баннерная) реклама;
- контент-маркетинг;
- продвижение с помощью социальных сетей (SMM);
- управление репутацией в поисковых системах (SERM);
- email-рассылки;
- партнерские программы и пр.

Анализ практики разработки и реализации стратегии интернет-продвижения показывает, что наиболее сложным является именно этап подбора и практического использования каналов привлечения отдельных сегментов ЦА в глобальной сети. При этом именно его успешное выполнение во многом определяет экономическую эффективность реализации компании по стимулированию сбыта и повышению лояльности клиентов предприятия в целом. В этой связи предлагаем рассмотреть некоторые вопросы его

реализации более подробно.

Как известно, в работе по продвижению в сети Интернет нуждается большинство российских предприятий малого и среднего бизнеса, однако, к сожалению, уровень профессионализма большинства специалистов в области интернет-продаж и интернет-продвижения на отечественном рынке не очень высок, что определяет необходимость их подбора с большой осторожностью. На наш взгляд, в этой ситуации наиболее приемлемым является аутсорсинг подобных работ, что позволяет жестко установить требования к качеству услуг по продвижению посредством выделенных каналов и определить конкретные показатели его достижения.

Проблема выбора исполнителей в этом случае может быть решена посредством учета некоторых *общих комплексных показателей* (X_i), характеризуют возможности ваших потенциальных деловых партнеров. Проведенные исследования позволили определить следующие основные из них[1]:

1. *Уровень компетенции потенциального исполнителя*, который может быть оценен на основе мнения его контрагентов, бывших и настоящих клиентов и заказчиков, независимых экспертов, а также с помощью проведения оценки тестовых заказов и пр.

2. *Показатель надежности*, который может быть рассчитан как отношение количества успешно выполненных заказов (задач) к общему количеству им принятых.

3. *Ресурсная мощность* и (или) размер агента – группа показателей, которая может быть определена количеством выполняемых типовых заказов за единицу времени и пр.

4. *Показатель автономности выполнения заказов*, который характеризует степень самостоятельности исполнителя при выполнении конкретных задач в рамках его компетенций.

5. *Средняя стоимость типовой работы определенного вида.*

6. *Средняя продолжительность выполнения заказа*

7. *Оценка качества выполняемых работ.*

Необходимо учесть, что использование приведенных выше показателей (групп характеристик) осуществляется в условиях неопределенности, так как произвести сбор полной, точной, актуальной и достоверной информацией по сторонним предприятиям на практике не представляется возможным. В качестве источников информации здесь должны быть использованы как результаты самообследования потенциальных и (или) фактических деловых партнеров, так и независимой экспертизы. Как правило, предприятия, заинтересованные в успешном сотрудничестве, стараются максимально широко представить и осветить предыдущие результаты своей успешной деятельности.

В статье [3] приведена и подробно описана *процедура оценки потенциальных деловых партнеров выделенным показателям*, основанная на использовании вербально-числовой шкалы, которая позволяет измерить

степень интенсивности какого-либо параметра, имеющего субъективный характер. Результатом реализации представленной процедуры является определение рейтинга бизнес-партнеров – интегрального показателя, значение которого позволяет сделать обоснованный вывод об их способности оказывать услуги интернет-продвижения на необходимом для нас уровне.

В заключение хотелось бы отметить, что внедрение предложенной системы показателей и процедуры оценки возможных деловых партнеров позволит осуществить реальную поддержку принятия управленческих решений по выбору компании, предоставляющей услуги по интернет-продвижению на рынке.

Использованные источники:

1. Катаев А.В. Виртуальные бизнес-организации. – СПб.: Изд-во Политехнического университета, 2009. – 120 с.
2. Катаев А.В. Стратегия интернет-продвижения: цели, ЦА и УТП [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kataev.ru/1085/> (дата обращения: 25.06.2016).
3. Катаев А.В., Катаева Т.М. Оценка показателей деятельности агентов партнерских сетей // Вестник Таганрогского института управления и экономики, 2015. - №1 (21). - С.37-39.

*Катеринич Т.Н.
студент 4 курса*

*Шешко А.В.
студент 4 курса*

*факультет «Инженерно-экономический»
БГТУ*

Беларусь, г. Минск

СУЩНОСТЬ МАРКЕТИНГА НА РЫНКЕ B2B И B2C

В статье рассмотрены рынки B2B И B2C, их отличие и особенности маркетинга на рынках.

Ключевые слова: рынок, B2B, B2C, маркетинг.

The article deals with B2B and B2C markets, their differences and peculiarities of marketing in the markets.

Keywords: market, B2B, B2C, and marketing.

Современный рынок товаров и услуг устроен так, что направления деятельности компаний, существующих на рынке в целом, можно сегментировать по типу взаимодействующих субъектов, а именно выделить рынки B2C и B2B. Рассмотрим два важных понятия данной темы. B2B (Business to Business, или бизнес для бизнеса) - потребительский рынок товаров и услуг, покупки осуществляет покупатель, руководствуясь личными потребностями и предпочтениями [2]. B2C (Business to customer, буквально бизнес для потребителя) - профессиональный рынок товаров и услуг, покупки осуществляет профессиональный покупатель во имя интересов бизнеса [2].

В отличие от рынка B2B, рынок B2C предполагает короткий цикл продажи и основан на личном подходе к потребителю.

Достичь прибыли в секторе B2B возможно с помощью низких цен и массового охвата клиентов.

На рынке B2C в принятии решения о покупке значительную роль играют личные эмоции конкретного человека. Причем покупка товара или услуги может быть разовой, и клиент может не быть экспертом в данных товарах [1].

Модель B2C позволяет осуществлять розничные продажи без участия посредников или при их минимальном участии. Благодаря системе B2C увеличивается эффективность продаж, устанавливаются конкурентоспособные цены на реализуемые товары, охватывается более широкая аудитория: маркетинговые коммуникации в секторе B2C позволяют поддерживать связи и информировать о товарах и услугах потребителей вне зависимости от их места жительства, тем самым расширяя географию продаж. В бизнес-процессах B2C используются такие маркетинговые способы привлечения и удержания клиентов, как программы лояльности или поощрения потребителей: обычные и накопительные дисконтные программы, бонусные программы и розыгрыши призов. Таким образом, B2C реализует схему работы обычной торговой компании, но с применением современных технологий [3]. Современным примером может служить Интернет-магазин или розничный магазин, где покупатель приобретает товар за наличные. На рынке B2B выбор покупателя в основном базируется на рациональных соображениях [1].

Задача систем B2B - налаживание взаимодействия между компаниями, создание надежных защищенных информационных каналов между ними, благодаря которым возможна координация действий всех участников информационного обмена и их совместное развитие. Взаимодействовать в рамках систем B2B компании могут на почве обмена технологиями, опытом, в связи с осуществлением ими торговой или инвестиционной деятельности. Цель этого взаимодействия - найти надежных поставщиков или покупателей сырья, полуфабрикатов, готовой продукции, оборудования, наладить партнерские отношения. Рынок B2B весьма чувствителен к новациям, поэтому необходимо очень внимательно отслеживать информацию об инновациях, чтобы не стать аутсайдером-ретроградом. Чтобы добиться признания на рынке B2B, необходима грамотная презентация товара или услуги, а также комплекс мер, включающий позиционирование компании, освоение возможностей Интернета, выход на электронные торговые площадки, автоматизация отношений с партнерами.

В системе B2B так же, как на обычном рынке, существует конкуренция, однако в силу специфики субъектов системы состязательность здесь имеет некоторые особенности. Коммерсанты гораздо тщательнее просчитывают риски и гораздо серьезнее относятся к потенциальным партнерам, не

полагаясь на презентационную информацию, поэтому очень важна репутация, имидж фирмы.

Закупку товара осуществляют профессионалы в данной отрасли, которые владеют информацией о ценах, а также вероятнее всего навыками торга с продавцом. Внимание уделяется отраслевым знаниями и опыту продавца[3].

В качестве примера можно привести оказание рекламных услуг в целом - они нужны именно юридическим лицам для продвижения товара.

Из всего выше сказанного можно сказать, что:

- 1) Рынок В2С имеет следующие особенности:
 - короткий цикл продаж;
 - достаточно невысокая стоимость приобретения клиента;
 - большое количество потенциальных клиентов;
 - клиент самостоятельно принимает решение;
 - средства маркетинговой коммуникаций достаточно эффективны.
- 2) Рынок В2В имеет следующие особенности:
 - длительный цикл продаж;
 - высокая стоимость получения решения и нового клиента;
 - количество клиентов заметно ограничено, что повышает значимость каждого;
 - закупку товара осуществляют профессионалы в данной отрасли.

В сегменте В2В, благодаря наличию большого количества специализированных профессиональных изданий, а в особенности благодаря развитию Интернета, заказчики хорошо информированы о товаре или услуге, его основных характеристиках и дополнительных возможностях. В этих условиях возрастает роль имиджа (репутации) компании, сведений о ней в публикациях специализированной прессы и, в частности, отзывов других корпоративных клиентов. Не секрет, что многие фирмы, прежде чем совершить крупную закупку товаров длительного пользования, проводят своеобразную промышленную разведку (так называемый мониторинг поставщиков).

Итак, рынок В2В (по сравнению с рынком В2С) характеризуется более сложным процессом принятия решения о закупке. Данный процесс:

- осуществляется коллективно, а не индивидуально (закупочный центр);
- базируется не на эмоциях конкретной личности, а на научно-технических данных и объективных фактах;
- является более длительным;
- в значительной степени зависит от репутации компании-поставщика.

Использованные источники:

1. Блейхман О. Особенности маркетинга на рынке В2В [Электронный ресурс]// Маркетинг и маркетинговые исследования. - 2006. - №1. - Электрон.

- версия печат. публ. - Доступ из науч. электрон. б-ки «eLIBRARY.RU»
2. Дашков А.А., Судаков К.А. Маркетинговая деятельность компаний сегмента рынка B2B [Электронный ресурс]// Экономика. - 2010. - №5. - С. 191-198 - Электрон. версия печат. публ. - Доступ из науч. электрон. б-ки «eLIBRARY.RU»
3. Термины маркетинга [Электронный ресурс] //Новости маркетинга. Электрон. версия печат. публ. URL: <http://www.marketingnews.ru/termin/99/> <http://www.marketingnews.ru/termin/99/> (дата обращения: 29.05.2016).

*Катеринич Т.Н.
студент 4 курса
Шешко А.В.
студент 4 курса*

*факультет «Инженерно-экономический»
БГТУ*

Беларусь, г. Минск

ТЕХНОЛОГИЯ ЛИД-МЕНЕДЖМЕНТА В УПРАВЛЕНИИ СБЫТОМ

В статье исследована модель управления потенциальными клиентами, изучены основные элементы лид-менеджмента, а также рассмотрены этапы модели управления клиентами.

Ключевые слова: управление, лид-менеджмент, сбыт, потенциальные и реальные клиенты, сервис, послепродажная поддержка.

The paper studies the management model potential customers understood the basic elements of lead management, as well as the stages of customer relationship management model.

Keywords: management, lead management, sales, potential and actual customers, service, after-sales support.

Лид в теории управления сбытом определяется как интерес потенциального клиента к компании, продукту, мероприятию и т.д., который выражается в факте реализации какого-либо действия, например, регистрации на сайте, звонке, подписке на электронную рассылку и так далее. Соответственно лид-менеджмент — это управление потенциальными клиентами. Задачами лид-менеджмента являются следующие элементы:

1. Организация базы потенциальных контактов
2. Определение ключевых характеристик клиентов
3. Классификация клиентов по характеристикам
4. Определение целевых групп
5. Распределение базы контактов по сегментам
6. Информация об источнике трафика клиента
7. Система напоминаний для менеджеров
8. История контактов
9. История коммерческих предложений

10. Карточка потенциального клиента (название, контакты, сегмент рынка, месторасположение, регулярность и т.д.)

Модель управления потенциальными клиентами подходит для компаний, функционирующих на сложных рынках. Например, финансовый сектор, банки, производство, информационные технологии, консалтинг и т.д [1].

Лид-менеджмент необходим только тем компаниям, у которых длинный цикл продажи и сложный продукт. Но модель управления клиентами не является универсальным решением. Она не может быть полностью внедрена в розничную торговлю, потому что там короткий цикл покупки и ясные потребности клиентов. Если человек пришел за свитером, ему не требуется согласовывать свое решение с семьей, обсуждать бюджет или смотреть коммерческое предложение.

Лид-менеджмент состоит из четырёх этапов [2]:

1. Привлечение потенциальных клиентов;
2. «Развитие» потенциальных клиентов;
3. Процесс первой продажи, переход клиента из потенциального в реального;
4. Клиентский сервис и послепродажная поддержка.

Привлечение потенциального клиента (лида).

На данном этапе нужно иметь портрет или досье клиента, список площадок, где его можно найти. Можно использовать контент-маркетинг для работы с клиентами:

- white papers;
- инфографика;
- шаблоны;
- семинар или вебинар;
- подкаст или видеокурс;
- электронная книга;

Главная цель первого этапа – привлечь целевую аудиторию, которая впоследствии купит ваш продукт.

«Развитие» потенциальных клиентов.

На этом этапе необходимо познакомить потенциальных клиентов с компанией, продуктами компании, кейсами и отзывами клиентов.

Если говорить об использовании инструментов интернет-маркетинга, то классическим примером второго этапа будет триггерная email-рассылка. Понятие триггерной рассылки означает, что она приурочена к какому-либо событию, будь то праздник или действие пользователя.

Инструменты, которые можно использовать на этапе развития потенциальных клиентов:

- case study;
- маркетинг-кит;
- отзывы, рекомендации, благодарности;
- членства в ассоциациях;

- ссылки на публикации в СМИ и на выступления;
- принципы работы;
- фильмы о компании;
- обучающие материалы, связанные с продуктом компании.

Когда «развитие» лида прошло успешно, можно переходить к третьему этапу – первой продаже.

Процесс первой продажи, переход клиента из потенциального в реального.

Этап первой продажи характеризуется переходом лида в статус реального клиента. Продажа – стрессовый процесс и для клиента, который покупает впервые, и для компании. Небольшой совет по улучшению третьего этапа: важен сам факт покупки, а не сумма. Чтобы сократить риск срыва сделки к минимуму, необходимо следовать простым рекомендациям.

- Если клиент является компанией, то нужно узнать, какой у нее процесс покупки.
- Использовать тест-драйв. Потратить 100 рублей легче, чем 10 000.
- У продавца должны быть гарантии. Если не может гарантировать возврат денег, то пусть гарантирует результат.
- Дать клиенту демо-доступ. Для тестирования сервиса или услуги можно дать ограниченный по времени доступ, который может быть дешевым или вовсе бесплатным.
- Правда и ничего кроме правды. Все кейсы и отзывы должны быть от реальных клиентов.

Клиентский сервис и послепродажная поддержка.

Самый важный этап в модели управления клиентами – это четвертый. В привычном понимании данный этап можно назвать сервисом или поддержкой клиентов.

В среднем, 80% всех денег компания получает от существующих клиентов через повторные продажи. Именно по этой причине чрезвычайно важно не прекращать работу клиентского сервиса.

Что конкретно делать на четвертом этапе:

- Поддерживать связь с клиентами хотя бы раз в неделю. Сделать это можно с помощью физической или email-рассылки, телефонных звонков или факсов, а также в социальных сетях.
- Чем больше форматов контента компания дает, тем лучше. Клиенты разные: есть кинестетики, есть визуалы, а есть и аудиалы. Поэтому, если бизнес позволяет, можно приглашать клиентов на вебинары или семинары, делиться полезными статьями или книгами, исследованиями или инфографикой.
- Нельзя забывать о скидках, специальных условиях или бонусах для постоянных клиентов.
- Также можно давать доступ к закрытым сервисам или сообществам (например, База Знаний), где постоянный клиент сможет получить поддержку, получить ответ на свой вопрос или получить

определенный результат [3].

В целом, задача компании на этапе клиентского сервиса проста - оперативно решать вопросы клиентов, напоминать о себе и совершать повторные продажи.

Таким образом можно сказать что технология управления клиентами состоит из четырех этапов: привлечение клиента, его развитие, переход потенциального клиента в реального и послепродажная поддержка. Все этапы тесно связаны между собой и требуют активного подхода. Поэтому в лид-менеджменте необходимо последовательно проходить каждый этап.

Использованные источники:

1. Алексеев. К.С. – Модель управления клиентами: Маркетинг, 2015г., 68с.
2. Менеджмент: Учебник/ Орлов А.И. М.: Издательство "Изумруд", 2003. - 298 с.
3. Маркетинг [Электронный ресурс] <http://marketing.ludidela.ru/articles/1088289/>

*Корытова В.Е.
студент 4 курса
направление «Менеджмент»
Уфимский институт (филиал)
ФГБОУ ВО РЭУ им. Г.В. Плеханова
Россия, г. Уфа*

ЭКОНОМИКО-МАТЕМАТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПАО «МАГНИТ»

В статье проводится экономико-математическое моделирование интегрального уровня конкурентоспособности предприятия розничной торговли «Магнит», проводится корреляционно-регрессионный анализ факторов, влияющих на конкурентоспособность предприятия.

Ключевые слова: конкурентоспособность, розничная сеть, прогноз, экономико-математическая модель, корреляционно-регрессионный анализ

В быстро развивающейся торговой отрасли предприятиям розничной торговли особое внимание следует уделить факторам, влияющим на их конкурентоспособность, так как именно она является ключевым аспектом успешного функционирования компании. Для экономико-математического моделирования конкурентоспособности ПАО «Магнит» были выявлены основные факторы, влияющие на уровень конкурентоспособности данного предприятия. Для того чтобы определить какие из этих факторов оказывают наибольшее влияние, необходимо построить экономико-математическую модель. В качестве результативного признака принят интегральный уровень конкурентоспособности розничной торговой сети «Магнит», который был рассчитан по методике, разработанной И.Н. Поповой и М.В. Зинцовой [1].

Было выявлено, что на конкурентоспособность розничного торгового предприятия оказывают влияние такие факторы, как производительность

труда, уровень себестоимости продаж, рыночная доля, чистая прибыль, рентабельность EBITDA.

Исходные данные для построения модели конкурентоспособности ПАО «Магнит» представлены в таблице 1. Период взят в расчет по кварталам с 2012 по 2014 гг.

Таблица 1

Исходные данные для построения модели конкурентоспособности [2]

Период	Y	X1	X2	X3	X4	X5
1 квартал 2012	5,69	1 646,4	75,67	4,2	4 772	9,7
2 квартал 2012	6,13	1 774,9	74,82	4,6	5 642	10,13
3 квартал 2012	6,68	2 008,4	73,91	4,9	6 377	10,3
4 квартал 2012	7,51	2 232,9	73,47	5,1	8 326	10,56
1 квартал 2013	7,42	1 842,3	73,12	5,3	6 156	10,1
2 квартал 2013	7,92	2 162,3	74,66	5,5	8 388	10,87
3 квартал 2013	8,33	1 871,1	72,02	5,6	9 286	11,64
4 квартал 2013	8,69	2 268,2	71,49	5,8	11 790	12,5
1 квартал 2014	8,62	1 992,3	72,21	6	8 399	9,07
2 квартал 2014	8,67	2 187,7	71,72	6,3	11 188	11,87
3 квартал 2014	8,82	2 431,5	71,56	6,6	14 305	12,42
4 квартал 2014	9,03	2 764,6	71,12	6,9	13 483	11,28

В модель включены следующие признаки:

Y – результирующий признак – уровень конкурентоспособности;

X1 – факторный признак – производительность труда, тыс. руб./чел.;

X2 – факторный признак – уровень себестоимости продаж, %;

X3 – факторный признак – рыночная доля, %;

X4 – факторный признак – чистая прибыль, млн. руб.;

X5 – факторный признак – рентабельность EBITDA, %.

На основе показателей таблицы 1 проведем корреляционный анализ данных для установления тесноты взаимосвязи между факторами. Положительное значение коэффициента корреляции свидетельствует о прямой связи, отрицательное – об обратной. Связь считается достаточно сильной, если значение коэффициента превышает 0,7, и слабой, если меньше 0,4. В модель включаются факторы, оказывающие сильное воздействие на результирующий показатель (табл. 2).

Таблица 2

Корреляционный анализ данных

	Y	X1	X2	X3	X4	X5
Y	1	-	-	-	-	-
X1	0,74331	1	-	-	-	-
X2	-0,91326	-0,68231	1	-	-	-

X3	0,94404	0,82594	-0,89282	1	-	-
X4	0,87895	0,87242	-0,85442	0,91888	1	-
X5	0,60238	0,57863	-0,62257	0,57540	0,79217	1

По данным таблицы 2 видно, что конкурентоспособность находится в прямой тесной связи с производительностью труда (0,74) и сильно выраженной обратной связи с уровнем себестоимости продаж (-0,91). В соответствии с этим данные показатели будут учитываться при построении регрессионной модели, представленной в таблице 3.

Таблица 3

Регрессионная статистика

Множественный R	0,928
R-квадрат	0,861
Нормированный R-квадрат	0,830
Стандартная ошибка	0,461
Наблюдения	12
Y-пересечение	46,98
X1 – производительность труда	0,0008
X2 – уровень себестоимости продаж	-0,56

Коэффициент детерминации $R^2 = 0,86$, а значит 86% вариации зависимой переменной Y учтено в модели и обусловлено влиянием включенных в модель факторов. Построим линейную аддитивную модель множественной регрессии в виде формулы:

$$Y = 46,98 + 0,0008 * X1 - 0,56 * X2$$

Для построения прогноза результативного показателя, необходимо спрогнозировать факторные признаки. График прогнозирования производительности труда (в тыс. руб./чел.) представлен на рисунке 1.

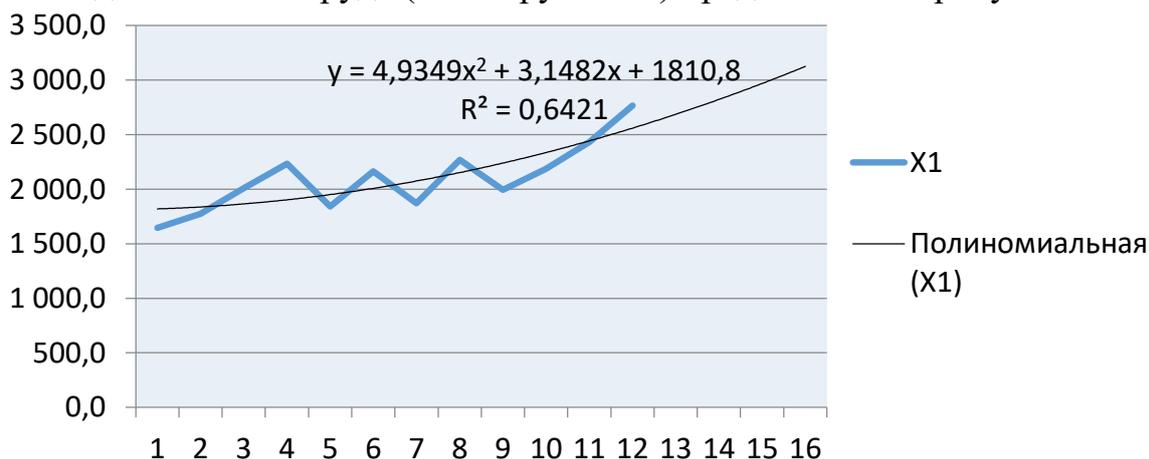


Рис.1. График прогнозирования производительности труда

График прогнозирования уровня себестоимости продаж (в %) представлен на рисунке 2.

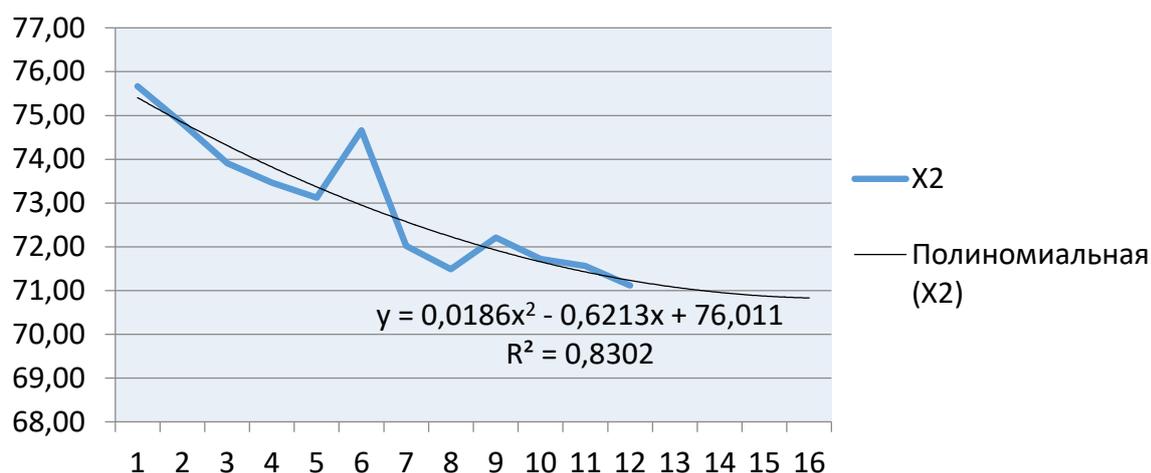


Рис.2. График прогнозирования уровня себестоимости продаж

Прогноз производится на 4 шага, то есть на 1 год вперед. Для этого используется трендовая модель для получения прогнозируемых значений на основе полиномиальной функции (табл.4).

Таблица 4

Прогнозируемые значения факторных признаков

	Производительность труда, тыс. руб./чел.	Уровень себестоимости продаж, %
Период	$Y = 4,934x^2 + 3,148x + 1810$	$Y = 0,018x^2 - 0,621x + 76,01$
13	2684,8	70,98
14	2821,1	70,84
15	2967,4	70,75
16	3123,5	70,68
Среднее значение	2899,2	70,81

Подставляем полученные на основе тренда данные в выведенное ранее уравнение множественной регрессии:

$$Y = 46,98 + 0,0008 * 2899,2 - 0,56 * 70,81 = 9,67$$

Прогнозное значение конкурентоспособности ПАО «Магнит» в конце четвертого квартала прогнозного периода составит 9,67 единиц по сравнению с 9,03 в 2014 году, то есть произойдет увеличение данного показателя.

Использованные источники:

1. Попова, И.Н., Зинцова, М.В. Методика определения интегрального показателя конкурентоспособности розничных торговых сетей / И.Н. Попова, М.В. Зинцова // Интернет-журнал «Наукovedение» Том 7. – №1. – 2015. URL: <http://naukovedenie.ru/PDF/01EVN115.pdf>
2. Официальный сайт ПАО «Магнит» для инвесторов [Электронный ресурс]. URL: <http://ir.magnit.com/> (дата обращения: 28.05.2016)

*Куварин М. А.
студент 1 курса
Институт экономики и предпринимательства
ННГУ им. Лобачевского
Россия, г. Нижний Новгород*

СОЗДАНИЕ ВЗАИМОДЕЙСТВУЮЩИХ РУКОВОДИТЕЛЕЙ

Аннотация: В статье освещается проблема формирования культуры инноваций в компании. Определяются основные способы создания такой культуры, а также формулируются и развенчиваются основные мифы о регулировании этой стороны кадровых отношений.

Ключевые слова: *инновации, культура инноваций, руководитель, бизнес, кадровая служба.*

CREATING COLLABORATIVE LEADERS

Abstract: The article is dedicated to the problem of creating culture of innovation in a company. The key ways of creating this type of culture are being covered; in addition, the most typical myths about this side of business are being destroyed.

Key words: innovation, culture of innovation, leader, business, HR.

Сложно поспорить с тем, что новаторство является не только ключом к успеху в бизнесе, но и к выживанию. В то время как инновации постоянно возглавляют список желаний директора организации или рассматриваются как основное испытание, стоящее перед ней, многие компании испытывают трудности в правильном их понимании.

Проблему внедрения инноваций в организацию изучают многие современные авторы, в их числе и Линда Хилл, профессор Гарвардской бизнес-школы [15]. Она верит, что неправильное понимание природы инноваций происходит из-за того, что руководство компанией и внедрение новшеств зачастую изучаются отдельно, в то время как организациям необходимо обращаться к обоим аспектам вместе. Претворение инноваций в жизнь требует наличия особого типа управленца.

Несмотря на то, что многие люди верят в миф о том, что инновации появляются благодаря разовому проявлению гения конкретного человека, это не так. Так как же может кадровая служба поспособствовать появлению инноваций?

Рассмотрим об основные способы формирования культуры инноваций в компании и воспитания людей, способных ей управлять [16].

¹⁵ Линда Хилл // Агентство Top Speaker – Первое Российское Бюро Спикеров URL: <http://www.topspeaker.ru/speakers/speaker-hill> (дата обращения: 01.06.2016).

¹⁶ См.: Collective Genius: The Art and Practice of Leading Innovation / Linda A. Hill, Greg Brandeau, Emily Truelove, Kent Lineback, - USA: 2014.

Коллективная активность

Необходимо избавиться от мифа об обособленном креативном гении. Так, большинство инноваций являются результатом совместного решения проблем разными людьми. Инновации – это коллективный гений и совместные усилия. Задача руководителя – раскрыть отдельные кусочки одаренности и использовать их. Примером успешного внедрения новаторств являются такие компании как Пиксар, в которых успешные инновации претворяются в жизнь снова и снова благодаря «коллективному гению» и эффективному управлению. Если вам нужны инновации, вам необходимо совместное решение проблем несколькими отдельно взятыми людьми, а также вы должны осуществлять обучение, нацеленное на совершение открытий.

Проблема заключается в том, что руководители зачастую уверены, что они должны быть «провидцами», тогда как Хилл утверждает, что лидеры должны раскрывать и мягко направлять «таланты и энтузиазм» других на всех уровнях организации. Это объясняется тем, что в управлении изменениями есть место провидцам, однако управление инновациями – это совсем другое.

Культура сообщества

Иновационные руководители способны создать то, что исследователи называют «культурой сообщества». Такие лидеры преуспевают в четком понимании значимости выполняемой ими работы и, как правило, имеют великолепные навыки общения. Существует подход под названием «снизу-вверх», благодаря которому и появляется большинство инноваций.

Несмотря на то, что изучаемые ей Хилл компании имеют очень разную корпоративную культуру, все они имеют схожий набор ключевых ценностей. У них (руководителей) есть четко выраженные цели и, несмотря на то, что они не боятся рисковать, они знают, что провалы неизбежны, они лишь хотят, чтобы эти провалы были разумными. Они ценят обучение, взаимодействие и чувство ответственности. Несмотря на то что они преуспевают в поощрении и направлении сотрудничества, это не мешает таким руководителям быть решительными и вмешиваться тогда, когда они считают нужным.

«Культура сообщества» означает понимание того, что инновации складываются из эмоциональной и интеллектуальной работы и удостоверения руководителя в том, что люди чувствуют себя достаточно уверенно, чтобы обоснованно рисковать. Люди должны чувствовать себя в психологической безопасности для того, чтобы рисковать. Взаимодействие – непростой труд; даже если вы как руководитель имеете все рычаги влияния, люди будут взаимодействовать лишь тогда, когда, по их мнению, это стоит того.

Однако, в непростых экономических условиях людям сложно почувствовать себя в психологической безопасности на рабочем месте, потому что внешние факторы могут оказывать значительное давление на сотрудников. Высшее руководство утверждает, что компании необходимо больше инноваций, но на людей оказывается такое колоссальное давление,

что все инновации оказываются лишь краткосрочным явлением, например, у компании Пиксар ушло 20 лет на создание первого сделанного при помощи компьютера фильма.

Осознание необходимости создания «культуры сообщества» не всем руководителям дается легко, однако всем нам необходимо понять, как работать в новых условиях.

Будьте осмотрительны

Экспериментальное обучение руководителей становится все более популярным, кроме того, оно может поспособствовать появлению новых взглядов на инновации. Но для того, чтобы по-настоящему пожинать плоды таких экспериментальных программ, руководителю нужно проходить такое обучение более осмотрительно.

Задайте себе два вопроса. Какой тип руководителя понадобится вашей компании в будущем? Какой опыт вы бы передали руководителям сейчас, по сравнению с тем, что было 15 лет назад? Например, должен ли навык работы в цифровом формате быть обязательным требованием для руководителя?

Для того, чтобы экспериментальное обучение было эффективным, оно должно «беспорядочным» и иметь «дерзкие цели». Такое обучение даёт нам знания о менее структурированных возможностях, таких как работа в разнородных группах с целью нахождения идей, которые могут принести пользу обществу и управлять прибылью. Давайте людям возможность поработать над тем, что заставит их быть более изобретательными и даст возможность поработать с людьми, сильно отличающимся от них. Эффективные задания могут также включать в себя помощь вашим сотрудникам с большим потенциалом справляться с задачами некоммерческого характера.

Если вы распределяете людей по различным группам, неплохой идеей представляется поиск квалифицированных тренеров для них. Вам нужны люди, которые могут играть роль «мостов». Думайте сквозь призму опыта, который бы вы хотели, чтобы имели ваши сотрудники, о тренерах, с которыми бы они должны были контактировать, и о ролевых моделях, которые им необходимо увидеть.

Несмотря на то, что традиционные карьерные тропинки означают, что люди могут быть одержимы восхождением по карьерной лестнице, не стоит недооценивать «боковые» ходы. Люди могут неохотно двигаться «вбок», но именно такие движения могут быть ключевыми для взаимодействия.

Не те, о ком бы вы могли подумать

Знаете ли вы, кто является вашими «людьми с позитивными отклонениями»? Найдите их и вы решите все свои задачи по внедрению инноваций. Многие из людей, в которых вы нуждаетесь, уже есть в вашей компании.

Так кто же эти люди, которые взаимодействуют в любой, даже

враждебной обстановке? Это – ваши люди с позитивными отклонениями. Изучите их. Они должны быть вашими чемпионами, а не просто главными менеджерами. Решение всех ваших проблем уже в вашей организации. Присоединитесь к людям, которые уже решают ваши проблемы, создайте систему и условия, которые бы поддержали их.

Беспокоит тот факт, что зачастую люди, от которых исходит максимум помощи, «невидимы» в компании, поскольку они так охотно взаимодействуют и как бы «растворяются» в организации. Их способ принятия решений даже приводит к тому, что они игнорируются при выборе людей на роль главных менеджеров.

Выявление таких людей – это то, что должен делать руководитель службы занятости. Люди, которые ярко проявляют себя во взаимодействии не пытаются показаться самыми умными, не являются самыми откровенными. выпадает ли их поведение из вашего списка компетенций?

Известно, что значимость и влияние служб занятости в организации постоянно растут, поскольку именно они отыскивают настоящие таланты, однако талант должен выходить за пределы верхушки компании, на передний план. Вам необходимо думать о таланте в более широком смысле в рамках компактной организации.

Если говорить о высоком потенциале, людям следует позволять противопоставлять себя принятым в компании стандартам эффективности: почему бы не дать людям самостоятельно развивать свои навыки управления? Так они смогут раскрыть таланты, о которых вы даже и не подозревали.

Использованные источники:

1. Collective Genius: The Art and Practice of Leading Innovation / Linda A. Hill, Greg Brandeau, Emily Truelove, Kent Lineback , - USA: 2014.
2. Линда Хилл // Агентство Top Speaker – Первое Российское Бюро Спикеров URL: <http://www.topspeaker.ru/speakers/speaker-hill> (дата обращения: 01.06.2016).

*Кургаева Ж.Ю., к.и.н.
доцент
кафедра государственного,
муниципального управления и социологии
Казанский национальный исследовательский
технологический университет
Россия, г. Казань*

**АНАЛИЗ СИСТЕМЫ ОБУЧЕНИЯ ПЕРСОНАЛА В СФЕРЕ ПРОДАЖ
(НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ ООО «ТВОИ МОБИЛЬНЫЕ
СИСТЕМЫ»)**

**ANALYSIS OF THE SYSTEM OF STAFF TRAINING IN THE
SPHERE OF SALES OPERATIONS (USING THE COMPANY'S «YOUR
MOBILE SYSTEMS» AS AN EXAMPLE)**

Аннотация: В статье анализируются проблемы в области приобретения сотрудниками отдела продаж новых компетенций и создания эффективной системы мотивации персонала в компании ООО «Твои мобильные системы». Наряду с анализом в публикации дается ряд рекомендаций по решению рассматриваемых в ней проблем.

Ключевые слова: обучение персонала, «обучающаяся организация», сфера продаж, необходимый набор навыков, развитие компетенций, программа внутренней подготовки сотрудников

Annotation: The problems of gaining new competences by sales officers and making an effective system of the staff motivation in the company «Your mobile systems» are analyzed in the article. Along with the analysis, the article provides a number of recommendations to solve the problems under consideration.

Key words: staff training, learning organization, sales operations, necessary skill sets, developing the competencies, Internal Staff Training Programme

Деятельность менеджеров по продажам является ключевой в коммерческих организациях, связанной с непосредственными контактами с потребителями. Бизнес постоянно ищет новый продукт, который отличал бы его от конкурентов. Почти в каждой сфере продукт постоянно меняется, совершенствуется, модифицируется, предвосхищая запросы пользователей. Таким образом, персонал, который непосредственно общается с клиентом и продает ему товары и услуги, постоянно должен изучать продукт, его отличительные черты, преимущества, функции, стремясь создать «уникальное торговое предложение».

Анализ международного опыта организации внутрифирменной подготовки показывает, что в странах с развитой рыночной экономикой внутрифирменной подготовке и в целом повышению уровня квалификации персонала уделяется самое серьезное внимание. С этой целью, в рамках системы качества был разработан стандарт ГОСТ Р ISO 10015-2007, который определяет основной уровень требований к организации обучения персонала. Он был разработан ОАО «Научно-исследовательский центр контроля и

диагностики технических систем» и Техническим комитетом по стандартизации ТК 10 «Перспективные производственные технологии, менеджмент и оценка рисков». Утвержден и введен в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 27 декабря 2007 г. № 567- ст. [1]

Обучение персонала ставит перед руководителями массу вопросов. Возможны различные формы организации внутрифирменного образования: собственный учебный центр, тренинги и семинары, сопровождение предприятия обучающей фирмой. Для выбора формы организации обучения необходимы четкие критерии, позволяющие рассмотреть разные варианты и определить степень их соответствия целям обучения для каждого предприятия и для каждой ситуации в отдельности.

В качестве объекта исследования выступает Коммерческая дирекция ООО «Твои мобильные технологии». Компания ООО «Твои мобильные технологии» - бывший татарстанский филиал самарского мобильного оператора ОАО «СМАРТС», одного из крупнейших поставщиков услуг мобильной связи в Поволжском регионе.

В 2013 году компания ЗАО «СМАРТС-Казань» была выкуплена и вошла в состав крупнейшего телекоммуникационного оператора Республики Татарстан ОАО «Таттелеком». Летом 2015 года компания была переименована в ООО «Твои мобильные технологии». В группе компаний «Таттелеком» ООО «Твои мобильные технологии» отвечает за реализацию продажи услуг и обслуживания технологической инфраструктуры мобильной связи под брендом «Летай. Мобильная связь». Компания позиционирует себя как региональный оператор с выгодными дисконтными голосовыми тарифами и покрытием даже в маленьких населенных пунктах.

Причины выбора данной организации заключаются в том, что рынок мобильной связи в регионе максимально насыщен (6 крупных операторов на территории Республики Татарстан), конкуренция очень высокая, преимущество в такой ситуации будет у компании, которая быстрее внедряет инновации и быстрее реагирует на изменения внешней среды (технологии, услуги, опыт зарубежных компаний, колебания валюты и т.д.). Данное преимущество может быть достигнуто за счет эффективного использования человеческого капитала организации через реализацию концепции learning organization.

В качестве методики анализа системы обучения использовался метод анкетирования, позволяющий оценить отношение сотрудников, в том числе менеджеров по продажам, к сложившейся в компании системе профессионального обучения персонала.

Сотрудникам коммерческого подразделения было предложено ответить на вопросы анкеты, затрагивающей аспекты развития профессиональных компетенций. Отметим, что опрос проводился среди сотрудников, проработавших в компании более года. Перед началом опроса с сотрудниками было проведено разъяснение основных понятий концепции learning

organization.

75 % респондентов в качестве фактора повышения эффективности их деятельности выбрали увеличение количества обучающих программ и тренингов. 100 % опрошенных также хотели бы пройти дополнительное обучение для повышения своего профессионализма, однако, такой возможности компания на сегодняшний день не предоставляет.

Важным моментом для анализа выступает следующий показатель – 50 % опрошенных считают, что в компании акцент в основном сделан на работе, созданы только инструменты для самообразования (электронный портал). Основные потребности в обучении связаны у респондентов со следующей тематикой: личностный рост, управление знаниями, общий менеджмент, продажи.

Респондентам было также предложено выбрать наиболее оптимальный для них формат обучения. 50 % опрошенных хотят получать знания от практикующего специалиста, 20 % хотят обучение в формате «case studies» и дискуссий. Ни один респондент не указал формат «чисто теоретическое обучение». По итогам опроса по шкале от 1 до 5 баллов респонденты оценивали соответствие компании понятию «обучающаяся организация», полученная оценка – 1,5 балла из 5. Таким образом, очевидно, что в данной компании в системе обучения персонала существует много недостатков, которые вызывают недовольство работников.

Следует учитывать, что неиспользование на практике современных образовательных технологий при обучении работников сферы продаж может привести к ряду негативных тенденций:

1. Низкая квалификация персонала в области продаж «на входе», отсутствие необходимого набора профессиональных навыков - значит, мы будем вынуждены обучать новичков и своему продукту и основам его работы, то есть умению продавать.

2. Высокая (может быть) смена торгового персонала - следовательно, система должна иметь возможность обучать большое количество персонала «на входе» и быть на этом этапе не слишком затратной, так как есть реальный риск «потерять» обученных сотрудников.

3. Недостаточная внутренняя мотивация персонала на работу в занимаемой должности - система обучения должна мотивировать сотрудников к профессиональному росту, стимулировать их к повышению качества работы.

4. Необходимость обучения и по продажам, и по продукту.

5. Недостаточная управленческая компетентность менеджеров среднего звена – старших продавцов, управляющих, директоров; так как чаще всего они «вырастают» из торгового персонала. Система должна работать и на обучение продавцов, и на обучение менеджеров среднего звена.

6. Необходимость развития лояльности к компании и товару у персонала, так как личная лояльность продавца влияет на уровень продаж - наши усилия должны быть направлены не только на рациональную

составляющую обучения (получение знаний). Значимым фактором учебных мероприятий должна быть эмоциональная настрой персонала на работу.

7. Необходимость гибко оценивать и реагировать на результаты обучения и иметь возможность корректировать обучающие программы – в системе должен быть простой и эффективный инструментальный мониторинг результатов обучения.

8. Розничная торговля не обладает большим финансовым и людским ресурсом для создания корпоративных университетов. Значит наша система профессионального обучения должна иметь возможность использовать ресурсы не только тренеров, но и высококвалифицированных менеджеров торговых точек и быть рентабельной с точки зрения затрат компании на ее организацию и реализацию.

9. При реализации обучающих мероприятий следует использовать весь комплекс интегрированных коммуникаций, имеющихся в организации. [2]

Таким образом, мы видим следующие необходимые шаги по реализации концепции learning organization в компании ООО «Твои мобильные технологии»:

1. Анализ миссии компании и ее переосмысление, исходя из принципов обучающейся организации (главное на данном этапе - создать общее видение).

2. Формирование модели компетенций успешного менеджера по продажам компании. На наш взгляд, она должна включать в себя следующие необходимые компетенции управления знаниями, а также социальные (или межличностные) компетенции:

- Воздействие (оказание влияния, противостояние влиянию);
- Инициатива и Ориентация на достижение;
- Межличностное понимание;
- Клиентоориентированность;
- Уверенность в себе;
- Стрессоустойчивость. [3]

3. Расширение обучающей активности – сбор потребностей работников в обучении на текущий момент и опережающее планирование, исходя из рыночных тенденций и активности конкурентов.

4. Применение подхода «learning organization» – эффективно начать этот процесс «сверху»: инициатива должна идти от топ-менеджмента компании.

5. На наш взгляд, в целом, схема процесса профессионального обучения менеджеров по продажам должна выглядеть следующим образом:



По тому же алгоритму мы можем формировать циклы и для других категорий сотрудников и накладывать данные циклы друг на друга в один временной промежуток.

6. Необходимо разработать систему поощрения активного участия менеджеров по продажам компании в данном процессе, чтобы стимулировать их к совершенствованию своих профессиональных компетенций.

7. Создать инструмент измерения эффективности обучения, основываясь на показателе ROI (Return on investment).

Использованные источники:

- ГОСТ Р ИСО 10015-2007 Менеджмент организации. Руководящие указания по обучению. - URL: http://www.znaytovar.ru/gost/2/GOST_R_ISO_100152007_Menedzhme.htm
- Шагбанова Ю.Б. Кампания интегрированных коммуникаций по продвижению образовательных услуг / Ю.Б. Шагбанова // Российская школа связей с общественностью. - 2015. - Т.7. - С. 150-157.
- Модель компетенций лучших продавцов. - URL: <http://www.keyconsulting.ru/arkhivy/model-kompetentsij-lutchshikh-prodavtsov/>

*Лавренова Е.С.
магистрант 1 курса
Национальный исследовательский
Томский государственный университет (НИ ТГУ)
экономический факультет
Россия, г. Томск*

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ТРУДА НА ОСНОВЕ КИНЕЗИОЛОГИЧЕСКОГО ПОДХОДА

В статье приводится теоретическое обоснование способов оценки эффективности деятельности предприятия. Отмечены отдельные показатели оценки эффективности. Определена экономическая значимость качественных критериев. Особое внимание уделено кинезиологии как эффективному способу повышения эффективности труда и компании в целом.

Ключевые слова: экономическая эффективность труда, кинезиология, оценка эффективности предприятия

ECONOMIC EFFICIENCY OF THE LABOR ON THE BASIS OF KINESIOLOGICAL APPROACH

The theoretical reasons for estimation methods of an efficiency activities of the enterprise are considered in the article. The separate an efficiency assessment index are indicated. The economic significance of qualitative criteria is defined. The kinesiology as an effective method to increase of the labor efficiency and efficiency of the company in general are defined with special attention.

Keywords: labor economic efficiency, kinesiology, assessment of the enterprise efficiency.

Существуют различные способы и модели оценки эффективности деятельности предприятия. Как правило, все они связаны с расчетом экономических показателей и коэффициентов и сравнении их с нормальным значением. Однако немаловажным показателем оценки экономической эффективности функционирования компании является и эффективность и результативность работы его сотрудников. Оценка эффективности труда необходимо проводить по определенным критериям, которые будут взаимосвязанными и направлены на измерение эффективности труда персонала.

Оценка труда сотрудников – это организованный определенным образом и целенаправленный процесс установления соответствия качественных характеристик работника требованиям деятельности, должности или рабочего места. [1, с. 189]. Следовательно, измерение эффективности труда персонала имеет одну главную цель: улучшить результативность труда персонала, способствуя реализации и полному использованию его потенциал, снабжению работников и руководителей информацией, необходимой для принятия решений, связанных с работой.

Чтобы результаты оценки труда персонала были объективными, надежными, нужно определить критерии, по которым проводится оценка [2,

с. 72]. Критерий представляет собой определенный норматив того или иного расчетного показателя. Идеальным способом оценки служит разработка уникальных критериев для каждого сотрудника или по группам занимаемых должностей.

На наш взгляд, существует две основные составляющие оценки эффективности труда сотрудников:

1. Экономическая (эффективность деятельности организации и персонала, уровень достижения целей, объем и качество работы, лояльность организации, количество заказов на изготовление продукции);

2. Социальная (гармония, удовлетворенность трудом, особенности поведения, личностные особенности, скрытые возможности участников) [3, с. 236].

Для оценки экономической составляющей эффективности труда могут быть использованы в том числе следующие коэффициенты:

1. Коэффициент использования рабочего времени – отношение времени, затраченного на выполнение своих трудовых обязанностей к продолжительности рабочего дня;

2. Коэффициент производительности труда – отношение количества условных единиц услуги за отчетный период к среднему количеству условных единиц услуги за тот же отчетный период среди работников той же категории;

3. Коэффициент финансовой эффективности выполненных работ / оказанных услуг – отношение разности стоимостей условных единиц услуги / продукции, произведенных сотрудником, и затрат за отчетный период.

Расчет подобных коэффициентов представляет собой с основным оценку количественных показателей эффективности труда персонала. Тем не менее, в рамках данного исследования, мы настаиваем на том, что немаловажными факторами, оказывающими существенное влияние и на количественные показатели в том числе, являются качественные или социальные характеристики.

Применение кинезиологического подхода для повышения эффективности качества труда сотрудников нам представляется перспективным и значимым направлением развития.

Кинезиология рассматривается как научная и практическая дисциплина, изучающая мышечное движение во всех его проявлениях, основной целью кинезиологии является воздействие на мышцы человека таким образом, чтобы оказать влияние в том числе и на работоспособность мозга.

Недостаток двигательной активности у большинства работников с силу специфики трудовых обязанностей приводит к нарушению функций организма, что, в конечном счете, сказывается и на результатах. Таким образом, для предотвращения отрицательных последствий в частности компьютерной аддикции, может быть применена система простых упражнений. Иными словами, данную методику еще называют «Гимнастикой мозга». Кинезиология, как наука о движении тела, а также упражнения, входящие в концепцию образовательной кинезиологии, направлены на

гармонизацию работы разных отделов головного мозга и интеграцию их в согласованно действующий механизм.

Основным преимуществом кинезиологического подхода применительно в сотрудникам разного профиля является универсальность, доступность и скорость. Базовые упражнения могут занимать от 5 минут, при этом совершенно не требуется какое-либо уникальное оборудование или приспособления.

Анализ психолого-педагогических исследований позволил выявить высокий коэффициент корреляции между двигательной активностью человека и их индивидуальными результатами в ходе образовательного процесса. Было доказано, что использование данной методики способствует повышению эффективности результатов труда на 10-30%.

Исследование эффективности данной методики проводилось на примере детей, что является наиболее показательным, так как они наиболее подвержены различным воздействиям. Анализ результатов применения кинезиологического подхода в течение четверти учебного года показал следующее:

- 100% детей перестали проявлять двигательную активность в процессе урока и в тоже время стали более подвижны во внеурочное время в рамках школы;
- 67% детей перестали проявлять компульсивное стремление к использованию компьютерных средств в процессе урока;
- 34% детей перестали использовать информационно-коммуникационные технологии во внеурочное время в рамках школы;
- 78% детей показали признаки повышения интереса к процессу обучения, что говорит об увеличении уровня познавательной активности [4].

Таким образом, комплекс упражнений зарекомендовал себя не только как эффективное средство повышения уровня познавательной активности в процессе обучения, но и как действенный метод, способствующий повышению экономической эффективности деятельности предприятия в целом. Повышение скорости и качества выполненных работ, являющегося следствием применения данной методики среди сотрудников, приводит в общему положительному экономическому эффекту, выражающемуся в увеличении количественных показателей эффективности, таких как производительность труда, коэффициент финансового эффективности труда и других, и в конечном счете к увеличению прибыли и рентабельности компании в целом.

Использованные источники:

1. Хильб М. Интегрированный менеджмент персонала. Цели – стратегии – инструменты: пер. 11-го нем.изд.: учебник. – М.: Дело и Сервис, 2006. – 256 с.
2. Базаров Т.Ю. Управление персоналом: учеб. пособие / Т.Ю. Базаров. – 2-е изд., стер.; Гриф МО. – М.: Академия, 2003. – 219 с.
3. Колосовская Н.В. Оценка эффективности труда по критериальным

показателям // Вестник науки Тольяттинского государственного университета. – 2010. – № 3. – С. 236–239.

4. Деннисон П.И. Гимнастика мозга: Простые упражнения для учения целостным мозгом / П.И. Деннисон, Г.И. Деннисон; пер. с англ. – 2 изд. – М., 2012. – 138 с.

*Лакаткина Е.М.
студент 2 курса
факультет «Учетно-финансовый»
Стукова Ю.Е.
доцент
кафедра «Экономика предприятий»
Кубанский государственный аграрный университет
Россия, г. Краснодар*

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

В статье раскрыто понятие трудовых ресурсов и путей повышения их использования на примере конкретной организации Краснодарского края за период 2012 – 2014 гг.

Ключевые слова: трудовые ресурсы, работники, производительность труда, эффективность, сельскохозяйственная организация

*Lakatkina E.M.
student
Kuban state agrarian university
2 course, faculty "Registration and financial"
Russia, Krasnodar
Stukova Yu.E., associate professor
associate professor "Business economics"
Kuban state agrarian university
Russia, Krasnodar*

EFFICIENCY OF USE OF THE MANPOWER OF THE ORGANIZATION

In article the concept of a manpower and ways of increase of their use on an example of the concrete organization of Krasnodar Krai during 2012 - 2014 is opened.

Keywords: manpower, workers, labor productivity, efficiency, agricultural organization

В обеспечении эффективности функционирования любого предприятия главная роль принадлежит человеческому фактору, главной производительной силе, какой являются работающие на нем люди [4].

Следует отличать друг от друга такие понятия как «кадры», «персонал» и «трудовые ресурсы предприятия», так как у всех этих определений различается экономическое значение. Так «трудовые ресурсы» подразумевают потенциальную рабочую силу организации, «персонал» - весь личный состав работающих по найму, постоянных и временных, квалифицированных и неквалифицированных работников. Кадры - основной (штатный, постоянный), квалифицированный состав работников предприятия. В данной статье особое внимание будет уделяться именно трудовым ресурсам организации, потому что это понятие шире, чем последующие.

Итак, трудовые ресурсы – это трудоспособное население, обладающее физическими и интеллектуальными возможностями для участия в трудовой деятельности. Трудовые ресурсы представляют собой крайне важный фактор, рациональное использование которого обеспечивает рост уровня производства сельскохозяйственной продукции и экономической эффективности деятельности организации [3, с.166]. Недостаточная обеспеченность рабочей силой может привести к невыполнению программы производства, несоблюдению оптимальных сроков проведения работ, а в результате – к сокращению объемов производства продукции. Избыток трудовых ресурсов также нежелателен, ибо приводит к неполному использованию рабочей силы и снижению производительности труда.

Ежегодно сокращается численность занятых в сельском хозяйстве работников как в целом по России, так и в Краснодарском крае в частности. По краю наблюдается отчетливая тенденция снижения численности работников, занятых в сельском хозяйстве. Наиболее существенным фактором, который оказывает влияние на использование трудовых ресурсов с области сельского хозяйства, является сезонность труда. Он же влияет и на непостоянность доходов сельского населения. [6]. Руководители аграрных предприятий ставят перед собою краткосрочные задачи, от решения которых оно может получить высокий финансовый результат. Чаще всего эти задачи связаны с производством продукции растениеводства [5].

Уровень безработицы в сельской местности намного выше, чем в городе из-за ограниченного количества рабочих мест и их спецификацией. Так, общее число безработных в 2011-2014 гг. в Краснодарском крае составила в среднем 175,3 тыс.человек. Примерно 59% из них приходилось именно на сельскую местность. Следует отметить, что самый высокий уровень безработицы в крае отмечается в Староминском, Крыловском, Новопокровском и Щербиновском районах.

В настоящее время производством сельскохозяйственной продукции занимаются крупные и средние сельскохозяйственные организации, фермерские хозяйства, малые предприятия и индивидуальные предприниматели [5].

Проведена экономическая оценка эффективности использования трудовых ресурсов конкретной сельскохозяйственной организации Краснодарского края, основными направлениями деятельности которой

является растениеводство, животноводство. Кроме того, она занимается переработкой некоторой произведенной продукции. Её финансовое состояние является стабильным и устойчивым. Хозяйство эффективно использует имеющиеся в наличии ресурсы, получает прибыль, которая направляется на дальнейшее совершенствование и развитие производственной и социальной сфер деятельности.

Численность персонала основной деятельности в отчетном 2014 году снизилась на 5,25% по сравнению с базисным и составила 666 человек. Численность рабочих снизилась по сравнению с 2012 годом на 5,08 % (24 чел.), число руководителей сократилось на 3,12% . В целом по данному периоду численность работников в данной организации сократилась на 53 человека или 7,38%, что, как следствие, приводит к повышению нагрузки на 1 работника. Это связано с оптимизацией, автоматизацией производства, увольнением работников в данный период.

Эффективность использования трудовых ресурсов характеризуется показателями производительности труда. Показатель уровня производительности труда в зависимости от выбора единиц измерения продукции может быть рассчитан тремя методами, одним из которых является стоимостной метод [2]. С его помощью измеряется уровень, динамика производительности труда при производстве разнородной продукции. Уместно воспользоваться этим методом при расчете показателей производительности труда в выбранной организации.

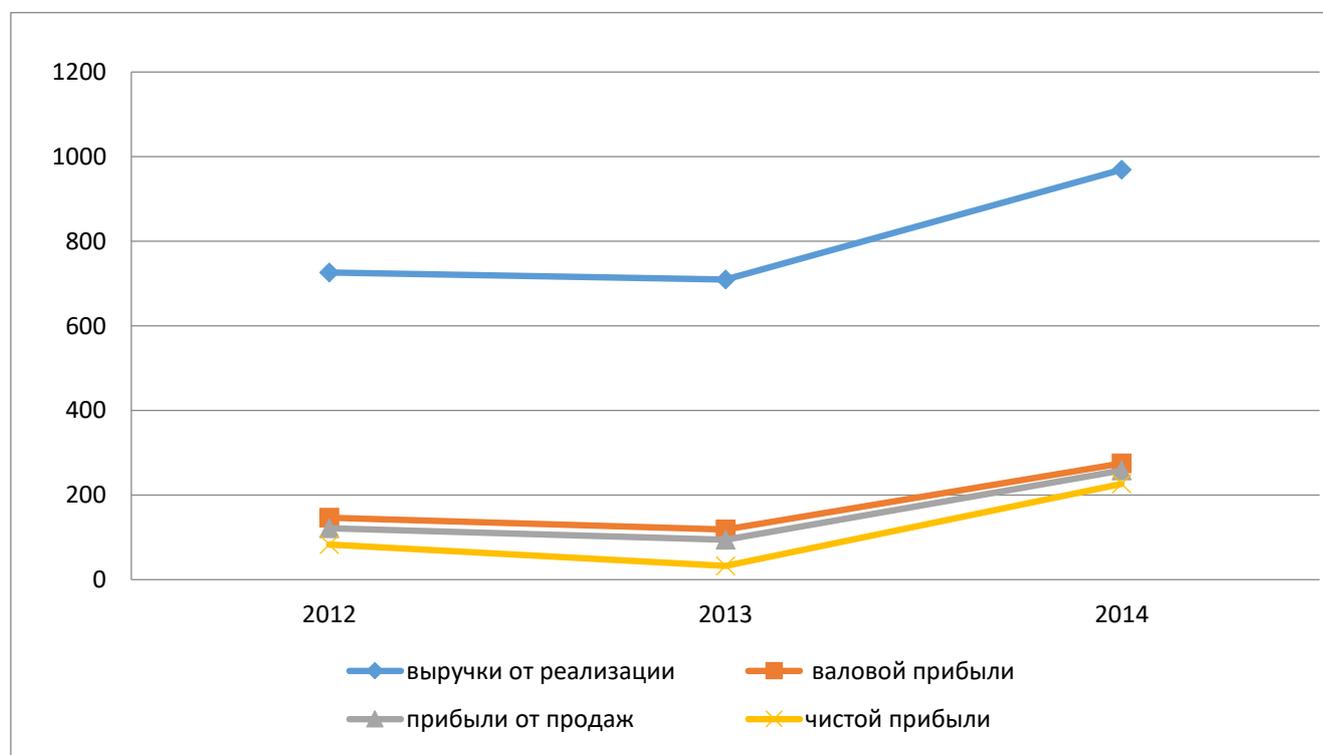


Рисунок 1 – Стоимостные показатели производительности труда работников за 2012 -2014 гг.

Данные, по которым был составлен график (рисунок 1), рассчитывались на 1 человека, работника организации (тыс.руб./чел.). Отсюда можно сделать вывод, что в 2014 году сумма чистой прибыли, приходящейся на 1 среднегодового работника почти в 3 раза больше, чем в 2012 году и в 7 раз больше показателя 2013 года. Валовая прибыль в расчете на 1 работника возросла на 87,5%, а прибыль от продаж в свою очередь выросла больше, чем в 2 раза. Прибыль до налогообложения выросла более, чем в 2,5 раза. Все это говорит о эффективном использовании трудовых ресурсов организации (несмотря на сокращение численности работников), эксплуатации техники и внедрения новых технологий производства продукции.

Такой рост производительности труда, как правило, происходит за счет снижения трудоемкости продукции, а именно за счет выполнения плана оргтехмероприятий (внедрение достижений науки и техники, механизация и автоматизация процессов производства, совершенствование организации производства и труда), увеличения удельного веса покупных полуфабрикатов и комплектующих изделий, пересмотра норм выработки [1]. Выработка - это количество продукции, произведенной за единицу рабочего времени или приходящейся на одного среднесписочного работника или рабочего за период (час, месяц, год). Расчеты по выработке (производительности труда) продукции за 2013-2014 гг. представлены в таблице 3.

Таблица 3 – Вспомогательная таблица для анализа изменения выручки от продажи продукции за счет изменения показателей

Показатель	2013 г.	2014 г.	Абсолютное изменение ±
Выручка от продажи продукции, тыс. руб.	490892	645 435	154 543
Среднесписочная численность работников, чел.	638	608	-30
Выработка (производительность труда) одного работника за каждый год, тыс. руб./чел.	769,42	1061,57	292,15

Используя некоторые расчеты, взятые из таблицы 3, можно вычислить то, как повлияло изменение среднесписочной численности работников ($\Delta Ч$) и изменение производительности труда ($\Delta Пр$) на рост выручки ($\Delta В$). Изменение выручки за счет изменения численности работников ($\Delta В \Delta Ч$) будем определять по формуле 1. Изменение выручки за счет изменения производительности труда ($\Delta В \Delta Пр$) – по формуле 2.

$$\Delta В \Delta Ч = \Delta Ч * Пр_{13} \quad (1)$$

$$\Delta В \Delta Пр = \Delta Пр * Ч_{14} \quad (2)$$

Где: Pr_{13} – производительность труда 2013 года;
 $Ч_{14}$ – среднесписочная численность работников за 2014 год.

Таким образом, получили следующие результаты: изменение выручки за счет изменения численности труда составляет 23082,6 тыс. руб.; изменение выручки за счет изменения производительности труда равно 177625,7 тыс. руб. Можно сделать вывод, что наибольшее влияние на увеличение выручки организации оказало повышение производительности труда работников предприятия. Для повышения производительности труда необходимо повышать и объемы производства. Это может быть достигнуто путем экономии рабочего времени (Эрв). Расчет данного показателя представлен на формуле 3.

$$\text{Эрв} = \frac{t_0 - t_1}{t_0} * 100 \quad (3)$$

Где t_0 и t_1 – трудоемкость изготовления продукции базисного и отчетного периодов, чел.-ч.

Согласно расчетам по данным исследуемой организации экономия рабочего времени валовой продукции составит 99,75 чел.-ч. Рассчитав повышение производительности труда в результате экономии рабочего времени (Δ ПТэ) по формуле 4, получается значение, равное 49,94 ц/чел.-ч.

$$\Delta \text{ ПТэ} = \frac{\text{Эрв}}{100 - \text{Эрв}} * 100 \quad (4)$$

В результате проведенного исследования можно сделать вывод, что рост производительности труда самым непосредственным образом влияет на конечные финансовые результаты работы предприятия (величину прибыли).

Организация может достичь этого за счёт внедрения механизации и автоматизации производства и труда, осуществления ежеквартального анализа фонда оплаты труда с тем, чтобы выявить факторы, влияющие на величину фонда оплаты труда, а также за счет правильно организованной мотивации труда. Наряду с этим, нужно правильно расходовать рабочее время путем его оптимизации и экономии. На наш взгляд, наиболее эффективным является способ стимуляции работников, основывающийся на поощрительных денежных выплатах. Такая система предусмотрена для увеличения производительности труда. В ней обязательным условием эффективного функционирования является компенсация расходов на оплату труда за счет роста производительности труда.

Сельские трудовые ресурсы должны обеспечивать эффективное функционирование сельской экономики. Эта задача должна решаться, исходя

из экономических и социальных интересов региона и отдельной территориальной единицы при соответствующей государственной поддержке.

Использованные источники:

1. Алиев И. М. Экономика труда. Теория и практика: учебник для бакалавров/ И. М. Алиев. – М.: Юрайт, 2014. - 671с.
2. Береславская В.А. Эффективность использования трудовых ресурсов и оптимизации оплаты труда / В.А. Береславская. - М.: – 2008.
3. Горфинкель В.Я. Экономика предприятия / В. Я. Горфинкель, В.А. Швандар. – М.: 2007. — 670с.
4. Пелих А.С. Экономика отрасли / А.С. Пелих - Ростов н/Д.: Феникс, 2003. – 448 с.
5. Колесник, В.С. Использование трудовых ресурсов в сельском хозяйстве Краснодарского края / В.С. Колесник // Проблемы социально-экономической устойчивости региона : сб. статей XI Междунар. научн.-практ. конф. – Пенза : РИО ПГСХА, 2014. – с. 36-39
6. Эффективность использования производственных ресурсов в сельском хозяйстве: коллектив. моногр./ под.общ. ред. Проф. Парамонова П.Ф. – Краснодар: КубГАУ, 2014. – 224с.

Литвинова О.В.

магистрант 1 курса

Институт магистратуры и аспирантуры

Рязанский государственный радиотехнический университет

Россия, г. Рязань

КОНТРОЛЛИНГ: УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТНЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ПРИ РАЗРАБОТКЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ ОПК

Аннотация. В статье рассматривается возможность применения аналитического инструментария контроллинга при анализе конкурентных преимуществ предприятия в процессе выработки стратегии его развития; проведен сравнительный анализ основных стратегических матриц, позволивший выявить преимущества, недостатки и особенности их использования для конкретной отрасли.

Ключевые слова: стратегия развития предприятия, конкурентные преимущества, контроллинг, стратегические матрицы.

Annotation. In article is considered the possibility of use of analytical instruments of controlling in the analysis of competitive advantages of the company in the course of elaboration of its development strategy; is carried out the comparative analysis of the main strategic matrixes which has allowed to reveal advantages, shortcomings and features of their use for concrete branch.

Keywords: development strategy of the company, competitive advantages, controlling, strategic matrixes.

В процессе разработки стратегии развития предприятия ОПК на сегодняшний день зачастую сталкиваются со многими нерешенными проблемами нетривиального характера. В виду этого современные предприятия ОПК должны использовать новые подходы к управлению, которые позволили бы выявлять и прогнозировать проблемные ситуации, своевременно принимать меры по их нейтрализации, обеспечивать качественное информационно-аналитическое сопровождение управления.

В качестве такого нового подхода для поддержки выработки стратегии развития предприятий ОПК может быть использован аналитический инструментарий контроллинга.

Современные проблемы использования контроллинга в стратегическом управлении и планировании рассмотрены в работах Р. Манна и Э. Майера, А. Дайле, Д. Хана, Г. Пича и Э. Шерма, А. Томпсона мл. и А. Стрикленда III и др. Среди отечественных авторов, исследующих данную проблему, можно выделить работы Н. Г. Данилочкиной, А. М. Карминского, С. Г. Фалько, М. Л. Слуцкина и др.

Большинство из перечисленных выше авторов отмечают, что при разработке стратегии развития предприятия необходимо применять основные инструменты стратегического и оперативного контроллинга: анализ стратегических разрывов и потенциала, анализ сценариев, PIMS-анализ, бенчмаркинг и др. [2].

Стратегический и оперативный контроллинг тесно связаны друг с другом, вследствие этого, и разделение методов на две группы носит условный характер. Данное обстоятельство скорее связано с уровнем проблем, на решение которых направлен метод, с предпочтительностью и частотой его использования.

Стратегический контроллинг, будучи призванным обеспечивать выживаемость предприятия и отслеживание достижения долгосрочного устойчивого преимущества предприятия перед конкурентами, под одним из своих основных направлений подразумевает анализ конкуренции. В силу этого важным шагом на пути разработки стратегии развития предприятия ОПК является всесторонний анализ положения предприятия, отрасли и его конкурентной позиции.

Практический инструментарий контроллинга при анализе конкурентных преимуществ предприятия достаточно многообразен. В данной статье остановимся подробнее на разнообразных матричных инструментах.

История применения стратегических матриц начинается с создания матрицы BCG в 1960-х гг. В дальнейшем на ее основе были разработаны другие портфельные матрицы, с расширенной, по сравнению с первоначальным вариантом, областью применения: матрица Ансоффа, McKinsey/GE, Shell/DM, SPACE-матрица.

Проведенный анализ данных стратегических матриц позволил составить их сравнительную характеристику, выявить особенности использования, а также их преимущества и недостатки (табл.1).

Таблица 1

Сравнительная характеристика стратегических матриц

Название матрицы	Область применения	Индикаторы	Преимущества	Недостатки
BCG	управление продуктовым портфелем	рыночная доля и темп роста рынка	наглядность, простота	нечеткое определение рынка
Матрица Ансоффа	выбор продуктовой стратегии	вид рынка и вид товара (существующий/новый)	наглядность; отсутствие вычислений; конкретные рекомендации	односторонность
McKinsey /GE	определение места предприятия на рынке; анализ	привлекательность рынка и конкурентная позиция	большое количество учитываемых параметров;	трудность в оценивании параметров;
Shell/DM	положения отдельных стратегических бизнес единиц	привлекательность отрасли и конкурентная позиция	использование на различных уровнях	краткосрочная перспектива; обобщенный характер рекомендаций
SPACE-матрица	определение конкурентной позиции	финансовая устойчивость; конкурентная позиция; устойчивость отрасли	наглядность; учет многих параметров	сложный процесс анализа

Каждая матрица ориентирована на разные группы показателей, поэтому при их использовании необходима адаптация их для конкретного рынка или отрасли.

Наиболее подходящим для отрасли ОПК представляется использование модели, предложенной Г. Дейем [1]. Она представляет собой вариацию матрицы McKinsey/GE, но учитывает ее недостатки. В своей модели Г. Дей попытался решить проблему субъективности оценок. Для этого он систематизировал критерии и отдал приоритет факторам, отражающим прибыльность (табл. 2).

Таблица 2

Факторы привлекательности отрасли и конкурентной позиции предприятия в модели Г. Дея

Привлекательность отрасли	Сила бизнеса
<i>Рыночные факторы:</i>	<i>Позиция на рынке:</i>
размер рынка;	относительная доля рынка;
величина рынка;	темпы изменения доли на рынке;
темпы роста рынка;	колебания доли в зависимости от сегмента;
стадия жизненного цикла;	дифференциация цен, качества и обслуживания;
разнообразие рынка;	ассортимент;
эластичность цен;	имидж предприятия
покупательная способность;	<i>Экономическая и технологическая</i>
цикличность спроса	
<i>Экономические и технологические</i>	

факторы:
 интенсивность инвестирования в отрасль;
 способность противостоять инфляции;
 уровень и срок использования
 технологии;

барьеры входа и выхода в отрасли;
 доступ к источникам сырья

Конкурентные факторы:

тип конкурентов;
 структура конкуренции;
 угроза появления продуктов-заменителей

позиция: наличие компетентного
 персонала;
 уровень производственных мощностей;
 технологический уровень;
 патенты

Способности:

управление;
 маркетинг;
 распределение;
 персонал

Кроме этого, Г. Дей конкретизировал рекомендуемые в моделие McKinsey/GE стратегии (табл. 3).

Таблица 3

Привлекательность рынка	Модель Г. Дея		
	Сильные	Средние	Слабые
Сильная	Защищайте позиции: инвестирование в развитие по максимуму; концентрация усилий на сохранении сильных сторон	Инвестируйте в развитие: выборочное развитие в сильных направлениях; укрепление уязвимых позиций	Развивайтесь селективно вокруг небольшого числа сильных сторон; ищите пути преодоления слабых сторон; продавайте бизнес, если нет признаков роста
Средняя	Развивайтесь селективно: увеличение производительности и труда через операционную эффективность; диверсификация	Извлекайте доход: сконцентрируйте инвестиции в тех сегментах с высокой нормой прибыли и относительно небольшим риском	Небольшое расширение: поиск способов развития без высокого риска или минимизируйте инвестиции и улучшайте организацию на уровне процессов
Слабая	Защищайтесь и меняйте ориентиры: старайтесь зарабатывать сегодня; сконцентрируйтесь в привлекательных сегментах; защищайте свои	Извлекайте доход: защищайте позиции в наиболее прибыльных сегментах; закрывайте убыточные продуктовые линии; новые инвестиции	Выходите из бизнеса: продавайте бизнес тогда, когда сможете получить высшую цену; сократите постоянные издержки

Таким образом, аналитический инструментарий контроллинга получает все большее распространение в системе поддержки принятия качественных управленческих решений в самых разных областях современного менеджмента. Не составляет исключения и применение контроллинга при анализе конкурентных преимуществ в процессе выработки стратегии развития предприятия.

Одними из самых популярных методов анализа конкуренции в контроллинге являются разнообразные матричные инструменты, каждый из которых ориентирован на разные группы показателей, вследствие чего, необходима их адаптация для конкретного рынка или отрасли. Наиболее подходящим для предприятий отрасли ОПК при управлении ими своими конкурентными возможностями представляется использование модели, предложенной Г. Дейем. С ее помощью предприятие может выявить собственные сильные стороны, на базе которых будут разработаны новые стратегии и скорректированы уже существующие.

Использованные источники:

1. Day G.S. Analysis for Strategic Marketing Decisions. West Publishing Company, 1986.
2. Карминский А.М., Фалько С.Г., Жевага А.А., Иванова Н.Ю. «Контроллинг»: Учебник. – М.: ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2013.

*Лябушева А.А.
магистрант 1 курса
факультет «Экономический»
направление «Учет, анализ и аудит»
ФГБОУ ВПО «МГУ им Н.П. Огарева»
Россия, г. Саранск*

**БУХГАЛТЕРСКАЯ (ФИНАНСОВАЯ) ОТЧЕТНОСТЬ КАК
ИНСТРУМЕНТ ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ**

Статья посвящена функциональной роли бухгалтерской (финансовой) отчетности в экономической системе, рассматриваются сходства и различия бухгалтерской и финансовой отчетности, а также раскрыты основные элементы и состав бухгалтерской (финансовой) отчетности.

The article is devoted to the functional role of the accounting (financial) reporting in the economic system, discusses the similarities and differences of the accounting and financial reporting, as well as disclose the basic elements and the accounting (financial) statements.

Ключевые слова: бухгалтерская отчетность, финансовая отчетность, активы, обязательства, капитал, доходы, расходы.

Keywords: financial statements, accounting statements, assets, liabilities, equity, revenues, expenses.

Выход многих российских организаций на международные

инвестиционные рынки все в большей степени способствует становлению бухгалтерской (финансовой) отчетности как инструмента для принятия решений собственниками организаций, и как основы анализа внешними пользователями, в частности инвесторами.

Актуальность выбранной темы статьи обусловлена тем, что бухгалтерская (финансовая) отчетность обладает наибольшей информативностью, так как составляется по итогам производственной и хозяйственной деятельности организации в целом за год. В настоящее время в условиях рыночной экономики отчетность является средством эффективного взаимодействия предприятия и соответственно потребителей данной информации. Бухгалтерская (финансовая) отчетность является единственно доступной и официально открытой как на российском, так и на международном уровне.

Отчетность выполняет важную функциональную роль в системе экономической информации. Она интегрирует информацию всех видов учета и представляется в виде таблиц, удобных для восприятия информации объектами хозяйствования.

Одним из важнейших условий функционирования экономики, ее элементов в виде хозяйствующих субъектов, инфраструктуры и органов исполнительной власти является наличие объективной информации, позволяющей принимать обоснованные управленческие решения. Исторически и теоретически доказано, что такая информация создается в виде бухгалтерской отчетности (по западной терминологии – финансовой отчетности).

Для удовлетворения общих потребностей заинтересованных пользователей в бухгалтерской (финансовой) отчетности формируются показатели о финансовом, имущественном положении хозяйствующего субъекта, финансовых результатах его деятельности и их изменениях [9, с. 6].

Согласно ст. 3 Федерального закона от 06.12.2011 г. № 402 «О бухгалтерском учете» – ФЗ, *бухгалтерская (финансовая) отчетность* – это информация о финансовом положении экономического субъекта на отчетную дату, финансовом результате его деятельности и движении денежных средств за отчетный период, систематизированная в соответствии с требованиями, установленными настоящим Федеральным законом [1].

Профессор кафедры учета, анализа и аудита МГУ им. М. В. Ломоносова Хорин А. Н. утверждал, что термины бухгалтерская и финансовая отчетность часто употребляются как синонимы, потому что их различие стирается за счет того, что содержание бухгалтерской отчетности раскрывается через систему данных финансового характера: бухгалтерский баланс характеризует финансовое положение организации; отчет о финансовых результатах – финансовые результаты деятельности организации, а отчет о движении денежных средств – изменение финансового положения организации [8].

Поскольку бухгалтерская отчетность предоставляется государственным органам для целей налогообложения и ведения общегосударственной системы сбора и обработки экономической информации, то удовлетворить определенные потребности внешних пользователей (акционеров, кредиторов, инвесторов и др.) она не в состоянии. Для этих целей была сформирована финансовая отчетность. Финансовая отчетность – это отрасль бухгалтерской отчетности, регистрирующая финансовую информацию о деятельности компании. Финансовая отчетность нужна не только для определения финансового состояния и результатов деятельности компании, но и для:

- приобретения, продажи и владения ценными бумагами;
- участия в капитале компании;
- оценки качества управления компании;
- оценки способности компании своевременно выполнять свои обязательства.

Восстановление института частной собственности в России произошло лишь в 1990 году. Особо важной необходимостью стала адаптация финансовой отчетности к новым условиям рыночной экономики. На сегодняшний день, отчетность которую формируют в обязательном порядке все предприятия является совокупностью бухгалтерской и финансовой отчетности, поскольку удовлетворяет интересы пользователей как бухгалтерской, так и финансовой отчетности.

Цель бухгалтерской отчетности состоит в обобщении учетных данных за определенное время и представлении их в наглядной форме заинтересованным пользователям [7, с. 8].

Основное назначение бухгалтерской отчетности в рыночной экономике – предоставить необходимую информацию о хозяйственной деятельности организации тем или иным группам заинтересованных в получении такой информации лиц.

Пользователь – это юридическое или физическое лицо, заинтересованное в информации об организации [5]. Используя учетную информацию, пользователи могут принимать решения для выполнения важных текущих и стратегических задач организации. Отчетные данные представляются в виде систематизированных групп, которые облегчают их понимание и использование. Бухгалтерская отчетность является источником информации для финансового анализа, определения финансовой устойчивости, платежеспособности и доходности организации, а также выявления тенденции ее дальнейшего развития [8, с. 9].

По данным бухгалтерской отчетности анализируются показатели выполнения плановых заданий, устанавливаются отклонения фактических показателей от плановых заданий и нормативов, дается оценка возможных последствий и намечаются пути их устранения.

Бухгалтерская (финансовая) отчетность отражает финансовые результаты операций и других событий, объединяя их в широкие категории в

соответствии с их экономическим содержанием. Эти широкие категории называются *элементами финансовой отчетности*.

Элементы финансовой отчетности организации делятся на две группы:

– элементы, характеризующие финансовое положение, отражаются в бухгалтерском балансе – *активы, обязательства и капитал*;

– элементы, характеризующие результаты деятельности, отражаются в отчете о финансовых результатах – *доходы и расходы организации*.

Активы – это ресурсы, принадлежащие организации на праве собственности в результате событий прошлых периодов, от которых организация ожидает экономической выгоды в будущем [6].

Обязательства – это существующая обязанность организации, возникающая в результате событий прошлых периодов, урегулирование которой приведет к оттоку из организации ресурсов, дающих экономическую выгоду [28].

Капитал (или собственный капитал) – это доля в активах организации, остающаяся после вычета всех ее обязательств. Или собственный капитал – это величина вложений собственников плюс прирост капитала в результате хозяйственной деятельности организации (например, за счет получения прибыли) [7].

Согласно ПБУ 9/99 «Доходы организации» *доходами организации* признается увеличение экономических выгод в результате поступления активов (денежных средств, иного имущества) и (или) погашения обязательств, приводящее к увеличению капитала этой организации, за исключением вкладов участников (собственников имущества) [2].

Доходы организации в зависимости от их характера, условия получения и направлений деятельности организации подразделяются на:

– доходы от обычных видов деятельности (выручка от продажи продукции и товаров, поступления, связанные с выполнением работ, оказанием услуг);

– прочие доходы (проценты к получению, арендная плата, штрафы, неустойки от третьих лиц и т. д.).

Согласно ПБУ 10/99 «Расходы организации» *расходами организации* признается уменьшение экономических выгод в результате выбытия активов (денежных средств, иного имущества) и (или) возникновения обязательств, приводящее к уменьшению капитала этой организации, за исключением уменьшения вкладов по решению участников (собственников имущества) [3].

Расходы организации в зависимости от их характера, условий осуществления и направлений деятельности организации подразделяются на:

– расходы по обычным видам деятельности (материальные затраты, оплата труда работникам, амортизация, иные расходы на производство продукции, расходы на продажу);

– прочие расходы (штрафы и неустойки в пользу третьих лиц, отрицательные курсовые разницы, потери от чрезвычайных ситуаций и т. д.).

Сопоставление полученных доходов и понесенных расходов (за вычетом налоговых платежей) позволяет получить показатель чистой прибыли организации. Показатель чистой прибыли – один из наиболее важных показателей финансовой отчетности, позволяющий делать выводы о рейтингах компаний и влияющий на курс акций и размер выплачиваемых дивидендов.

В общем порядке бухгалтерская отчетность состоит из следующих форм:

- бухгалтерского баланса;
- отчета о финансовых результатах;
- приложений к ним [1].

В свою очередь приложения к бухгалтерскому балансу и отчету о финансовых результатах включают в себя:

- отчет об изменениях капитала;
- отчет о движении денежных средств;
- отчет о целевом использовании полученных средств, включаемых в состав бухгалтерской отчетности общественных организаций (объединений), не осуществляющих предпринимательскую деятельность и не имеющих, кроме выбывшего имущества, оборотов по продаже товаров (работ, услуг);
- иные приложения, именуемые пояснениями к бухгалтерской отчетности.

Кроме того, предприятия (организации) представляют оформленные в табличной и (или) текстовой форме «Пояснение к бухгалтерскому балансу и отчету о финансовых результатах» [4]. Содержание этих пояснений определяется организациями самостоятельно с учетом Приложения №3 приказа Минфина России № 66н от 02.07.2010 г.

Изучение бухгалтерской (финансовой) отчетности раскрывает причины достижения успехов, недостатков в работе, помогает наметить пути совершенствования работы организации.

Все эти задачи переопределили обязательность составления бухгалтерской (финансовой) отчетности на законодательном уровне практически во всех странах мира.

Использованные источники:

- 1 Федеральный закон «О бухгалтерском учете» от 06.12.2011 № 402-ФЗ. [Электронный ресурс] : (с изм. и доп.) // Гарант : [сайт информ.-правовой компании]. – [М., 2016]. – Режим доступа : <http://base.garant.ru/70103036/>
- 2 Положение по бухгалтерскому учету «Доходы организации» ПБУ 9/99 от 06.05.1999 №32н. [Электронный ресурс] : (с изм. и доп.) // Гарант : [сайт информ.-правовой компании]. – [М., 2016]. – Режим доступа : <http://base.garant.ru/12115839/>
- 3 Положение по бухгалтерскому учету «Расходы организации» ПБУ 10/99 от 06.05.1999 №33н. [Электронный ресурс] : (с изм. и доп.) // Гарант : [сайт информ.-правовой компании]. – [М., 2016]. – Режим доступа :

<http://base.garant.ru/12115838/>

4 Приказ Минфина РФ «О формах бухгалтерской отчетности организации» от 02.07.2010 №66н. [Электронный ресурс] : (с изм. и доп.) // Гарант : [сайт информ.-правовой компании]. – [М., 2015]. – Режим доступа : <http://base.garant.ru/12177762/>

5 Лытнева Н. А. Бухгалтерский учет : Учебник / Н. А. Лытнева, Л. И. Малявкина, Т. В. Федорова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 512 с.

6 Переверзев Н. П. Бухгалтерский учет : Учебное пособие / Н. П. Переверзев, А. В. Лунова – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2009. – 240 с.

7 Пономарева Л. В. Бухгалтерская (финансовая) отчетность : Учебное пособие / Л. В. Пономарева, Н. Д. Стельмашенко. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 224 с.

8 Пучкова С. И. Бухгалтерская (финансовая) отчетность : Учебное пособие / С. И. Пучкова. – М. : ИД ФБК-ПРЕСС, 2006. – 438 с.

9 Ровенских В. А. Бухгалтерская (финансовая) отчетность : Учебник для бакалавров / В. А. Ровенских, И. А. Слабинская. – М. : Дашков и К°, 2013. – 364 с.

*Макимова Д.А.
студент 1 курс, магистратура
факультет «Гостинично-ресторанной, туристической и
спортивной индустрии»
Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова
Россия, г. Москва*

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ, КАК НЕОБХОДИМОЕ УСЛОВИЕ ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Актуальность данной статьи обусловлена тем, что многие гостиничные предприятия не осознают важности разработки стратегии и вместе с ней всех ее составляющих. Поэтому целью данной статьи является выявление причин и этапов разработки стратегии гостиницы. Более того, для того чтобы лучше понимать, что такое стратегическое управление, автор приводит основные определения понятия «стратегия», данные различными учеными.

Ключевые слова: *стратегия, конкурентное преимущество, гостиничное предприятие.*

The relevance of this article is defined by the fact that many hotels do not realize the importance of developing a strategy and with all its components. Therefore, the aim of this article is to identify the causes and stages of the development of the strategy of a hotel. Moreover, in order to better understand what a strategic management is, the author provides basic definitions of the notion "strategy", provided by different scientists.

Key words: *strategy, competitive advantage, hotel.*

Перед началом деятельности гостиничного предприятия необходимо выбрать эффективную стратегию управления им. Разработка системы стратегического управления - это сложный и трудоемкий процесс, включающий в себя описание основных стратегий, выявление критериев эффективного управления данным гостиничным предприятием, повышая его конкурентоспособность.

Перед началом работы, необходимо посмотреть, что именно в себя включает понятие «стратегия» и рассмотреть несколько определений, которые дали различные ученые.

Таблица 1. Взгляды ученых на понятие «стратегия»

Автор	Определение «стратегии»
И. Ансофф ¹⁷	Стратегия – это набор правил, которым придерживается руководство организации во время принятия решений.
М. Портер 18	Стратегия представляет собой создание - посредством разнообразных действий - уникальной и ценной позиции.
Л.Г. Зайцев, М.И. Соколова ¹⁹	Стратегия - это комбинация из запланированных действий и быстрых решений по адаптации фирмы к новой ситуации, к новым возможностям получения конкурентных преимуществ и новым угрозам ослабления ее конкурентных позиций.

Исходя из данных определений можно сделать вывод, что стратегия – это набор правил и запланированных действий, следуя которым, предприятие получает конкурентное преимущество в связи с тем, что оно имеет возможность приспосабливаться и адаптироваться к изменяющимся условиям среды.

Разработка стратегии – это многоуровневый процесс, который включает в себя следующие этапы:

- Разработка миссии предприятия
- Определение направления деятельности организации и ее цели
- Формулировка и реализация стратегии, направленной на достижение поставленных целей
- Оценка результатов деятельности и по мере необходимости изменение методов, направленных на достижение поставленных целей.

Но, к сожалению, не все предприятия гостиничной индустрии понимают необходимость правильного составления стратегии. Если предприятие ответственно подошло к разработке стратегии, то успех

¹⁷ Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф; [пер. с англ.]. – М.: Питер, 2009. – 334 с.
¹⁸ Портер Е. М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / Е. М. Портер; [пер. с англ. И. Минервин]. – М.: Альпина Паблишер, 2011. – 454 с.
¹⁹ Зайцев Л. Г. Стратегический менеджмент: учебник / Л. Г. Зайцев, М. И. Соколова. – М.: Экономист, 2008. – 528 с

компании будет заметен как в краткосрочной, так и в долгосрочной перспективе. С помощью бюджетов, программ и процедур осуществляется непосредственно и реализация стратегии. Можно выделить следующие основные составляющие успешного выполнения стратегии:

— цели стратегии и планы организации доводятся до всех сотрудников компании для того, чтобы коллектив имел представление, что необходимо будет делать, а также для того, чтобы был процесс вовлеченность в процесс реализации стратегии;

— руководство своевременно обеспечивает предприятие всеми ресурсами, которые могут быть необходимы для реализации стратегии;

— в процессе реализации стратегии каждый уровень руководства решает свои задачи и осуществляет закрепленные за ним функции.²⁰

С помощью системы обратной связи, которая является основной составляющей успешного выполнения стратегией, могут быть подкорректированы и изменены некоторые этапы реализации стратегии. Это необходимо для того, чтобы предприятие гостиничной индустрии всегда оставалось конкурентоспособной. Без адаптации под возникающие и изменяющиеся условия рынка, предприятие не сможет удовлетворить потребности своих гостей.

Таким образом, подводя итог вышесказанному, можно сделать вывод о том, что качественная разработка стратегии гостиничного предприятия обеспечит не только успешное достижение поставленных целей, но и обеспечит устойчивое конкурентное преимущество на рынке услуг.

Использованные источники:

1. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф; [пер. с англ.]. – М.: Питер, 2009. – 334 с.
2. Зайцев Л. Г. Стратегический менеджмент: учебник / Л. Г. Зайцев, М. И. Соколова. – М.: Экономист, 2008. – 528 с
3. Круглова Н.Ю., Круглов М.И. Стратегический менеджмент: Учебник для вузов. – М.: Издательство РДЛ, 2003. — 464 с.
4. Портер Е. М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / Е. М. Портер; [пер. с англ. И. Минервин]. – М.: Альпина Паблицер, 2011. – 454 с.
5. Чорненькая Н. В. Организация туристической индустрии: Учебное пособие, - К.: Атика, 2006. - 264 с.

²⁰ Круглова Н.Ю., Круглов М.И. Стратегический менеджмент: Учебник для вузов. – М.: Издательство РДЛ, 2003. — 464 с.

*Максимча Е.А.
студент 2-го курса магистратуры
Финансовый Университет при Правительстве РФ
Россия, г. Москва*

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СТАТИСТИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ВАРИАЦИИ ПРИ ОЦЕНКЕ УСТОЙЧИВОСТИ ХРОНОРЯДА

Аннотация: результатом хронометража всегда является достаточно большой объем информации, который в дальнейшем будет использован при определении итогового норматива исследуемой операции. Для того, чтобы итоговый норматив был достижим для большинства рабочих, исходный числовой ряд должен быть достаточно устойчив. Стандартные статистические показатели вариации позволяют оперативно оценить устойчивость полученного хроноряда.

Ключевые слова: нормирование труда, хроноряд, хронометраж, вариация, устойчивость хроноряда, коэффициент вариации, коэффициент осцилляции.

Нормирование трудозатрат – процесс установления и регламентации необходимых и достаточных временных затрат на выполнение каждого из структурных элементов рабочего процесса в стандартном рабочем режиме при выполнении всех рабочих инструкций. Одним из основных источников получения исходных данных при нормировании трудозатрат является проведение хронометража рабочих операций.

Результатами хронометража и являются большие объемы данных в виде таблиц разреза «операция/длительность», которые по своей сути являются исходным материалом для нормирования трудозатрат – обычно подобные таблицы называется хронорядами.

В указанном ранее определении нормирования трудозатрат результатом данного процесса является получение абсолютных значений нормативов для каждой операции, которые будут необходимы и достаточны для выполнения данной операции.

Выполнение условия необходимости и достаточности подразумевает, что полученный норматив будет исполняться в максимальном количестве случаев выполнения соответствующей операции. Для получения подобного числа необходимо, чтобы исходный хроноряд, на котором проводится нормирование, был достаточно устойчив. В противном случае итоговый норматив будет нерепрезентативен, и, как следствие, условие необходимости и достаточности не будет выполняться.

Ю.В. Беянинова, Н.Г. Пономарева, К. В. Хасин предлагают²¹ оценивать устойчивость при помощи коэффициента устойчивости хроноряда:

$$K = t_{\max} / t_{\min} \quad (1)$$

где

t_{\max} – максимальная продолжительность выполнения операции,

t_{\min} – минимальная продолжительность выполнения операции.

Авторы предполагают, что допустимый коэффициент устойчивости может отличаться от 1.1 для конвейерного труда до 2.0 для ручного кустарного труда.

Автору работы данный показатель не кажется достаточно функциональным с точки зрения оценки устойчивости исходного ряда. Для иллюстрации того, что коэффициент устойчивости хроноряда не всегда позволяет делать правильные выводы, автор предлагает проанализировать пример хроноряда, представленного на рис. 1.

²¹ Ю. Беянинова, Н. Пономарева, К. Хасин. Актуальные вопросы нормирования труда и систем заработной платы – М.: Новая книга, 2013. – 239 с.

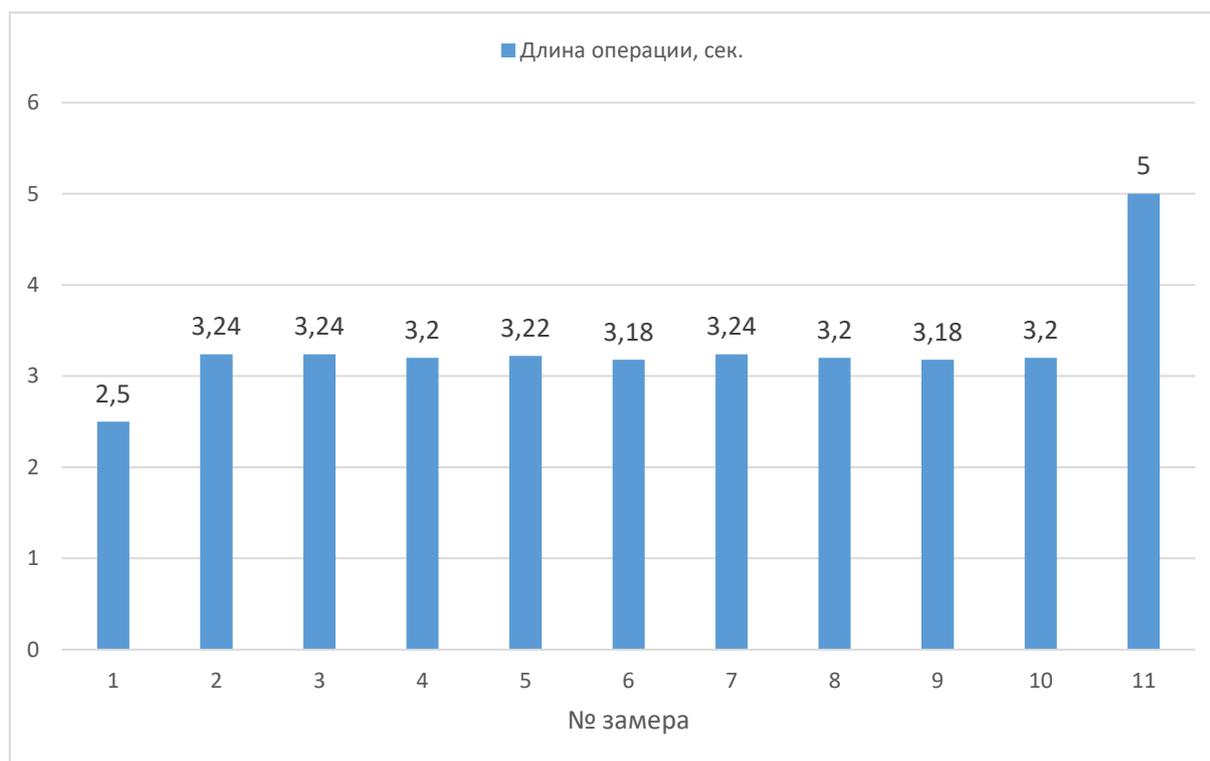


Рисунок 1. Результаты замера операции N.

В ходе представленного замера минимальное значение операции (2.5 сек) пришлось на 11-ый замер, а максимальное (5 сек) – на 1-ый замер.

В данном случае коэффициент устойчивости хроноряда равен 2, что должно свидетельствовать о том, представленная для анализа совокупность сильно неоднородна и не может быть использована для нормирования. Но фактически на графике видно, что в большинстве замеров длительность операции колеблется около 3.2 сек, что вполне может быть реальным нормативом, а 1-ый и 11-ый замеры – не более чем статистические выбросы.

Слабым местом коэффициента устойчивости хроноряда является то, что он не учитывает размер изучаемой выборки и веса максимальных и минимальных значений в выборке, что может привести к неверной интерпретации изучаемого хроноряда.

Наиболее эффективным методом оценки устойчивости хроноряда автору видится стандартный набор статистических показателей вариации числовых рядов:

- коэффициент осцилляции (относительный размах вариации);
- коэффициент вариации.

Далее в работе описаны каждый из заявленных показателей и проиллюстрирована эффективность их использования с точки зрения оценки устойчивости хронорядов.

$$\rho \text{ (коэффициент осцилляции)} = \frac{R}{\bar{x}} \quad (2)$$

где

R – размах вариации (разница между максимальным и минимальным

значениями ряда),

\bar{x} – среднее значение изучаемого ряда, рассчитывается по стандартной формуле среднего арифметического.

Коэффициент осцилляции во своей сути является логическим продолжением коэффициента устойчивости хроноряда, т.к. отражает в каком коридоре изменяются длительности одной и той же операции по всем замерам в рамках полученной выборки .

Преимуществом использования коэффициента осцилляции является то, что он соотносится со средним значением ряда, что позволяет оценивать степень влияния ширины коридора изменения значений на конечный норматив.

$$v \text{ (коэффициент вариации)} = \frac{\sigma}{\bar{x}} \quad (3)$$

где

σ – среднеквадратическое отклонение,

\bar{x} – среднее значение изучаемого ряда, рассчитывается по стандартной формуле среднего арифметического.

Среднеквадратическое отклонение – наиболее распространённый показатель рассеивания значений случайной величины относительно её математического ожидания.

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum(x_i - \bar{x})^2 * f_i}{\sum f_i}} \quad (4)$$

где

x_i – конкретное значение изучаемого ряда,

\bar{x} – среднее значение изучаемого ряда, рассчитывается по стандартной формуле среднего арифметического,

f_i – вес соответствующего значения в изучаемом ряду.

При анализе хроноряда среднеквадратическое отклонение отражает среднее абсолютное значение отклонения от средней длительности операции. По своей сути данный показатель недостаточно информативен для формирования выводов об устойчивости изучаемого ряда, т.к. одно и то же среднеквадратическое отклонение может быть как значимым, так и нет, в зависимости от значения средней длительности изучаемой операции.

Предлагаемый автором коэффициент вариации является отношением среднего отклонения к среднему значению, что позволяет делать значимые выводы об устойчивости тех или иных хронорядов на основании степени относительного отклонения от потенциального нормативного значения.

Использованные источники:

1. Ю. Белянинова, Н. Пономарева, К. Хасин. Актуальные вопросы нормирования труда и систем заработной платы – М.: Новая книга, 2013. – 239 с.
2. Шеер А. В. Моделирование бизнес-процессов. — М.: Весть-МетаТехнология, 2012 г., — 144 с.

*Максимча Е.А.
студент 2-го курса магистратуры
Финансовый Университет при Правительстве РФ
Россия, г. Москва*

ПРИМЕНЕНИЕ ЛИНЕЙНОГО ПРОГРАММИРОВАНИЯ ПРИ ПЛАНИРОВАНИИ ЧИСЛЕННОСТИ ПЕРСОНАЛА

Аннотация: В условиях изменчивой рыночной экономики большое значение играет способность предприятий эффективно использовать имеющиеся ограниченные ресурсы. Эффективность использования ресурсов в общем случае характеризуется соотношением «результат/затраты». Оптимальное значение данного показателя достигается в том случае, если ресурсов достаточно для обеспечения того или иного результата, т.е. отсутствуют как профицит, так и дефицит ресурсов. Обеспечение достаточности ресурсов возможно только при грамотном их планировании. Одним из основных ресурсов любого предприятия является труд, выполняемый сотрудниками компании. Поиск оптимального количества трудовых ресурсов наиболее разумно проводить при помощи метода линейного программирования.

Ключевые слова: нормирование труда, хроноряд, хронометраж,, планирование численности персонала, линейное программирование, оптимизация затрат, оптимальный штат, оптимальные графики работы персонала.

Основным результатом нормирования трудозатрат и расчета потребности является понимание того, когда и сколько человеко-часов необходимо для выполнения той или иной функции на всем горизонте планирования, т.е. в ходе данной итерации достигается такая цель планирования численности персонала как определение потребности в работах.

Для эффективного планирования численности персонала необходимо также достичь следующих целей:

- обеспечение достаточности человеко-часов для покрытия рассчитанной потребности;
- обеспечение минимальной стоимости сформированного покрытия потребности.

Наиболее подходящим методом достижения оставшихся целей является метод линейного программирования.

Линейное программирование – математический прием, используемый для определения наиболее оптимальной комбинации ресурсов и действий, необходимых для достижения оптимального результата в рамках заданных ограничений.

На основании представленного выше определения можно выявить основные вопросы, на которые необходимо ответить, перед началом использования метода линейного программирования в рамках конкретной задачи:

- Что есть оптимальный результат?
- Что есть комбинация ресурсов?
- Какие есть ограничения?

В рамках задачи планирования численности персонала оптимальным результатом считается наиболее дешевая комбинация численности персонала и графиков работы сотрудников, которая позволяет покрыть заданный объем работы на заданном уровне – говоря терминами бережливого производства решается задача поиска необходимого и достаточный объема ресурсов.

Входящими данными для оценки стоимости сформированного покрытия являются следующие данные:

- список оптимизируемых должностей;
- данные о соответствии «Должность/Функция» (позволит определить, какие должности могут покрывать потребность по каждой функции);
- стоимость часа для каждой из должностей.

На выходе ожидаются следующие данные (которые по своей сути являются наиболее оптимальной комбинацией в рамках заданных ограничений):

- численность персонала по должностям;
- графики работы сотрудников на весь период планирования.

В терминах линейного программирования оптимизируемой функцией является итоговый фонд оплаты труда сотрудников, который необходимо свести к минимуму в рамках следующих ограничений:

- тип учета рабочего времени, используемый в компании;
- учетный период, принятый в компании;
- графики работы персонала;
- минимальный отдых между рабочими сменами;
- максимальный разброс времени выхода в рамках одного графика;
- минимальная численность персонала;
- уровень сервиса (минимальная доля покрытия рассчитанной потребности).

Использованные источники:

1. И. Дуракова, Л. Волкова, Е. Кобцева, О. Полякова, Л. Стадниченко, С. Талтынов, Управление персоналом — М: Инфра-М, 2012 г., — 576 с.
2. Репин В. В, Елиферов В. Г. Процессный подход к управлению. Моделирование бизнес-процессов . — М: РИА — 408 с.

*Малышев А. А., к.э.н.
доцент*

*Александрова А.С.
студент 3 курса*

*ЧОУВО «Московский университет им. С.Ю. Витте» (филиал)
Россия, г. Пенза*

ОРГАНИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ ШТРИХОВОГО КОДИРОВАНИЯ ТОВАРОВ: ЭТАПЫ И СТРУКТУРА

Аннотация: в статье рассматриваются основные подходы к определению таких понятий как: код, штриховое кодирование товаров. Подробно рассмотрены основные этапы и элементы штрихового кодирования товаров. Проанализирована основная структура штрихового кодирования товаров. Проанализированы программы штрихового кодирования товаров и разработана программа системы штрихового кодирования. Данная программа будет доступна только для торговых организаций, пользующихся кассовой программой. Внедрение, разработанной в данной работе, программы способно существенно сократить трудовые и временные ресурсы торговой организации, а также повысить её престиж и увеличит товарооборот.

Ключевые слова: код, штрих код, штриховое кодирование товаров.

THE ORGANIZATION OF THE SYSTEM OF BAR CODING OF PRODUCTS: THE STAGES AND STRUCTURE

Abstract: the article considers the main approaches to the definition of concepts such as: code, bar coding of goods. Discussed in detail the main stages and elements of bar coding products. Analyzed the basic structure of bar coding products. Analyzed program bar coding of products and developed a program system of bar-coding. This program will only be available to commercial organizations who use the cash program. The implementation developed in this work, programs are able to significantly reduce time and labor resources trade organization, and to increase its prestige and increase the turnover.
Keywords: code, barcode, barcoding of goods.

По мере развития информационной сферы многая вычислительная техника уже проникла в сферу производства и торговли. Но, не смотря на это, остроактуальным остаётся вопрос быстрого и надёжного ввода в ЭВМ информации о товаре с последующим осуществлением решения вопросов и задач, связанных, непосредственно, с фиксацией факта поступления, далее получения, далее отгрузки, продажи и передачи товара. Сам процесс осуществления решения данного вопроса осуществляется с помощью кодирования товаров.

Кодирование товаров, а именно необходимость в нем, существовала давно, но наивысшую значимость приобрела в последние десятилетия с внедрением электронно-вычислительной техники, как в производство, так и в торговую деятельность. За счёт облегчения обработки технико-экономической информации с помощью ЭВМ и повышения эффективности

функционирования автоматизированной системы управления расширилось назначение кодирования товаров.

Ручной ввод кода изделия в ЭВМ требует больших затрат трудовых, временных и финансовых ресурсов организации, а так же стоит отметить, что часто такой метод ввода информации приводит к ошибкам. В последнее время наиболее перспективным и быстроразвивающимся направлением автоматизации процесса ввода информации (кода товара) в электронной вычислительной машине для ряда областей использования вычислительной техники является применение штриховых кодов, наличие которого обязательно на всех видах, как продовольственных, так и не продовольственных товаров [3].

Первый этап в процессе рассмотрения данной темы представляет собой полный разбор понятия штрихового кодирования товаров.

В первую очередь необходимо рассмотреть основополагающее понятие код.

Код товара – это знак (совокупность знаков), которые применяются, непосредственно, для обозначения классификационной группировки и/или объекта классификации [1, с. 331].

Также существует множество подходов к определению термина «кодирование товаров» разных авторов, но наиболее полным, глубоким и развёрнутым определением является следующее:

Кодирование товаров - это технология, позволяющая с помощью специальных устройств наносить код продукции, т.е. обозначения в виде цифрового, буквенно-цифрового и штрихового кода с целью их идентификации, на продукцию и считывать цифровые коды изделий [1, с. 331].

Следующим определением, которое необходимо затронуть, на равнее с другими, это что такое штрих, пробел, высота и ширина штриха или пробела, модуль и знак:

1. Штрих (полоса) – это темная зона (полоса) изображения на однотонном фоне светлого тона, ограниченная прямыми параллельными линиями [1, с. 331].

2. Пробел – это расстояние между двумя штрихами (тёмными полосами). Наиболее часто встречаются коды товаров, где пробел несёт определённую информацию, лишь в некоторых – это вспомогательная часть изображения и выполняет функцию элемента-разделителя [1, с. 331].

3. Высота и ширина штриха (пробела) – это размеры штрихового кода товара, выраженные в единицах измерения (миллиметрах, долях дюйма) или в безразмерных единицах (модулях) [1, с. 331].

4. Модуль – это основной размер, которому кратны все величины, определяющие параметры элементов штрихового кода [1, с. 332].

5. Знак – это совокупность штрихов и пробелов, несущих закодированную информацию о символе отображаемого алфавита [1, с. 332].

Элементы штрихового кода наносятся на поверхность носителя,

имеющего определенные светотехнические характеристики. При этом штрихи, наносимые с помощью красителей или каких-то других средств, хорошо поглощают свет на определенных длинах волн, а фоновая поверхность хорошо его отражает, что и используется при оптическом считывании.

И в последнюю очередь необходимо рассмотреть само, непосредственно, понятие штриховое кодирование товаров.

Штриховое кодирование товаров - это графическая информация, представленная последовательностью чёрных и белых полос либо других геометрических фигур, наносимая на поверхность, маркировку или упаковку изделий, представляющая возможность считывания её техническими средствами, идентификации товаров, что позволяет уменьшить время на обработку данных о товаре [3].

Второй этап представляет собой процесс рассмотрения структуры кода товара и, непосредственно, структуры штрихового кода товара в разрезе.

В первую очередь разберём структуру кода товара и начнём с его определения:

Структура кода товара – это унифицированное цифровое изображение элементов состава и последовательности расположения знаков в штриховом коде товара установленными стандартами [1 с. 333].

Структура кода состоит из таких элементов, как алфавит, основание, разряд и длина.

Проанализируем каждый элемент в отдельности и более подробно:

Первым будет подвергнут рассмотрению такой элемент кода как алфавит кода товара, который представляет собой систему знаков, принятых для образования кода. Цифры, штрихи и пробелы чаще всего применяются в роли алфавита.

Соответственно, различают следующие виды алфавита кода продукции:

- цифровой – это алфавит кода, знаками которого является цифры (Например, консервам «Молоко сгущенное» Общероссийским классификатором продукции присвоен код 67);

- буквенный – это алфавит кода, знаками которого является буквы алфавитов непосредственно языков, принадлежащих к группе естественных;

- буквенно - цифровой – это алфавит кода, знаками которого являются буквы алфавитов и цифры (Например, свежие плоды имеют код С3, а овощи — С4);

- штриховой алфавит кода – это алфавит кода, знаками которого являются штрихи и пробелы, ширину которых сканеры считывают в виде цифр (Яркими примерами могут служить штриховые коды EANи ОКП) [2 с. 62].

Следующим, анализируемым элементом кода товара, является основание кода, которое представляет собой общее число знаков в алфавите кода товара [2 с. 62].

Дальнейшим, подвергнутым также рассматриванию, элементом

является, непосредственно, разряд, который определяет последовательность расположения знаков к коду товара. Разряд кода товара представляет собой позицию знаков в штриховом коде товара.

Последним составляющим элементом структуры кода товара является длина кода, которое представляет собой число знаков в коде без учета пробелов. Во избежание ошибок при считывании кодов обычно вводится контрольное число, используемое для проверки записей кода товара [4].

Стоит отметить, что штриховое кодирование товаров является наиболее распространенным средством автоматической идентификации товаров [1 с. 333].

Среди нескольких десятков схем кодирования товаров, принятых к употреблению международными организациями и имеющих собственное наименование, коды EAN или ITF являются наиболее распространенными. Коды EAN подразделяют на следующие типы EAN-8; EAN-13, а также существует такой код как ITF-14, но он характерен только для транспортной тары. Структура штриховых кодов данных систем штрихового кодирования представлена в таблице 4 [5].

Таблица 4. Структура систем штрихового кодирования товаров

№ п-п	Структура кодов	Порядковые номера знаков в штриховом коде товара (упаковки)		
		Типы штриховых кодов		
		EAN-8	EAN-13	ITF-14 (для транспортной упаковки)
1	Страна, в которой находится банк о штриховых кодах	1-2	1-2	1-2
2	Организация- изготовитель или продавец	3-5	3-7	3-7
3	Информация о товаре (код товара)	6-7	8-12	8
4	Код упаковки товара	-	-	9-13
5	Контрольная цифра	8	13	14

Как видно из полученных данных таблицы, первые две цифры в штриховом коде - это код страны, где находится организация-производитель. Коды стран, которые могут быть указаны в штриховом коде товара в виде первых двух или трёх цифр, приведены в таблице 5.

Таблица 5 – Коды стран местонахождения банка данных о штриховых кодах товаров

Страна	Код	Страна	Код
США и Канада	00-90	Норвегия	70
Франция	30-37	Израиль	729
Болгария	380	Швеция	73
Германия	400-440	Мексика	750
Страны СНГ	460-469	Венесуэла	759
Гонконг	486	Швейцария	76
Япония	45-49	Аргентина	776

Великобритания	50	Чили	780
Греция	520	Бразилия	789
Кипр	529	Италия	80-83
Ирландия	539	Испания	84
Бельгия	54	Куба	850
Португалия	560	Чехословакия	859
Исландия	569	Югославия	860
Дания	57	Турция	869
Польша	590	Нидерланды	87
Венгрия	599	Южная Корея	880
Финляндия	64	Сингапур	889
Китай	690	Австрия	90-91
Новая Зеландия	94	Австралия	93
Россия	460-469	Мальта	535
Словения	383	Марокко	611
Тайвань	471	ЮАР	600-601
Эстония	475	Тунис	619
Латвия	475	Колумбия	770
Литва	477	Перу	775
Уругвай	773	Бывшая Югославия	860
Малайзия	995		

Следует помнить, что код страны местонахождения банка данных о штриховых кодах товаров может не совпадать со страной происхождения товара. Это может происходить по следующим причинам, если:

- изготовитель (продавец) зарегистрировал товар в отечественном и зарубежном банках данных;
- фирма была зарегистрирована и получила штриховой код товара не в родной стране, а в той, куда в основном экспортируется ее продукция;
- товар был изготовлен дочерним предприятием;
- товар был изготовлен производителем в одной стране, но выпускается по лицензии другой страны;
- товар выпускается предприятием, учредители которого являются фирмы из разных государств [4].

Следующие 3-5 цифр в штриховом коде продукции представляют код организации-изготовителя. Его присваивает на каждый вид товара централизованно-национальный орган страны, в которой был произведен, непосредственно, сам товар. В России, а так же других странах СНГ штриховым кодированием товаров занимаются ЮНИСКАН – это внешнеэкономическая ассоциация автоматической идентификации. ЮНИСКАН выдает предприятиям России коды, разрабатывает методику по использования кодов EAN[4].

Следующие 6-7 (8 или 8-12) цифры в штриховом коде представляют собой код товара, присваивается организацией-изготовителем или продавцом самостоятельно в виде регистрационного номера в границах своего предприятия. Организация-производитель в данные цифры может закодировать следующие, необходимые для идентификации, данные: наименование, цвет, артикул, массу, сорт, размер и т.д. [4].

Только в штриховом коде ITF-14 присутствует код упаковки - это 9-13 (13 включительно) цифры в штриховом коде продукции. Код упаковки – это уникальный числовой номер, характерный для упаковки каждого вида товара. В основном код упаковки указывается, непосредственно, на упаковке товаров медицинского назначения. Если производитель подвергает изменению какие-либо компоненты товара медицинского назначения, то код упаковки, естественно, перекодируется [4, 5].

Завершающей (контрольной) штриховой код цифрой является 8-я, 13-я или 14-я цифра, в зависимости от системы штрихового кодирования продукции, является контрольной цифрой. Контрольная цифра предназначена для считывания штрихового кода товара сканером по алгоритму EAN, суть которого заключается в процессе подтверждения правильности (не фальсификации) штрихового кода товара.

А также стоит отметить, что в штриховом коде имеются такие составляющие элементы как удлинённые краевые штрихи. Они помещены в начале и в конце штрихового кода товара и указывают начало и конец, «старт» и «стоп» процесса его сканирования [4].

Так же имеются центральные удлинённые штрихи, разделяющие сам штриховой код товара на две части, что облегчает визуальную проверку полноты записи кода товара. Иногда в правом нижнем углу штрихового кода товара располагается знак «>», он означает, что данный товар изготовлен по лицензии [1 с. 334].

Третий этап представляет собой, непосредственно, процесс рассмотрения основных преимуществ штрихового кодирования товаров.

Все преимущества подразделяются в зависимости от лица, с точки зрения которого будут рассматриваться, соответственно, преимущества штрихового кодирования товаров:

Преимущества штрихового кодирования товаров с точки зрения производителя:

1. штрих-код на упаковке – это свидетельство о наличии у производителя всего того, что необходимо для осуществления штрихового кодирования товаров в установленном законе порядке [5];
2. у отечественных товаров есть возможность попасть на мировой рынок [5];
3. предприятия имеют возможность проводить торговые операции с иностранными партнёрами на равном техническом уровне [5];
4. обеспечение безопасности, скорости, достоверности информации и автоматизации обработки [5].

Преимущества штрихового кодирования товаров с точки зрения провизора:

1. возможность быстрой идентификации товаров [5];
2. выявление фальсифицированных товаров [5];
3. возможность получения информации о товаре, как в ассортименте, так и в целом по видам и товарным группам по следующим

показателям:

- объёму поступления за определённый период (срок) времени;
- объём продаж за текущий период времени;
- текущий остаток;
- динамика товародвижения [5].

Преимущества штрихового кодирования товаров с точки зрения потребителей (покупателей):

1. отсутствие очередей возле касс [5];
2. исключения обмана при расчётах [5];
3. возможность получить кассовый чек с указанием наименования товара, его количества, стоимости (цены), сумма полученная от покупателя и сумма сдачи [5].

Четвёртый этап в процессе рассмотрения данной темы представлен обзором признаков, которые предоставляют возможность отличить фальсифицированный штриховой код от подлинного. Ими являются:

1. размеры штрихового кода товара [5];
2. цветовая материализация отдельных элементов штрихового кода товара, а именно:

- цвет штрихов в коде должен быть черным, синим, темно-зеленым или темно-коричневым;

- цвет пробелов в коде совпадающий по цвету с фоном, белый допускается желтый, оранжевый, светло-коричневый;

- применение любых оттенков красного и желтого цвета для штрихов, так как они не считываются сканером [5];

3. место нанесения штрихового кода товара:

- на заднюю стенку квадратной и прямоугольной упаковки товара в правом нижнем углу на расстоянии от правого края = 5 мм и от нижнего края – 3мм, на круглую и овальную упаковку товара штриховой код наносится, если угол кривизны ≥ 30 градусов;

- штриховой код товара не должен размещаться на месте, где уже есть другие элементы маркировки;

- нанесение на упаковку только одного штрихового кода EAN или UPC [5];

4. факт нанесения двух кодов допускается в случае, если организация-производитель произвела регистрацию в двух ассоциациях [5].

Пятый этап представлен процессом подтверждения правильности штрихового кода товара. Без применения ЭВМ данный процесс будет представлять собой расчёт контрольной цифры, осуществляемый вручную в соответствии следующей шаговой последовательности:

1 шаг: складываем цифры, стоящие на четных позициях штрихового кода товара [2 ст. 63];

2 шаг: результат 1-го шага умножаем на 3 [2 с. 63];

3 шаг: складываем цифры, стоящие на нечетных позициях штрихового кода товара [2 ст. 63];

4 шаг: складываем результаты 2-го и 3-го шагов [2 с. 63];

5 шаг: контрольное число представляет собой разность между окончательной суммой (результат 4-го шага) и ближайшим к ней высшим числом, кратным 10 [2 ст. 63].

Рассмотрим данный процесс на примере товара, купленного в торговой организации, козинак подсолнечный (Азовской кондитерской фабрики): штриховой код системы кодирования EAN-13 – 4 620004 251619

1 шаг: $6+0+0+2+1+1=10$; 2 шаг: $10*3 = 30$; 3 шаг: $4+2+0+4+5+6 = 21$; 4 шаг: $30+21 = 51$; 5 шаг: $60-51 = 9$.

Полученная после расчета цифра совпадает с контрольной цифрой в штрих-коде, это означает, что товар фирменный и произведен законно. Так же стоит отметить, что штриховой код товара нанесен по всем правилам нанесения штриховых кодов, т.е. на упаковке имеется один штриховой код, размещённый на обратной стороне, штриховой код товара не повреждён и не затенён, цвет печати штрихового кода товара оптимально контрастен [4].

Данный вариант проверки правильности штрихового кода товара требует больших временных, трудовых и денежных ресурсов организации. Стоит учесть, что, если полученная после расчета цифра не совпадает с контрольной цифрой в штриховом коде товара (продукции), это означает, что товар не является фирменным и произведен незаконно. Данная продукция может нанести урон как потребителям-покупателям (например: отравление, пенициллотоксикоз и др.), так и организации, осуществляющей торговую деятельность (начиная с ухудшения статуса данной торговой организации, ухудшению финансовых показателей заканчивая её закрытием). Те и другие последствия очень значимы для общества.

В целях откращения от данных губительных последствий, можно предложить осуществление процесса внедрения в сферу торговли компьютерную программу «ШК-киллер», которая в свою очередь будет автоматически осуществлять процесс, непосредственного подтверждения правильности штрихового кода продукции.

Программа «ШК-киллер»:

- с помощью кассира и лазерного сканера, входящего в состав технического оснащения кассы, будет осуществляться процесс считывания штрихового кода товара с последующим перемещением данных в программу «ШК-киллер».

- далее осуществит процесс подтверждения правильности кода продукции пошагово и выполнит сравнение контрольной цифры с получившимися результатами вычислений за 2 секунды и выдаст следующие результаты: зелёное подсвечивание позиции проверяемого товара - товар произведён официально и светло красное подсвечивание, что говорит об обратном.

- может быть написана на следующих языках программирования: C++, C# (си шарп), java, python.

Программа для проверки правильность штрихового кода «ШК-киллер»

может быть интегрирована в кассовую программу, где процесс активации и работы «ШК-киллера» будет осуществляться по следующим этапам:

1. открытие вкладки «Операции» в кассовой программе, где будет представлено не большое меню с различными позициями, которые находятся в зависимости от специфики торговой организации;
2. нахождение и нажатие на позицию «Проверка ШК», после чего на экране будет представлено новое окно – это и есть программа «ШК-киллер»;
3. осуществление считывания кассовым лазерным сканером штрихового кода товара;
4. перемещение информации о товаре в программу «ШК-киллер»;
5. в течение 2 секунд программа выдаст результат, по средствам подсвечивая позиции товара в определённый, один из двух, цвет, характерный для каждого варианта ответа – светло красный и зелёный.

Подводя итоги, выделим, что код товара является неотъемлемой частью каждого товара, т.к. содержит в себе основную информацию о нем. Но стоит отметить, что ввод кода товара в электронную вычислительную машину вручную может привести к ошибкам. Во избежание данной неприятности организации прибегли к наиболее растущему направлению автоматизации ввода информации в ЭВМ – это штриховой код товара. С

Существует множество систем штрихового кодирования товаров, но самыми распространенными являются EAN-13(состоит из 13 цифр: 1-3 цифры – код страны, 4-7 – код изготовителя, 8-12 – код товара, 13 – контрольная цифра), EAN-8 (1-2 цифры – код страны, 3-7 – код производителя, 8 – контрольная цифра. Характерно для малых размеров упаковки) и ITF-14 (1цифра - код упаковки, 2-4 – код страны, 5-8 – код изготовителя, 9-13 – код товара, 14 – контрольная цифра. Данная система штрихового кодирования товаров характерна только для транспортной тары).

Контрольная цифра означает официальность производства данного товара в том случае, если она совпадает с результатом вычислений, выполняемые в процесс проверки правильности штрихового кода товара. Данный процесс может выполняться вручную, но автоматизированный способ является наиболее рациональным и может осуществляться с помощью компьютерной программы «ШК-киллер», которая может быть интегрирована в кассовую программу. Предлагаемая программа будет осуществлять процесс непосредственной проверки правильности штрихового кода товара в течение двух секунд с момента перенесения данных штрихового кода товара в неё, по средствам сканера. Результат будет представляться в виде подсвечивания позиции товара в программе зелёным (аргументирует о верности штриховой код товара) или светло красным (аргументирует о не верности штриховой код) цветами.

Внедрение данной программы, а именно «ШК-киллер» способно существенно сократить трудовые и временные ресурсы торговой организации, а также повысить её престиж и товарооборот.

Использованные источники:

1. Теоретические основы товароведения и экспертизы : учебник / С. Л. Калачев. — М. : Издательство Юрайт ; ИД Юрайт, 2011. — 463 с.
2. Товароведение продовольственных товаров / В.А. Тимофеева. Учебник. Изд-е 12-е, доп. и перер. — Ростов н/Д: Феникс 2013. - 416 с.
3. Арманд В.А. Железнов В.В. «Штриховые коды в системах обработки информации» [интернет-издание]
4. www.ek-lit.agava.ru (Библиотека экономической и деловой литературы)
5. <http://www.cisg-library.org>

*Мальцева В.В.
студент 3го курса
Харченкова Г.И., к.техн.н.
доцент
Амурский государственный университет
Россия, г. Благовещенск*

ОРГАНИЗАЦИЯ КОМПЛЕКСНОГО МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ЕЕ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ В ООО «ТЕПЛОСЕТЬ»

Статья посвящена направлению совершенствования материально-технического обеспечения ООО «Теплосеть». В ней подробно представлены организационная структура, анализ материально-технического обеспечения предприятия. Также был проведен анализ основных показателей деятельности организации

По выявленной проблеме было разработано предложение по совершенствованию материально-технического обеспечения, составлен прогноз расходов на 2017 год на реализацию предложенного мероприятия. Также была произведена оценка эффективности мероприятия.

Ключевые слова: закупка, поставщики, топливо, материально-техническое обеспечение.

Для бесперебойного функционирования производства необходимо хорошо налаженное материально-техническое обеспечение (МТО), которое на предприятиях осуществляется через органы материально-технического снабжения.

Главной задачей органов снабжения предприятия является своевременное и оптимальное обеспечение производства необходимыми материальными ресурсами соответствующей комплектности и качества. В связи с этим, выбранная тема работы является актуальной.

Целью данной работы является разработка предложений по совершенствованию материально-технического обеспечения на предприятии ООО «Теплосеть».

ООО «Теплосеть» обслуживает 38 котельных, расположенных в городском округе г. Свободный. Котельные производят тепловую энергию в

виде горячей воды. Топливо - бурый уголь Райчихинского угольного месторождения и мазут М100 (Благовещенск).

Характерный тип структуры отдела снабжения ООО «Теплосеть» - смешанный (рисунок 1), когда отдел МТС специализирован на снабжении конкретными видами сырья, материалов, оборудования. Также в состав отдела снабжения входят функциональные подразделения: плановое, диспетчерское. Смешанный тип структуры отдела снабжения - наиболее рациональный метод строения, который способствует повышению ответственности работников, улучшению материально-техническое обеспечение производства.

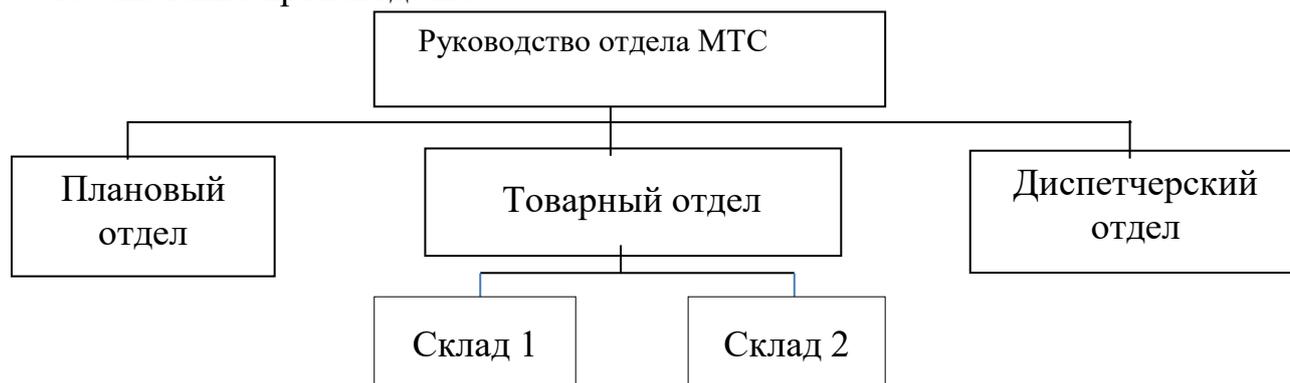


Рисунок 1 - Организационная структура отдела материально-технического снабжения (смешанный тип)

Одним из звеньев организации материально-технического снабжения является складское хозяйство, основная задача которого заключается в приеме и хранении топлива и материалов, их подготовке к производственному потреблению, непосредственном снабжении котельных необходимыми материальными ресурсами.

Оценка обеспеченности предприятия материальными ресурсами.

Одним из важнейших условий выполнения производственной программы по оказанию услуг теплоснабжения является обеспеченность предприятия материальными ресурсами и эффективное их использование.

Проведем оценку обеспеченности предприятия материальными ресурсами за 2015 год.

Таблица 1 – Анализ состояния запасов материальных ресурсов за 2015 год

Наименование материалов	Потребность по плану, тыс. руб.	Поступило за анализируемый период, тыс. руб.	Отклонение (-,+)	% обеспеченности
Материалы	370 298	360 420	- 9 878	96,3
Горюче- смазочные материалы	34 485	35 689	1 204	103,5
Топливо	273 496	262 231	-11 265	93,5
Запасные части	47 178	47 200	22	100,2
Инвентарь	и			

хозяйственные принадлежности	13 569	13 700	131	100,9
Специальная оснастка и специальная одежда	1 570	1 600	30	101,9

Из приведенных расчетов видно, что в 2015 году наблюдается снижение приобретения материальных ресурсов на предприятии. Топлива было приобретено меньше чем запланированного на 11 265 тыс. руб. Процент обеспеченности составил 93,5 %, что характеризует угрозу срыва отопительного сезона. Таким образом в 2015 году наблюдается низкий уровень организации материально-технического обеспечения производства. Для эффективной и бесперебойной работы теплоснабжающего предприятия необходимо иметь достаточные запасы топлива.

Анализ эффективности использования материальных ресурсов.

Рациональное использование материальных ценностей является одним из важнейших факторов роста производства и снижения себестоимости. Для характеристики эффективности использования материальных ресурсов применяется система обобщающих и частных показателей.

Для анализа эффективности использования материальных ресурсов воспользуемся данными таблицы.

Таблица 2 – Исходные данные для анализа эффективности использования материальных ресурсов

Показатели	Ед.изм.	2013	2014	2015	Отклонение 2014-2013 (+/-)	Отклонение 2015-2014 (+/-)
Общий объем оказанных услуг в сопоставимых ценах	тыс.руб.	318 458	334 349	380 631	15 891	46 282
Общая сумма материальных затрат	тыс.руб.	299 495	324 727	370 298	25 232	45 569
Материалоотдача	руб.	1,06	1,03	1,02	-0,03	-0,01
Материалоемкость	руб.	0,91	0,95	0,97	0,04	0,02

Данные таблицы 2 показывают, что в 2015 году по сравнению с 2014 годом материалотдача снизилась на 0,01 руб. Материалоемкость увеличивается, в 2014 по сравнению в 2013 повысилась на 0,04 руб., а в 2015 по сравнению с 2014 годом наблюдается повышение на 0,02 руб.

Для эффективной работы предприятия необходимо снизить показатели материалоемкости и увеличить показатели материалоотдачи.

Материально-техническое обеспечение ООО «Теплосеть» имеет ряд недостатков, нуждающихся в совершенствовании, таких как: большое количество котельных, обслуживаемых большим количеством сотрудников, недостаточный запас топлива, для осуществления теплоснабжения города, а

также уменьшение общей материалоотдачи и увеличение материалоемкости, что говорит о плохом материально-техническом обеспечении.

Для того чтобы совершенствовать материально-техническое обеспечение предприятия ООО «Теплосеть» было предложено следующее мероприятие:

- увеличение запасов топлива, путем смены поставщика и соответственно снижением цены закупки топлива;

Выбор поставщиков. Проведем процедуру выбора поставщика при осуществлении процесса закупки топливно-энергетических ресурсов в рассматриваемом предприятии.

Сравним трех поставщиков угля (АО «АРУС», АО «Амурский уголь» и ТОО «Антрацит») методом рейтинговых оценок. Для начала рассмотрим деятельность предприятий подробнее.

- АО «АРУС» Основным видом деятельности компании является оптовая торговля твердым топливом. Организация осуществляет деятельность в г. Благовещенске. Цена угля за 1 тонну – 1800 руб.

- АО «Амурский уголь» является основным предприятием, осуществляющим добычу каменного и бурого угля. Цена угля за 1 тонну – 1500 руб.

- АО «Антрацит» Основным видом деятельности является: геофизические и геохимические работы в области изучения недр. Цена угля за 1 тонну – 1600 руб.

Выбор поставщиков определим с помощью метода рейтинговых оценок. Этот метод можно считать наиболее распространенным методом выбора поставщика. Выбираются основные критерии выбора поставщика, далее работниками службы закупок устанавливается их значимость экспертным путем (Таблица 3). В экспертной оценке принимали участие 5 экспертов: Директор предприятия; руководитель отдела МТС; начальник планового отдела; начальник товарного отдела; начальник диспетчерского отдела.

Таблица 3 - Выбор поставщика угля методом рейтинговых оценок

Критерий выбора	АО «АРУС»			АО «Амурский уголь»			АО «Антрацит»		
	Уд. вес критерия	Оценки работы поставщика	Произведение уд. веса на оценку	Уд. вес критерия	Оценки работы поставщика	Произведение уд. веса на оценку	Уд. вес критерия	Оценки работы поставщика	Произведение уд. веса на оценку
1.Качество товара	0,4	8	3,2	0,4	10	4	0,4	10	4
2.Цена	0,3	5	1,5	0,3	9	2,7	0,3	7	2,1
3.Надежность поставк	0,15	6	0,9	0,15	9	1,35	0,15	8	1,2

и									
4.Возможность внеплановых поставок	0,1	4	0,4	0,1	7	0,7	0,1	8	0,8
5.Финансовое состояние поставщика	0,05	6	0,3	0,05	9	0,45	0,05	3	0,15
Итого	1	-	6,3	1	-	9,2	1	-	8,25

Из таблицы 3 можно сделать вывод, что наиболее привлекательным является поставщик АО «Амурский уголь», т.к. его значение рейтинга (9,2) выше, чем у поставщика АО «Антрацит» (8,25) и АО «АРУС» (6,3).

Преимущество АО «Амурский уголь» в том, что он является производителем и прямым поставщиком бурого угля, а другие рассматриваемые компании являются посредниками и поэтому цена на уголь у них будет значительно выше.

Далее проведем процедуру выбора поставщика при осуществлении процесса закупки мазута для рассматриваемого предприятия.

Сравним трех поставщиков мазута (АО «Тримикс»; ООО «ВостокНефтеСбыт» и ООО «Таксан-3») методом рейтинговых оценок. Для начала рассмотрим деятельность предприятий подробнее.

- АО «Тримикс». Основным видом деятельности компании является Оптовая торговля топливом. Цена мазута за 1 тонну – 9 500 руб.

- ООО «ВостокНефтеСбыт» занимается оптовой и мелкооптовой продажей и доставкой нефтепродуктов в г. Хабаровск. Цена мазута за 1 тонну – 7 000 руб.

- ООО «Таксан-3» осуществляет оптовую торговлю топливом. Основным заказчиком является МО МВД России «Зейский». Цена мазута за 1 тонну – 7 800 руб.

Таблица 4 - Выбор поставщика мазута методом рейтинговых оценок

Критерий выбора	АО «Тримикс»			ООО «Таксан-3»			ООО «ВостокНефтеСбыт»		
	Уд. вес критерия	Оценки работы поставщика	Произведение уд. веса на оценку	Уд. вес критерия	Оценки работы поставщика	Произведение уд. веса на оценку	Уд. вес критерия	Оценки работы поставщика	Произведение уд. веса на оценку
1. Качество товара	0,4	9	3,6	0,4	10	4	0,4	10	4
2. Цена	0,3	7	2,1	0,3	8	2,4	0,3	9	2,7

3.Надежность поставки	0,15	6	0,9	0,15	9	1,35	0,15	10	1,5
4.Возможность внеплановых поставок	0,1	6	0,6	0,1	8	0,8	0,1	9	0,9
5. Финансовое состояние поставщика	0,05	8	0,4	0,05	8	0,4	0,05	9	0,45
Итого	1	-	7,6	1	-	8,95	1	-	9,55

Из таблицы можно сделать вывод, что наиболее привлекательным является поставщик ООО «ВостокНефтеСбыт», т.к. его значение рейтинга (9,55) выше, чем у поставщиков АО «Тримикс» (7,6) и ООО «Таксан-3» (8,95). Компания ООО «ВостокНефтеСбыт» является более надежным поставщиком с наиболее оптимальной ценой для ООО «Теплосеть».

Экономический эффект от предложенного мероприятия. Для расчета экономического эффекта от предложенного мероприятия по смене поставщика необходимо рассчитать предполагаемые затраты (таблица 5).

Таблица 5 – Предполагаемые затраты на закупку топлива в 2017 году

Вид топлива	Старые поставщики	Предполагаемые затраты на 2017 год, руб.	Новые поставщики	Предполагаемые затраты на 2017 год, руб.
Уголь	АО «АРУС»	342 507 852	АО «Амурский уголь»	285 423 210
Мазут	АО «Тримикс»	52 730 700	ООО «ВостокНефтеСбыт»	38 854 200
Итого:		308 838 444		270 277 320

ООО «Теплосеть» планирует отпустить 627,972 Гкал/год, из них угля – 592,842 Гкал/год и мазута – 35,13 Гкал/год. С учетом расчета удельной теплоты сгорания угля и мазута рассчитаем затраты на 2017 год

Таким образом, В общей сумме экономия составит 38 561 124 рублей.

Таблица 6 – Прогноз эффективности использования материальных ресурсов на 2017 год

Показатели	Ед.из м.	2015	2017	Отклонение 2017-2015(+/-)
Общий объем оказанных услуг в сопоставимых ценах	тыс.руб.	380 631	395 800	15 169
Общая сумма материальных затрат	тыс.руб.	370 298	329 370	- 40 928
Материалоотдача	руб.	1,02	1,2	0,18
Материалоемкость	руб.	0,97	0,7	- 0,27

Данные таблицы 6 показывают, что в 2017 году в связи со сменой поставщика будет происходить снижение материальных затрат на 40 928 тыс. руб., что в итоге приведет к увеличению материалоотдачи по сравнению с 2015 годом на 0,18 руб. и к уменьшению материалоемкости на 0,27 руб., следовательно, увеличится эффективность работы предприятия.

Проанализируем реализацию мероприятия с целью оценки его эффективности. Экспертами выступают: директор предприятия, руководитель отдела МТС, начальник планового отдела, начальник товарного отдела и начальник диспетчерского отдела. Группе экспертов было предложено оценить три вида эффективности (экономическую, социальную, организационную) до и после реализации мероприятия используя шкалу от 0 до 1. Результаты представлены в таблице 7.

Таблица 7 - Оценка эффективности до и после реализации мероприятия

Критерии	Базовый период	Период после реализации мероприятия
Экономическая	0,3	0,8
Организационная	0,4	0,6
Социальная	0,4	0,5

По данным из таблицы составим диаграмму (рисунок 5) для наглядного представления того, как данная совокупность критериев отражает эффективность в базовом периоде и периоде после реализации мероприятий.

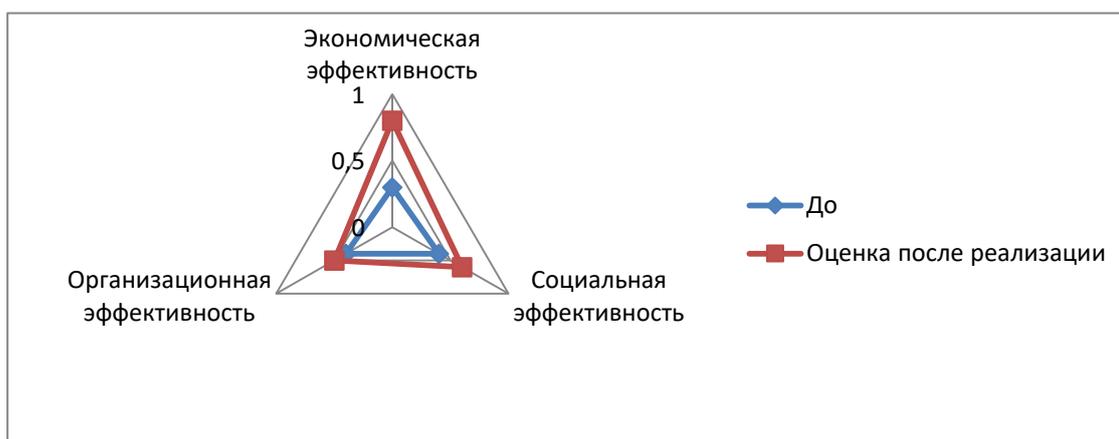


Рисунок 2 - Оценка эффективности предложенных мероприятий

Анализ таблицы показывает, что реализация данного мероприятия, по мнению экспертной группы, значительно повышает экономическую эффективность, снижая затраты на закупку топлива, а также повышает социальную эффективность, улучшая качество жилищно-коммунального обслуживания потребителей.

Использованные источники:

1. Агеев, А.В. Оценка выбора поставщиков продукции в логистических процессах / А.В. Агеев // Экономический анализ: теория и практика. – 2011. - №21. – 47 с.
2. Щербанин, Ю. А. Основы логистики: учебное пособие для высших учебных заведений / Ю. А. Щербанин. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2011. – 320 с.

Малякко О.В., к.э.н.

ст.преподаватель

кафедра экономики и управления

Мандрыко А.В., к.э.н.

доцент

кафедра экономики и управления

Анапский филиал

Московский педагогический государственный университет

Россия, г. Анапа

**КОНКУРЕНТНЫЕ СТРАТЕГИИ ПРОМЫШЛЕННОГО
ПРЕДПРИЯТИЯ**

Первоначально стратегическое планирование сформировалось в начале 50-х гг. XX в. и базировалось на идеи о неизменности и предсказуемости внешней среды. Сейчас стратегия определяет направление развития организации с учетом постоянно изменяющейся бизнес-среды.

Исследованиями в области стратегического менеджмента занимались: Альфред Д. Чандлер, И. Ансофф, Р. Аккофф, В.С. Каталько, Г. Минцберг, Ф. Котлер, М.Б. Шифрин.

Огромный вклад в развитие стратегического менеджмента внес М. Портер. В 1980г. он опубликовал свою работу «Конкурентные стратегии».

Описанные в ней конкурентные стратегии считаются наиболее ценными для практического менеджмента.

Он предложил четыре типовые конкурентные стратегии, базирующиеся на конкурентных преимуществах и сфере конкуренции: лидерство за счет экономии на издержках, сфокусированные издержки, дифференциация и сфокусированная дифференциация. Для каждой стратегии он обосновал существующие риски. М. Портер считает, что нужно выделить только одно конкурентное преимущество, которое и будет использовать фирма в своей конкурентной стратегии. Мы считаем это мнение ошибочным, так как в условиях глобализации экономики необходимо сочетание нескольких конкурентных преимуществ. Предприятия могут и иметь лидерство за счет экономии на издержках и дифференциации продукции. Так же, на наш взгляд, он определил недостаточно конкурентных преимуществ для конкурентной стратегии, не учел фактор неопределенности внешней среды.

Ф. Котлер выделил стратегии, в зависимости от доли рынка предприятия.

Свои стратегии на основе стадии развития предприятия в зависимости от развития национальной экономики предложил А.Н.Петров.

И. Ансофф разработал модель роста фирмы, состоящую из пяти этапов, и к каждому из этапов предложил стратегические альтернативы для каждого из этапов.

О. Одинцов, Л. Ежкин предлагают четыре конкурентные стратегии за счет различных конкурентных преимуществ, но непосредственно связанные с реструктуризацией:

1. Ограниченного роста. Для этого ставятся цели, которые будут опираться на полученные результаты с учетом инфляционных процессов и других воздействий внешней среды. Может использоваться предприятиями со статическим объемом выпуска и сложными технологическими процессами, имеющими прочные позиции на рынке с традиционной продукцией длительного жизненного цикла и устойчивой рентабельностью.

2. Стратегического роста. Может применяться в динамично развивающихся отраслях с изменяющимися технологиями и обновляющимися товарами. Рост объема продаж обеспечивается за счет внутренних факторов, к примеру, номенклатуры и ассортимента.

3. Стратегического сокращения. Предприятие понижает целевые показатели для реструктуризации производства. Применяется при ухудшении экономических показателей. Используется ликвидация части производства, отсечение лишнего или перевод на другие условия хозяйствования, переориентация производства.

4. Стратегия стагнации. Для сохранения достигнутых позиций на рынке при проведении частичной структурной перестройки деятельности предприятия.

Как видим, во многих стратегиях предлагается проводить реструктуризацию, направленную на рост эффективности производства,

увеличение конкурентоспособности предприятия и на адаптацию структуры и процессов производства к изменениям во внешней и внутренней среде. Она включает определенные мероприятия, которые направлены на улучшение структуры организации и функций управления:

- модернизацию структуры производства;
- улучшение экономической политики предприятия;
- снижение затрат на производство и реализацию продукции;
- оптимизацию использования материальных и трудовых ресурсов;
- создание современных информационных систем и документооборота.

Авторы предлагают проводить реструктуризацию в два этапа. На первом этапе формируются ключевые положения стратегий производства и сбыта, выявляются цели, задачи, показатели. На втором этапе разрабатывается процедура реструктуризации: разрабатываются мероприятия, оцениваются результаты, вносятся коррективы.

По нашему мнению, для увеличения объема производства следует совершенствовать систему менеджмента и повышать качество сервиса. Освоение нового рынка сбыта, повышение качества сервиса потребителя требует совершенствования системы менеджмента, функций тактического маркетинга, расширение существующего рынка товаров и освоения новых рынков.

А.В. Тимофеев отмечает три стратегии повышения конкурентоспособности: за счет внутренних факторных резервов, внешнеэкономической деятельности и завоевания мировых рынков (подход «Совета США по политике конкурентоспособности»), рост конкурентоспособности национальных компаний, регионов, отраслей промышленности (характерен для российских ученых и политиков). Он предлагает для увеличения конкурентоспособности следующие меры:

- использовать для своей выгоды конкуренцию ТНК;
- избегать открытого столкновения, скрыто соперничать с экономическими лидерами;
- использовать стратегию точечного воздействия на конкурента;
- достигать поставленной цели, представляя это как случайность;
- использовать стратегию «плавания по течению».

Основной акцент А.В. Тимофеев делает на формирование школы стратегического управления и прогностики, которые должны отражать особенности целей развития, стоящие перед крупными российскими компаниями. Автор приводит концептуальные схемы различных школ формирования стратегий. Он отмечает, что стратегии имеют слабые стороны.

На наш взгляд, его предложения тоже не безупречны, так как в жестком мире конкурентной борьбы необходимо иметь четкое представление не только о миссии организации, но и должна быть жесткая позиция по отношению к конкурентам и поставщикам. И надо не воздействовать на

слабые стороны конкурентов, а использовать и развивать свои конкурентные преимущества и не бояться позиционировать себя. Необходима мобильность, а не «плавание по течению».

Конкурентные стратегии необходимы для успешного конкурентирования в условиях постоянно меняющейся внешней среды и для формирования конкурентоспособного предприятия. Конкурентоспособность и конкурентные преимущества это основа конкурентной стратегии. Прежде чем выбирать стратегию, необходимо выявить факторы конкурентоспособности и конкурентные преимущества промышленного предприятия.

Использованные источники:

1. Белый, Е. М. Конкурентоспособность и качество продукции: два уровня управления [Текст] / Е. М. Белый, С. В. Барашков // Маркетинг. – 2002. – № 4. – С. 29-34.
2. Макконнелл, К. Р. Экономикс [Текст] : принципы, проблемы и политика / К. Р. Макконнелл, Л. Б. Стэнли. – М. : Менеджер, 1993. – 167 с.
3. Райская, Н. Ценовая политика и экономический рост [Текст] / Н. Райская, Я. Сергиенко, А. Френкель // Экономист. – 2003. – № 5. – С. 29-37.
4. Рябов, В. П. Классификация рынков [Текст] / В. П. Рябов // Вклад молодых ученых в развитие аграрной науки. – 2005. – Ч. 1. – С. 14-16.

*Мануйлова Ю.Э.
студент 3го курса
Харченкова Г.И., к.тех.н.
доцент*

*Амурский Государственный Университет
Россия, г. Благовещенск*

ОРГАНИЗАЦИЯ СКЛАДСКОГО ХОЗЯЙСТВА И НАПРАВЛЕНИЯ ЕГО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ В АО «ТК МЕГАПОЛИС»

В статье рассматривается складское хозяйство и направления совершенствования деятельности на примере АО «Торговой компании Мегapolis».

Ключевые слова: складское хозяйство, организация, направления совершенствования, план мероприятий, складская логистика.

The article discusses the storage and ways of improving activity on the example of АО "Trade Company Megapolis".

Keywords: warehousing, organization, direction of improvement action plan, warehouse logistics.

Складское хозяйство - это материально-техническая база системы снабжения и сбыта, от нее зависит качество и эффективность обеспечения потребителей материальными ресурсами.

Складское хозяйство является необходимым элементом общественного

производства, оно присуще всем отраслям народного хозяйства и имеет сложную структуру.

Актуальность выбранной темы обусловлена тем, что рыночная стратегия развития экономики предполагает сбалансированное развитие всех отраслей народного хозяйства - как отраслей материального производства, так и инфраструктуры. Материально - техническую базу обеспечения производства необходимыми ресурсами представляет складское хозяйство.

Акционерное общество «торговая компания Мегapolis», сокращенное название АО «ТК Мегapolis» - частная компания, владеющая и управляющая активами в сфере логистики и дистрибуции товаров повседневного спроса.

Организационная структура АО «ТК Мегapolis» показана на рисунке 1.



Рисунок 1 – Организационная структура АО «ТК Мегapolis»

На рисунке 1 представлено схематичное отражение состава и иерархии АО «Торговой компании Мегapolis». Организационная структура определяет распределение ответственности и полномочий внутри АО «Торговой компании Мегapolis».

Особой ценностью АО «ТК Мегapolis» является его персонал. В настоящее время АО «ТК Мегapolis» обеспечивает рабочими местами 12 человек. Коллектив предприятия преимущественно мужской (рисунок 2).

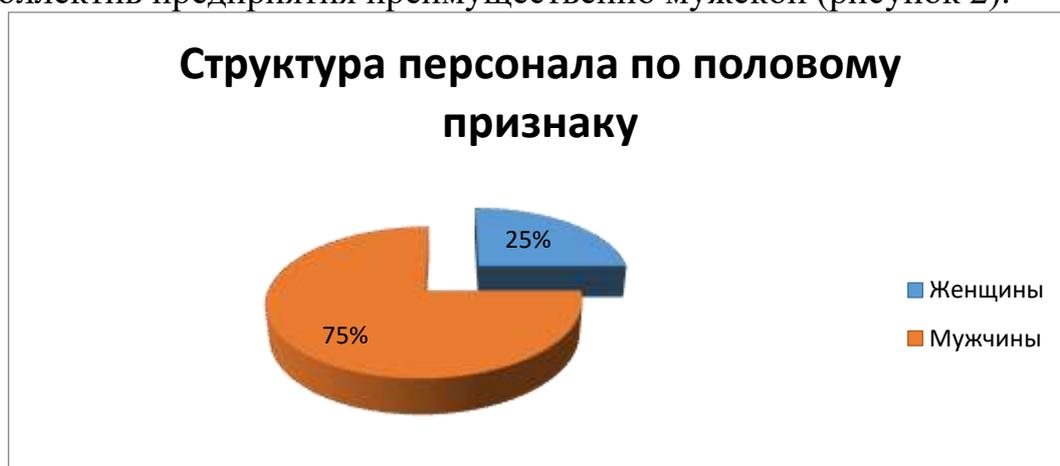


Рисунок 2 – Структура персонала АО «ТК Мегapolis» по половому признаку

Из рисунка 2 видно, что доля мужчин составляет 75 %, соответственно 25 % - доля женщин в общей численности персонала предприятия.

На рисунке 3 показана структура персонала АО «ТКМ» по возрастному

признаку

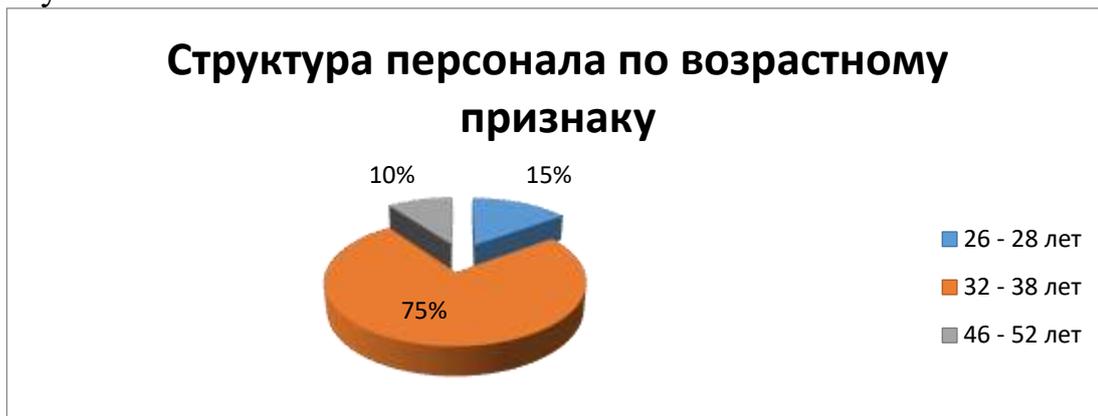


Рисунок 3 – Структура персонала АО «ТКМ» по возрастному признаку
Из рисунка 3 можно сделать вывод, что коллектив АО «ТКМ» преимущественно молодой. На возраст от 26 до 28 лет приходится 15 %, от 32 до 38 лет – 75 % и от 46 до 52 лет приходится лишь 10 %.

Важной особенностью АО «ТК Мегapolis» является то, что данное предприятие объединяет помещение склада с торговым залом и помещением для приёма и выдачи товара. Данное помещение общей площадью около 216, 31 м². Высота склада составляет 3 м, а общий объём – 648, 9 м³.

Расстановка оборудования на складе АО «ТК Мегapolis» представлена на рисунке 4.

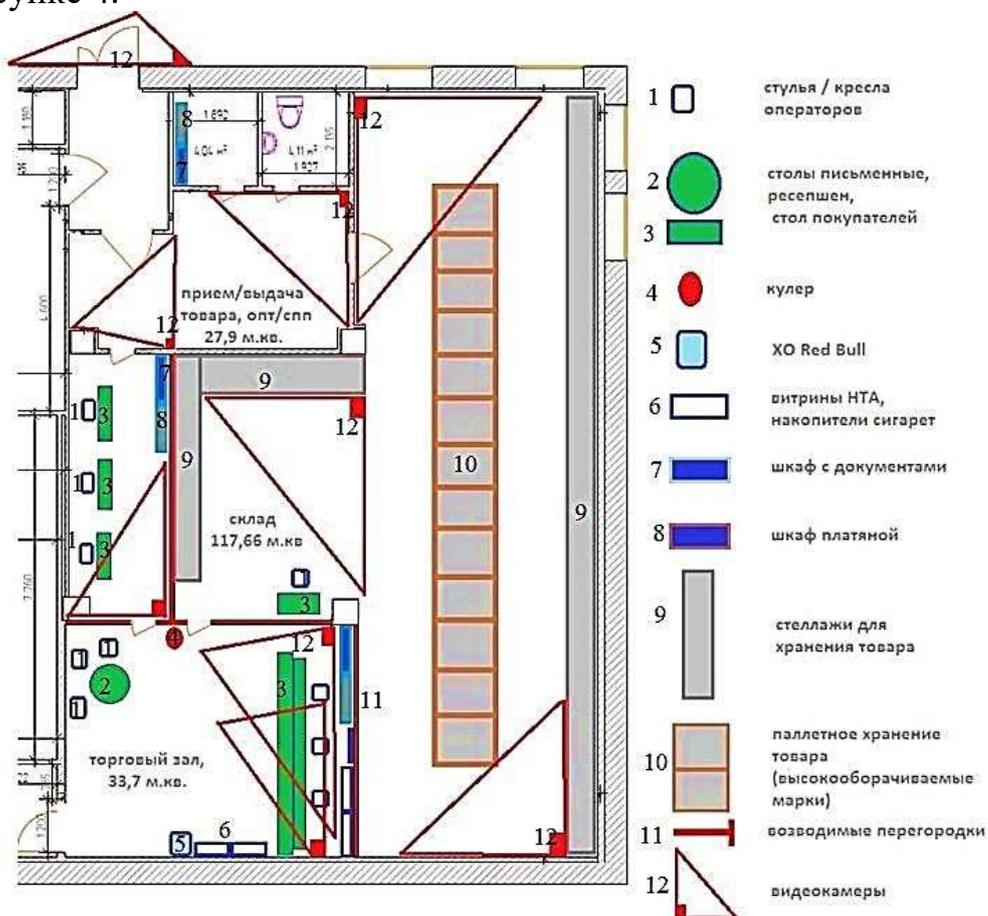


Рисунок 4 – Схема складского помещения АО «ТК Мегapolis»
Соотношение длины и ширины склада – 1:1, что является

рекомендуемым и предпочтительным. Ширина проходов составляет 1,5 м, что также находится в рамках оптимума. При размещении стеллажного оборудования работники фирмы АО «ТК Мегapolis» также придерживаются установленных норм – одинаковые стеллажи размещены от продольных стен на расстоянии 0,3 м, от поперечных стен на расстоянии 1 м. Площадь зоны экспедиции (зоны приемки и отпуска материалов) составляет 27,9 м².

Структура общей площади склада в АО «ТК Мегapolis» представлена в таблице 3.

Таблица 3 – Структура общей площади АО «ТК Мегapolis»

№ п/п	Наименование технологической зоны	Размер площади, м ²	Структура, %
1	Зона приёма и выдачи товара	27,9	12,9
2	Зона хранения	117,66	54,4
3	Вспомогательная зона	62,6	28,9
4	Зона под служебное помещение	4,11	1,9
5	Рабочее место заведующего складом	4,04	1,87
	Итого:	216,31	100

По результатам таблицы 3 можно сделать вывод, что общая площадь равна 216,31 м². Также, можно сделать вывод, что большая доля склада приходится на зону хранения, которая составляет 54,4 %.

Таким образом, общая площадь склада равна 216,31 м².

Таблица 4 – Расчёт основных показателей склада АО «ТК Мегapolis».

№ п/п	Показатель	Формула	Расчёт	Значение
1	Полезная площадь склада	$S_{пол} = S_{общ} - S_{всп} - S_{пр\ выд} - S_{сл} - S_{доп}$	$S_{пол} = 216,31 - 27,9 - 62,6 - 4,11 - 4,04$	117,66 м ²
2	Коэффициент использования склада	$K_{исп} = \frac{S_{пол}}{S_{общ}}$	$K_{исп} = \frac{117,66}{216,31}$	0,54 %
3	Рассчитанная полезная площадь склада	$S_{пол} = \frac{q_{max}}{n_{доп}}$	$S_{пол} = \frac{390}{1,5}$	260 м ²
4	Рассчитанная общая площадь склада	$S_{общ} = S_{пол} + S_{всп} + S_{сп} + S_{ра б.м.} + S_{пр} + S_{выд}$	$S_{общ} = 260 + 27,9 + 62,6 + 4,11 + 4,04$	358,65 м ²
5	Коэффициент использования склада	$K_{исп} = \frac{S_{пол}}{S_{общ}}$	$K_{исп} = \frac{260}{358,65}$	0,7 %

Для определения общей площади склада необходимо рассчитать следующие показатели:

Полезная площадь склада составляет 260 м².

Общая площадь склада равна 358, 65 м² (расчёты представлены в табл. 4).

Коэффициент использования склада равен 0,7 % (расчёты представлены в табл. 4).

Однако, по ранее указанным данным в табл. 4, общая площадь склада составляет 216, 31 м², а не 358, 65 м², как получилось по расчётам.

При использовании реального значения общей площади склада коэффициент использования склада будет равен 0,54 %, что является меньше полученного. Следовательно, предприятие АО «ТК Мегapolis» нуждается в расширении складского помещения.

Рассчитаем необходимую численность персонала склада с использованием формулы Розенкранца на основании следующих исходных данных:

Таблица 5 – Исходные данные для расчёта необходимой численности персонала на складе АО «ТК Мегapolis».

№ п/п	Исходные данные	Значение
1	Время, необходимое для выполнения производственной программы	785 ч
2	Месячный (нормированный) фонд времени одного сотрудника согласно контракту	170 ч
3	Коэффициент затрат времени на дополнительные работы	1,1
4	Коэффициент затрат времени на отдых сотрудников	1,02
5	Коэффициент пересчёта явочной численности в списочную	0,9
6	Время, выделяемое на различные работы, не учтённые в плановых расчётах	50 ч
7	Фактическая численность работников склада	3 чел.

Таблица 6 – Расчёт необходимой численности персонала склада АО «ТК Мегapolis»

№ п/п	Показатель	Формула	Расчёт	Значение
1	Коэффициент необходимого распределения времени	$K_{нрв} = K_{др} + K_o + K_{п}$	$1,1 * 1,02 * 0,9$	1
2	Коэффициент фактического распределения времени	$K_{фрв} = \frac{\Phi_{общ}}{\sum_{i=1}^n m_i * t_i}$	$K_{фрв} = \frac{170 * 3}{785}$	0,65
3	Необходимая численность подразделения (формула Розенкранца)	$Ч = \sum_{i=1}^n \frac{T_{н*} * t_i}{T} * K_{нрв}$	$Ч = \frac{785}{170} * 1 + \frac{50}{170} * \frac{1}{0,65}$	5

По результатам таблицы 6 можно сделать вывод, что необходимая численность персонала склада в АО «ТК Мегapolis» составляет 5 человек, то есть, необходимо увеличить персонал на 2 человека.

Таким образом, необходимо отметить, что в ходе анализа складского хозяйства в АО «ТК Мегapolis» было выявлено, что складское помещение фирмы необходимо расширить, чтобы складское хозяйство АО «ТК Мегapolis» работало эффективнее прежнего. Также, в ходе анализа, было выявлено, что необходимо увеличить персонал склада на 2 человека.

В результате анализа было выявлено, что площадь складского помещения необходимо расширить, тем самым увеличить эффективность использования площади. Кроме того, необходимо увеличить складской персонал на 2 человека.

Предлагается следующий план мероприятий по усовершенствованию складского хозяйства на предприятии:

1 Расширение складской площади предприятия путём выкупа полной площади зданий или путём достройки используемого складского помещения на располагающей территории.

2 Увеличение численности персонала склада на 2 человека.

Необходимо рассмотреть подробнее каждый пункт плана мероприятий по усовершенствованию складского хозяйства в АО «ТК Мегapolis».

Таблица 7 – Затраты на проведение мероприятий по усовершенствованию складского хозяйства в АО «ТК Мегapolis» на 2016 г.

№ п/п	Название мероприятия по улучшению взаимодействия между руководителем и подчинёнными	Затраты, тыс. руб.
1	Выкуп полной площади здания	5 448
2	Перестройка используемой площади склада	15 005
3	Увеличение численности складского персонала	312 000

Затраты на выкуп площади составит 5 448 тыс. рублей. Затраты на перестройку используемой площади склада АО «ТК Мегapolis» составят 15 005 тыс. рублей, что является затратным по сравнению с выкупом полной площади здания на 9 557 тыс. рублей.

Следовательно, чтобы расширить складское помещение АО «ТК Мегapolis» необходимо выкупить полностью здание, расходы на расширение площади составляют 5 448 тыс. руб.

В связи с расширением склада необходимо нанять в штат АО «ТК Мегapolis» 2-х грузчиков. С учётом, что среднемесячная заработная плата работников склада составляет 13 тыс. рублей. Таким образом, затраты на оплату труда 2-х грузчиков за 2016 г. составят 312 000 рублей.

Таким образом, общие затраты на расширение складского помещения и усовершенствования складского хозяйства составят 5 760 тысяч рублей.

Оценка эффективности предложенных мероприятий достигается определением действия множества факторов, таких как экономического,

технического и организационного.

Экономическая эффективность – подразумевает под собой соотношение между полученными результатами производства и затратами труда и средств производства.

Техническая эффективность представляет оснащенность оборудованием для осуществления деятельности организации.

Организационная эффективность показывает, насколько хорошо функционирует организация относительно поставленных целей.

Для определения наиболее важного фактора был проведен метод экспертных оценок. По результатам метода экспертных оценок было выявлено, что фактором, оказывающим наибольшее влияние на совершенствование складского хозяйства, является экономическая эффективность. На втором месте организационная эффективность, а затем техническая. Оценка критериев производилась по шкале от 0 до 1.

Таблица 8 – Оценка эффективности совершенствования складского хозяйства АО «ТК Мегapolis»

Фактор	Оценка критерия
Экономический	0,8
Организационный	0,6
Технический	0,5

По данным таблицы 8 можно сделать вывод, что эффективность совершенствования складского хозяйства повышается путём экономической эффективности для предприятия АО «ТК Мегapolis».

Таким образом, в ходе оценки совершенствования складского хозяйства предложенный план мероприятий является эффективным.

Использованные источники:

1. Бурмистров, А.Е. Складское и тарное хозяйство / А. Бурмистров// М.: Изд. – ИНФРА - М. – 2013. – 174 с.
2. Веснин, В.Р. Логистика / В.Р. Веснин. – М.: Триада-ЛТР. – 2011. – 384 с.
3. Герчикова, И.И. Логистика: учебник/ И.И. Герчикова. – М.:ИНФРА – М. – 2012. – 521 с.

*Мкртчян Ж.О.
студент 3го курса
Харченкова Г.И., к.техн.н.
доцент*

*Амурский Государственный Университет
Россия, г. Благовещенск*

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «ЦАРЬ-КАРАВАЙ»

В статье обоснована необходимость совершенствования сбытовой деятельности предприятия. Разработан план мероприятий по повышению эффективности сбытовой деятельности ООО «Царь-Каравай».

Ключевые слова: сбытовая деятельность, методы, оценка, Царь-

Каравай, кондитерская продукция, логистический канал, цепь сбыта.

In the article the necessity of improvement of marketing activities of the enterprise. The plan of measures on increase of efficiency of marketing activity of "Tcar-Karavai."

Keywords: marketing activities, methods, assessment, «Tcar-Karavai» , bakery products, logistics channel, the chain of distribution.

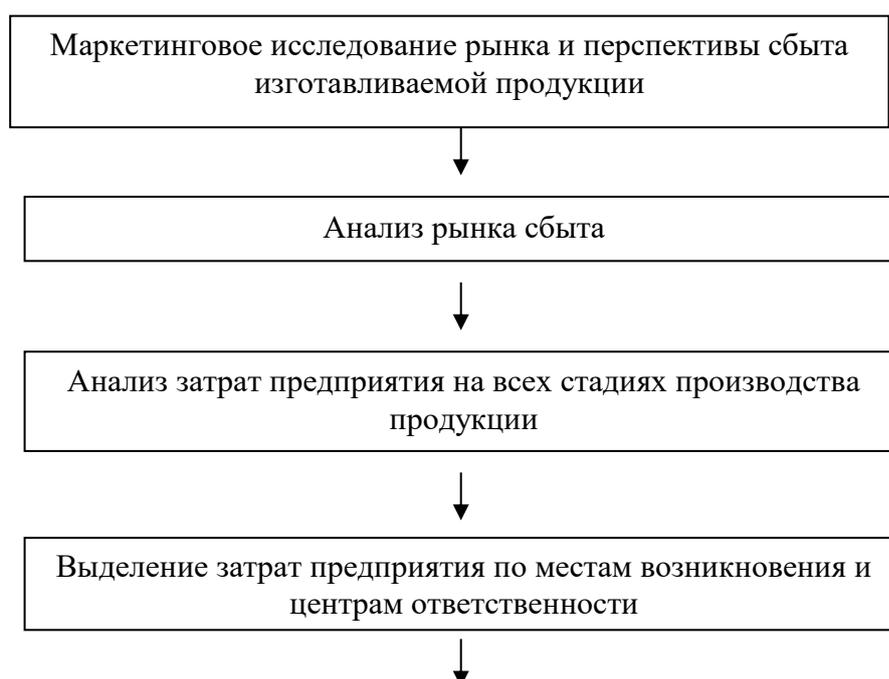
Работа посвящена актуальной теме оценке эффективности сбытовой деятельности предприятия, так как в условиях современного рынка конкурируют не производители, а их сбытовые цепи. В конечном итоге экономический результат во многом определяется эффективностью сбытовой стратегии и логистики.

Правильно выстроенная система сбыта товаров является завершающей стадией в хозяйственной деятельности предприятия по созданию, производству и доведению товара до потребителя. Именно здесь потребитель либо признаёт, либо не признаёт все усилия фирмы полезными и нужными для себя и, соответственно, покупает или не покупает ее продукцию и услуги.

Сбытовая деятельность – это конечный результат работы предприятия, процесс продвижения конечной (промежуточной) продукции на рынок и ее реализация организациям-потребителям.

Закорецкая О.С. предлагает следующую схему-последовательность оценки сбытовой деятельности для торгово-промышленных предприятий (рисунок 1).

Данная схема определяет основные принципы и последовательность оценочных мероприятий, направленных на оптимизацию затрат предприятия по сбыту готовой продукции.



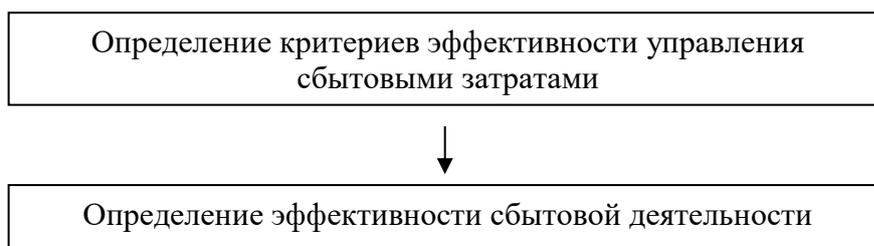


Рисунок 1 – Последовательность действий по оценке сбытовой политики на торгово-промышленных предприятиях

ООО «Царь-каравай» (в дальнейшем именуемое Общество), являясь юридическим лицом с организационно-правовой формой общество с ограниченной ответственностью, осуществляет свою деятельность на основе Федерального закона «Об обществах с ограниченной ответственностью» № 14-ФЗ, Гражданского Кодекса РФ и Устава. Общество обладает правами юридического лица с момента его государственной регистрации в установленном порядке.

Своей миссией ООО «Царь-каравай» полагает максимальное удовлетворение потребителей качественным хлебом, сдобой, хлебобулочными и кондитерскими изделиями.

Таблица 1 – Основные экономические показатели деятельности ООО «Царь-каравай» за 2012 – 2014 гг.

Наименование показателя	Значение показателя			Темп роста, %	
	2012	2013	2014	2013 к 2012	2014 к 2013
Выручка, тыс. руб.	21846	22740	26589	104,1	116,9
Себестоимость, тыс. руб.	16012	16405	18072	102,5	110,2
Валовая прибыль, тыс. руб.	5834	6335	8517	108,6	134,4
Прибыль от продаж, тыс. руб.	878	1102	2260	125,5	205,1
Прибыль до налогообложения, тыс. руб.	170	215	785	126,5	365,1
Налог на прибыль, тыс. руб.	49	182	290	371,4	159,3
Чистая прибыль, тыс. руб.	121	33	495	27,3	1500,0

Анализ таблицы 1 показал, что объем производства в денежном выражении (выручка) ежегодно растет: в 2013 г. по сравнению с 2012 г. увеличился на 4,1 %, в 2014 г. по сравнению с 2013 г. выручка увеличилась на 16,9 %.

Также из таблицы 1 видно, что объем производства в денежном выражении (выручка) ежегодно растет: в 2013 г. по сравнению с 2012 г. увеличился на 4,1 %, в 2014 г. по сравнению с 2013 г. выручка увеличилась на 16,9 %.

Для ООО «Царь-каравай» характерна линейно-функциональная организационная структура управления (рисунок 2), которая позволяет упорядочить совокупность взаимосвязанных элементов внутри предприятия.



Рисунок 2 – Организационно-управленческая структура ООО «Царь-каравай» в г. Благовещенск.

Сбытовой деятельностью ООО «Царь-каравай» занимается отдел сбыта. Отдел сбыта является самостоятельным структурным подразделением предприятия и подчиняется начальнику сбыта, который в свою очередь подотчетен заместителю директора по коммерческой деятельности.

К задачам, решаемым сбытовым отделом предприятия можно отнести:

- 1) определение потребительских предпочтений;
- 2) осуществление прогнозирования рыночных изменений и тенденций;
- 3) обеспечение удовлетворительного объема спроса на продукцию компании;
- 4) осуществление оценки степени удовлетворенности потребителей продукцией компании.

ООО «Царь-каравай» использует две формы реализации готовой продукции:

- 1) складская (реализация товара осуществляется непосредственно со своих складов);
- 2) транзитная (товары реализуются без завоза на свои склады, сразу конечным покупателям).

В настоящее время ООО «Царь-каравай» использует три вида канала сбыта: канал нулевого уровня, одноуровневый канал и двухуровневый канал сбыта. Рассмотрим каждый канал сбыта ООО «Царь-каравай» подробнее.

На рисунке 3 представлен нулевой уровень канала сбыта ООО «Царь-каравай».

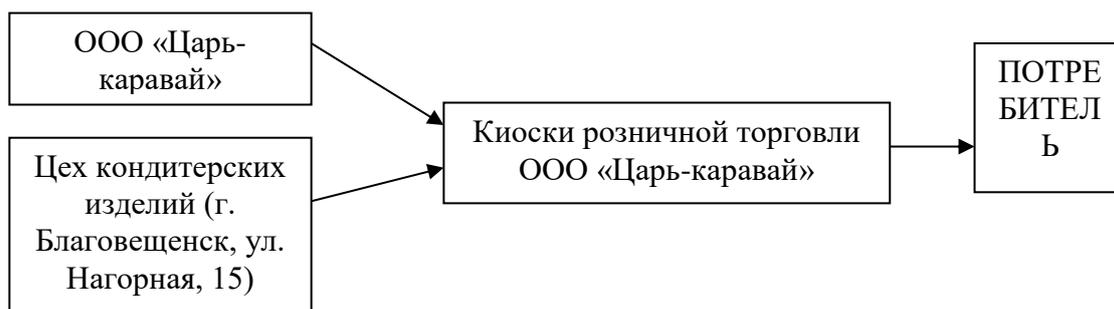


Рисунок 3 – Нулевой уровень канала сбыта ООО «Царь-каравай»

В настоящее время ООО «Царь-каравай» включает в себя деятельность пекарни (непосредственное производство хлебобулочных изделий), находящейся по адресу ул. Забурхановская, 94, производственного цеха кондитерских изделий (ул. Нагорная, 18), а также сети специализированных киосков по розничной реализации производимой продукции.

Продукция ООО «Царь-каравай» реализуется в г. Благовещенске и прилегающих к нему территориях, а также в близлежащих районах областного центра. Значительная часть выпускаемой продукции реализуется через сеть собственных специализированных киосков, а также через отдел розничных заказов цеха кондитерских изделий.

Таким образом, формируется нулевой канал распределения продукции ООО «Царь-каравай».

Рассмотрим *одноуровневый канал сбыта ООО «Царь-каравай»* (рисунок 4).

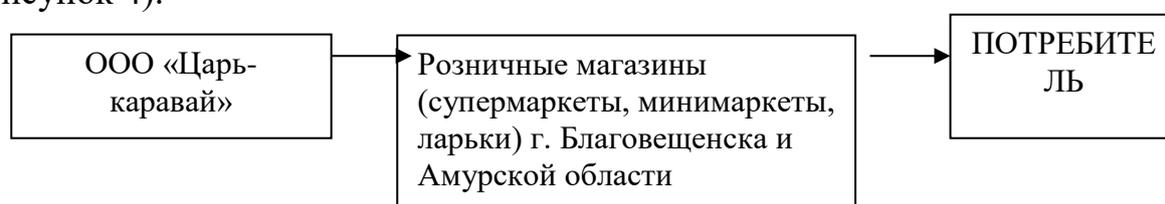


Рисунок 4 – Одноуровневый канал сбыта продукции ООО «Царь-каравай»

Как уже было отмечено, ООО «Царь-Каравай» использует три вида каналов сбыта: нулевой, одноуровневый и двухуровневый каналы сбыта. Рассмотрим объемы реализации продукции ООО «Царь-Каравай» на каждом виде канала сбыта (таблица 2).

Таблица 2 – Объемы реализации продукции ООО «Царь-Каравай» на различных видах канала сбыта

Наименование канала сбыта	Объем реализации, тыс.руб.			Темп роста, %	
	2012	2013	2014	2013 к 2012	2014 к 2013
Нулевой уровень канала сбыта	8520	10688	12231	125,45	114,44
Одноуровневый канал сбыта	6117	7277	9040	118,96	124,23

Двухуровневый канал сбыта	7209	4775	5318	66,24	111,37
Итого	21846	22740	26589	104,09	116,93

Анализ существующей системы сбыта продукции ООО «Царь-Каравай» позволил выявить следующие её недостатки:

- недостаточное оформление и обеспечение торговых точек POS-материалами;
- недостаточно проработанная система стимулирования посредников при сбыте продукции.

Учитывая взаимосвязь маркетинга и логистики в системе сбыта предприятия, можно предложить следующие направления совершенствования сбыта продукции ООО «Царь-Каравай»:

1) для повышения лояльности клиентов и стимулирования сбыта продукции ООО «Царь-Каравай» следует больше средств выделять на размещение POS-материалов в торговых точках, как собственных специализированных магазинах, так и в супермаркетах.

2) для повышения эффективности работы торговых представителей и экспедиторов по сбыту продукции ООО «Царь-Каравай» рекомендуется приобрести и ввести в действие автоматизированную систему «ST – Мобильная торговля» (рисунок 5).

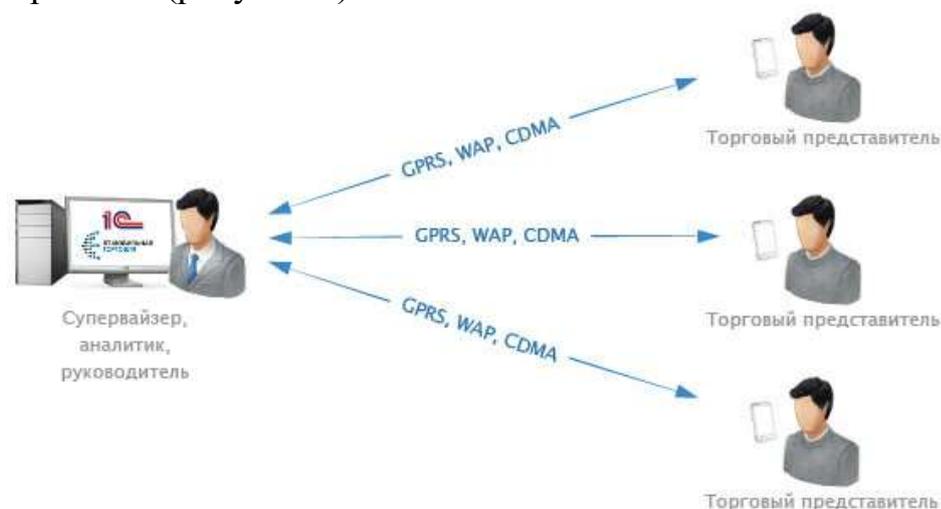


Рисунок 5 – ST-Мобильная торговля

«ST- Мобильная торговля» – это программно-аппаратный комплекс для автоматизации деятельности компаний, распространяющих свою продукцию через сеть независимых посредников.

Таблица 3 – Возможности «ST- Мобильная торговля»

Прямые продажи	Сбор предварительного заказа	Мерчендайзинг
Загрузка и дозагрузка товаров в автомобиль, инвентаризация остатков.	Сбор заказов (с учётом сложных цен, истории и кредитных ограничений). Отправка заказов в офис в	Мониторинг своих цен и цен конкурентов. Мониторинг выкладки (SKU, фейсинг) своего

Авторасчёт рекомендуемой отгрузки на основании остатков и истории продаж. Отгрузка с учётом истории и кредитных ограничений. Отгрузка с различными условиями оплаты (предоплата, оплата при отгрузке, отсроченный платеж). Оформление кассовых операций. Печать документов (модуль поддерживает встроенный и присоединённый сканеры штрихкодов). Возврат товара и упаковки. Обмен товарами на маршруте.

режиме реального времени. Онлайн резервирование товара на складе и получение актуальных остатков. Автоматический расчёт рекомендуемого заказа на основании остатков и истории продаж. Работа со сложными прайс-листами (с возможностью сегментирования). Оформление кассовых операций.

товара и товара конкурентов. Снятие остатков. Отгрузка торгового оборудования и POS-материалов. Фотоотчет, привязанный к визиту на системном уровне.

Для разработки фирменного дизайна и изготовления POS-материалов используются услуги РПК «Платина» (таблица 4).

Таблица 4 – Затраты на приобретение POS-материалов

Наименование рекламной продукции	Вид	Количество, шт.	Цена, руб./шт.	Стоимость, руб.
Шелфштокер		1000	30	30000
Штендер		3	15000	45000
Воблер		500	15	7500

				
Диспенсер		3	20000	60000
Стикеры		500	5	2500
Тротуарная графика		3	80	240
Разработка фирменного стиля, макетов		-	-	5000
Итого затрат				150240

Общая стоимость затрат на изготовление POS-материалов составила 150 240 рублей. При этом POS-материалы помогут обратить внимание посетителя на товар ООО «Царь-Каравай», развеять возможные сомнения и склонить потенциального покупателя к покупке. Использование POS-материалов позволит увеличить продажи предприятия на 5 %.

5. Прайс приобретения «ST-Мобильная Торговля» представлен в таблице

Таблица 5 – Затраты на приобретение «ST-Мобильная Торговля»

Наименование	Стоимость, рублей
ST-Мобильная торговля.	Бесплатно
Офисная часть	
ST – Мобильная торговля	5 000
Мобильная часть	
Ежемесячное обслуживание ПО	450
Итого затрат в год	10 400

Компания предлагает использовать бесплатную Демо-версию программного обеспечения «ST – Мобильная торговля» в течение 60 дней, используя весь функционал программы, поэтому общая стоимость использования программы с учетом бесплатного использования составляет 9 500 рублей.

Проведем расчет экономического эффекта от мероприятий, который характеризует стоимостную оценку результативности, проявляющуюся в росте значений основных экономических показателей деятельности.

Определим экономический эффект как разность прибыли от реализации продукции до и после внедрения мероприятий и по формуле:

$$\text{Ээ} = \Pi_1 - \Pi_0$$

где Ээ - экономический эффект, тыс. руб.

Π_1, Π_0 - прибыль от реализации продукции соответственно после и до внедрения мероприятия, тыс. руб.

Экономический эффект составит: $\Delta \text{Э} = 38965 - 32471 = 6494$ тыс. руб.

Таким образом, экономический эффект (абсолютное изменение) составил 6 494 тысяч рублей, то есть ООО «Царь-Каравай», реализуя предложенные мероприятия, получит дополнительную выручку в размере экономического эффекта.

Использованные источники:

1. Бурцев, В.В. Методические основы мониторинга системы сбыта готовой продукции / В. В. Бурцев // Маркетинг в России и за рубежом.- 2002.- № 4.- С. 54–68.
2. Виханский, О.С., Наумов, А.И. Менеджмент: учебник. – 3-е изд. / О.С. Виханский, А.И. Наумов. – М.: Экономистъ, 2005. – 528 с.: ил.
3. Гаджинский, А.М. Логистика: учебник / А.М. Гаджинский. – М.: Дацков и Ко, 2012. – 484 с.
4. Гильц, Н.Е. Методические подходы к мониторингу производственно-сбытовой деятельности промышленного предприятия / Н.Е. Гильц // Вестник Сибирского государственного аэрокосмического университета имени академика М. Ф. Решетнева. – 2006. - № 6. – С.412 – 416.
5. Грузинов, В.П., Грибов В.Д. Экономика предприятия: учебное пособие для вузов / В.П. Грузинов. - М.: Финансы и статистика, 2009. - 208 с.

Молибоженко Э. Ю.

студент 3го курса

Харченкова Г. И., к.техн.н.

доцент

Амурский государственный университет

Россия, г. Благовещенск

УПРАВЛЕНИЕ ЗАПАСАМИ МАТЕРИАЛЬНО ТЕХНИЧЕСКИХ РЕСУРСОВ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ОАО «АМУРСНАБСБЫТ»

В статье рассматриваются недостатки, связанные с эффективным управлением запасов материальных ресурсов торгового предприятия, а так же даются рекомендации по усовершенствованию управления материальными запасами торгового предприятия ОАО «Амурснабсбыт».

Ключевые слова: запасы, управление запасами, склад, товароборот, автоматизация, закупка товаров, неликвидные товары, товарные остатки, поставщики.

The article discusses the disadvantages associated with the effective management of stocks of material resources of the commercial enterprise, as well as recommendations for improving the inventory management of the trade enterprise JSC "Amurnabsbyt."

Key words: inventory, inventory management, warehouse, trade, automation, procurement of goods, non-liquid products, inventory, suppliers.

Материальные запасы – это находящиеся на разных стадиях производства и обращения продукция производственно – технического

назначения, изделия народного потребления и другие товары, ожидающие вступления в процесс личного или производственного потребления.

При управлении запасами в логистике к формированию и поддержанию запасов предъявляются следующие требования:

- Размер запаса должен быть достаточным для обеспечения непрерывности процессов производства и обращения, т.е. непрерывности потока товарно-материальных ценностей;

- Запас должен быть максимально сокращен, а его мобильность должна быть максимально высокой, так как это равнозначно сокращению издержек как в сфере производства, так и в сфере обращения;

- Издержки, связанные с обретением и хранением запасов, должны стремиться к минимуму, что должно обеспечить снижение потерь от иммобилизации оборотных средств в запасах;

Целью данной работы является разработка конкретных предложений по повышению эффективности управления запасами исследуемого предприятия.

ОАО «Амурснабсбыт» – это предприятие оптовой и розничной торговли, основная деятельность которого – обеспечение материальными ресурсами предприятий и учреждений. Это магазины со смешанным ассортиментом товаров, реализующие отдельные виды продовольственных и непродовольственных товаров.

Процесс товароснабжения предприятия осуществляется путем складской и транзитной формами. Складская форма товароснабжения позволяет предприятию заказывать товар, в нужном количестве исходя из спроса на них и товарных запасов. Товары завозятся сначала на склады оптовой базы, а затем в розничную торговлю. На складах осуществляется подсортировка и комплектование товаров. Склады находятся непосредственно на территории предприятия ОАО «Амурснабсбыт».

У предприятия имеется свой транспорт. Доставка товара от производителя осуществляется на собственном транспорте «Амурснабсбыт».

Сегодня у предприятия по области двадцать складов общей площадью двадцать четыре тысячи квадратных метров, три железнодорожных тупика, оснащенных подъемно – транспортными механизмами, специальным автотранспортом.

У предприятия 2 формы перевозки:

- Перевозки железнодорожным транспортом;
- Перевозки автотранспортом.

Транспортные средства выбираются по следующим критериям:

- Затраты на перевозку (минимум затрат)
- Время перевозки (короткий срок);
- Обеспечение сохранности товара.

Для того, что бы построить оптимальную систему управления запасами, предприятию необходимо провести анализ состояния и эффективности их использования.

Проведение анализа состояния запасов состоит том, что бы определить

причины и последствия изменения запасов, скорости их обращения, а так же повысить эффективность их использования.

Для того, чтобы определить как влияют товарные запасы на товарооборот проанализируем данные о движении товаров за 2014 – 2015 годы, представленные в таблице 2.

Таблица 2 – Данные о движении товаров за 2014 – 2015 годы

Показатели Тыс. руб.	2013 год	2014 год	Абсолютное отклонение руб.	Относительное отклонение %
Количество товара на начало года	4897,4	8307,7	3410,3	169,6
Поступило товаров	42564,4	39000,0	-3564,4	91,6
Количество товара на конец года	8307,7	6077,7	-2230	73,2
Реализовано товаров	39154,1	41230,0	2075,9	105,3
Среднегодовые остатки товарных запасов	6602,5	7192,7	590,2	109

Исходя из данных таблицы можно сделать вывод о том, что среднегодовые запасы в 2015 году по сравнению с 2014 годом увеличились на 590,2 тыс. руб., что составляет 9 %.

Объем товарооборота вырос на 5,3 % или на 2075,9 тыс. руб. Факторами, побудившими рост товарооборота, является увеличение товарных запасов на начало года (+3410,3 тыс. руб.). Также возможности увеличения товарооборота были повышены за счет снижения остатков на конец года (– 2230 тыс. руб.).

Для увеличения товарооборачиваемости необходимо довести имеющиеся в настоящий момент товарные запасы до оптимального уровня за счет равномерного и частого завоза товаров. Оптимальной в данном случае является величина запасов, которые действительно пользуются спросом, и в ближайшее время будут реализованы.

Ассортиментный перечень товаров текстильно-швейного отдела ОАО «Амурснабсбыт» содержит 9 ассортиментных групп товаров:

- 1 Ткани;
- 2 Обувь;
- 3 Детский трикотаж;
- 4 Взрослый трикотаж;
- 5 Спецодежда;
- 6 Матрацы, одеяла, подушки;
- 7 Постельные принадлежности;
- 8 Школьная форма;
- 9 Минеральная вода.

Учитывая специфику данного товара и то, что производители и поставщики находятся в разных точках Российской Федерации, завоз на складские базы осуществляется не часто, а по мере потребности магазина в

данных категориях товара, а так же крупными партиями. Это способствует тому, что в случае нерегулярного спроса или его отсутствия на полках магазина а так же на складе товар залеживается и становится неликвидным. Так же очень часто происходит ситуация дефицита товара, который возникает в результате чрезмерного спроса на товары.

Также в результате сезонного спроса возникает потребность в формировании запасов особой категории, например такой категории товаров как школьная форма, обувь.

Такие товары, как трикотаж (взрослый и детский), спецодежда, обладают колеблющимся спросом. На формирование запасов данной категории товаров стоит обращать больше внимания и тщательно планировать уровень запаса.

Исходя из проведенного анализа состояния товарных запасов текстильно-швейного отдела, можно выделить такую проблему, как скопление большого количества нереализованной продукции на складе на конец года. Организация терпит убытки на содержание складских помещений.

Особому контролю и ревизии должны подвергаться залежалые и неходовые запасы.

Причинами образования неликвидных, т.е не реализованных товаров являются:

- 1 снижение спроса в связи с усилением позиции конкурентов;
- 2 снижение спроса в связи с изменениями предпочтений потребителей;
- 3 ошибочные закупки излишнего количества товара;
- 4 закупки устаревших товаров.

Показатели оборачиваемости товарных запасов имеют отрицательную тенденцию, что говорит о неоптимальной структуре запасов.

Система управления запасами ОАО «Амурснабсбыт» обладает рядом слабых мест, нуждающихся в преобразовании. Наиболее существенным недостатком является недостаточная автоматизация процессов осуществления заказов и контроля запасов. Магазинам сети приходится генерировать заказ вручную, в результате чего это приводит к проявлению ошибок, связанных с ручным вводом данных, а так же к отсутствию возможности прогнозирования потребности по торговым точкам.

Таким образом, для решения данных недостатков должна быть осуществлена автоматизация системы управления запасами.

Необходима модернизация торгового оборудования, эксплуатируемого в магазинах сети, развитие складской сети и складского оборудования, что бы оптимизировать используемые ресурсы.

Выявив основные недостатки системы управления запасами, необходимо в дальнейшем провести исследование, направленное на разработку предложений по сглаживанию проблем, влияющих на эффективность работы системы, и способствующих ее совершенствованию.

Для уменьшения накладных расходов, связанных с хранением

продукции необходимо уметь грамотно прогнозировать запасы, находить их оптимальный уровень. Это позволит организации сбывать поставляемые партии товаров вовремя и не хранить неликвидные товары.

Для более эффективной складской деятельности предприятие должно обладать реальной и постоянно обновляющейся информацией о том, как товар продается, отслеживать его оборачиваемость, а так же учитывать условия работы по данному товару с поставщиком.

На сегодняшний день существует много информационных разработок в области управления запасами.

Наиболее значимой и эффективной для решения данной проблемы является программа Deductor ISO. Она не имеет недостатков со стороны работы программы, но требует больших усилий для обучения и подготовки персонала к работе с данной программой.

Аналитическая платформа Deductor Inventory Stock Optimization (Deductor ISO) сделана в России компанией BaseGroup Labs.

BaseGroup Labs — профессиональный поставщик программных продуктов и решений в области анализа данных, специализирующийся на разработке систем для глубокого анализа данных, охватывающих вопросы сбора, интеграции, очистки данных, построения моделей и визуализации.

Данная программа позволяет автоматизировать процесс оптимизации складских запасов:

- прогноз спроса;
- расчет оптимально страхового запаса;

Цель работы Deductor ISO – формирование и поддержание величины складских запасов на таком уровне, который позволит обеспечить бесперебойную торговлю каждой позицией при минимальных накладных расходах, за счет оптимизации закупки товаров.

Для снижения трудоемкости процесса прогнозирования лучше всего строить для каждой группы или товара несколько моделей, а затем автоматически выбирать из них лучшую на основе четкого критерия оптимальности.

Результаты внедрения Deductor ISO представлены на рисунке 1.



Рисунок 1 – Оценка эффективности оптимизации

На рисунке 1 показано, что при использовании данной программы складские остатки должны уменьшиться и реализация товара должна стать стабильнее, нежели до внедрения оптимизации, при которой наблюдается явное колебание складских остатков.

Стоимость внедрения системы управления запасами Deductor ISO представлена в таблице 3.

Таблица 3 – Стоимость внедрения системы управления запасами Deductor ISO

Наименование	Описание	Стоимость, рублей
Deductor Enterprise	Аналитическая платформа, годовая подписка на автоматическое сопровождение	618950
Ввод в эксплуатацию	Адаптация модели на данных заказчика, консультации аналитика при работе с решением	320000
Решение по прогнозированию и планированию	Готовое решение для автоматизации процессов ассортиментного планирования, прогнозирования товарного запаса, формирование рекомендаций по текущему заказу товара	625000
Обучение	Обычный тренинг по работе с решением для сотрудников	90000
Итого		1653950

Исходя из данных таблицы 7 можно видеть, что полная сумма инвестиционных вложений в данный проект составит 1653950 руб.

Полностью данный проект будет внедрен в организацию за 3-4 месяца.

По данным независимых информационных агентств, при правильном, тщательно спланированном внедрении, компании могут добиться действительно значительных результатов, а именно:

- 1 Экономия оборотных средств на 2 %;
- 2 Уменьшение цикла реализации на 25 %;
- 3 Снижение коммерческих затрат на 5 %;
- 4 Снижение страхового уровня складских запасов на 20 %;
- 5 Увеличение оборачиваемости товарных запасов на 30 %.

Разработчики программы утверждают, что в результате ее использования произойдет увеличение прибыли на 20 %.

Использованные источники:

1. Владимирова, Л.П. Прогнозирование и планирование в условиях рынка. учебное пособие / Л. П. Владимирова. – М, 2010. – 248 с.
2. Стерлигова, А. Н. управление запасами в цепях поставок / А. Н. Стерлигова. – М, 2009. – 428 с.
3. Лаборатория цифровых технологий [Электронный ресурс]. – Режим доступа :

Монгуш О.Н., к.э.н.

доцент

кафедра «Экономика и менеджмент»

Тувинский государственный университет

Кызыл-оол Х.С.

студент 2 курса

Экономический факультет

Россия, г. Кызыл

ОСОБЕННОСТИ НАЦИОНАЛЬНОГО ИТ – РЕКРУТМЕНТА

Интерес к it-образованию возрастает в нашей стране с каждым годом все больше. Профессия it-специалиста является прежде всего профессией умственного труда, связанного с приемом информации и ее переработкой. В такой работе очень важен результат интеллектуальных размышлений it-специалиста. Но и не стоит исключать физический труд в этой профессии.

Что же именно входит в трудовые обязанности it-специалиста? Для начала, it-специалист проверяет рабочее место у сотрудника предприятия, а именно, его персональный компьютер. It-специалист должен проконтролировать устранение всех неисправностей в программном обеспечении техники офиса и, если потребуется, предложить генеральному директору предприятия более усовершенствованную аппаратуру. It-специалист также руководит работой подчиненного ему персонала, разрабатывает инструкции для дальнейшей работы с программами и

оформляет всю необходимую техническую документацию.

Следует учитывать, что для того чтобы стать it-специалистом, не обязательно иметь высшее профессиональное образование. Для этой профессии достаточно будет получить диплом о среднем профессиональном образовании или же окончить специализированные в этой области курсы. В настоящее время, практически в каждом городе нашей страны есть множество учебных заведений, специализирующихся на обучении данной специальности.

Компьютерная графика и дизайн, сетевые технологии и системное администрирование, разработка программного обеспечения - это и есть it образование. Каждый из перечисленных видов дает студенту необходимые теоретические основы и практические навыки для работы с профессиональным инструментом. Студенты, получившие it-образование, становятся полноценными специалистами в своей отрасли и могут сразу же приступать к работе.

IT-образование подойдет абсолютно любому полу. Очень важен аналитический склад ума, так как с его помощью it-специалист сможет проводить сложнейшие операции и более уверенно работать с вычислительной техникой. It-специалисту пригодятся следующие качества: выдержанность, спокойствие, дипломатичность, общительность, а именно, умение работать в команде, умение работать с поставщиками и умение вести переговоры. It-специалист должен всегда делиться знаниями и уметь слушать других.

Заработная плата it-специалиста зависит напрямую от уровня его профессиональных знаний. В некоторых компаниях, заработная плата it-специалиста бывает намного выше, чем у топовых менеджеров. Во многих компаниях предоставляется не только стандартный социальный пакет, но и гибкий график работы.

В профессии it-специалиста есть также возможность карьерного роста. Если начинающий специалист поставит себе конкретную цель, то он вполне реально сможет занять более высокую должность в данной сфере.

Оценка текущего состояния рынков IT-специалистов и телекоммуникаций.

Одна из ключевых проблем, которая тормозит развитие рынка высоких технологий, - это несбалансированность кадрового рынка. С одной стороны, тотальный дефицит профессионалов и ежеквартальный рост зарплат, с другой – избыток специалистов начального уровня квалификации.

Тенденция повышенного спроса на высококвалифицированные ИТ-кадры в этом году достигла пика. Кадровый рынок «перегрет». Спрос в несколько раз превышает предложение, и мы наблюдаем рост амбиций у ИТ-специалистов.

Использованные источники:

1. Журнал «Управление персоналом»

*Монгуш О. Н., к.э.н.
доцент
кафедра «Экономика и менеджмент»
Тувинский государственный университет
Соян А. Ч.
студент 2 курса
экономический факультет
Мамедова Ч. М.
студент 2 курса
экономический факультет
Россия, г. Кызыл*

АНАЛИЗ СТИЛЯ РУКОВОДСТВА НА ПРИМЕРЕ ГУП «ТЫВАМОЛОКО»

В статье рассматривается проблема развития и совершенствования стиля руководства фирмой.

Ключевые слова: стиль руководства, руководитель, управленческие решения, коллектив, подчиненные.

Организация – сложный организм. В нем переплетаются и уживаются интересы личности и групп, стимулы и ограничения, жесткая технология и инновации. Безусловная дисциплина и свободное творчество, нормативные требования и неформальные инициативы. У организаций есть свой облик, культура, традиции и репутация. Они уверенно развиваются, когда имеют обоснованную стратегию и эффективно используют ресурсы. Они перестраиваются, когда перестают отвечать избранным целям. Они погибают, когда оказываются неспособными выполнять свои задачи. Не понимая сущности организаций и закономерностей их развития, нельзя ни управлять ими, ни эффективно использовать их потенциал, ни осваивать современные технологии их деятельности [1].

За новое десятилетие в РФ случились внезапные изменения, как в общественно-политической жизни, так и экономическом укладе государства. В замену прошлым механизмам хозяйствования и управления подошли новые, рыночные, что значительно поменяли деятельность управляющих и учреждений.

В данных обстоятельствах прослеживается не только формирование новой значимости управленца-менеджера, но и формирование других отношений в организации среди её членами. Современный бизнес и руководство неосуществимы без категории людей, трудящихся на руководителя-управленца и связанных общими ценностями учреждения.

Стиль управляющего и расположение к руководителю подчиненных взаимосвязаны. Очевидно, что результативность управления небольшими и крупными группами в значительном находится в зависимости с стиля управления и, равно как результат, с отношений к нему подчиненных. С иной стороны, стиль руководства оказывает большое влияние в организационный климат. Таким образом, проблема развития и совершенствования стиля

руководства является весьма актуальной для Российской Федерации. Целью данной работы является рассмотрение совершенствования стиля руководства ГУП «Тывамолоко».

История исследований стилей руководства берет свое начало с экспериментов, выполненных в конце тридцатых – начале сороковых гг. в школе К. Левина, который в результате анализа проведенных исследований выделил три «классических» стиля руководства: авторитарный, демократический, попустительский. Важнейшим общим основанием выделения этих стилей послужил характер принятия управленческих решений и отношение руководителя к подчиненным.

Специалисты по психологии школы К. Левина Р.К. Вите и Р. Липпет, развивая классическую теорию стилей руководства, отразили их важнейшие отличительные черты по ряду критериев. И эту характеристику они представили в виде таблицы. Таким образом, каждый из трех классических стилей руководства получил критериальные проявления, имеющие вполне определенный набор характеристик.

Стиль руководства является одним из основных понятий в управленческой деятельности. Под ним подразумевается способ или система способов, с помощью которых руководитель воздействует на своих подчинённых с целью успешного выполнения своих функций и успешной работы организации. Один из важнейших факторов эффективной работы организации, полной реализации потенциальных возможностей людей и коллектива.

Большинство исследователей выделяют следующие стили руководства:

1. Авторитарный стиль;
2. Демократический стиль;
3. Либеральный стиль.

Авторитарный стиль управления характеризуется огромной централизацией управления, доминированием единоначалия. Управляющий потребует, для того чтобы об абсолютно всех процессах доносили непосредственно ему, лично берёт на себя постановления либо откладывает их. К суждению коллектива никак не вслушивается, за коллектив всё решает сам. Доминирующими способами управления считаются указы, санкции, критические замечания, укоры, лишение разных льгот. Надзор весьма серьезный, подробный, забирающий подвластных инициатив. Круг интересов процесса устанавливаются существенно больше заинтересованностей людей, в общении доминируют острота и дерзость. Властный образ управления негативно сказывается в нравственно-психическом климате, проводит к внушительному уменьшению предприимчивости, самоконтроля и ответственности сотрудников.

Демократический стиль управления характеризуется распределением возможностей, инициативы и ответственности среди управляющим и заместителями, управляющим и подвластными. Управляющий демократической манеры постоянно устанавливает суждение группы

согласно значимым производственным проблемам, берёт на себя коллегиальные постановления. Постоянно и вовремя ведётся уведомление членов группы согласно их проблемам. Взаимодействие с подчинёнными протекает в форме просьб, пожеланий, советов, рекомендаций, поощрений за высококачественную и оперативную службу, дружелюбно и корректно; по необходимости используются указы. Управляющий стимулирует положительный общепсихологический фон в коллективе, защищает круг интересов подвластных.

Либеральный стиль управления характеризуется отсутствием интенсивного роли управляющего в управлении коллективом. Такого рода управляющий «плышет согласно движению», ожидает либо потребует предписаний сверху либо оказывается около воздействия коллектива. Любит никак не искушать судьбу, «никак не выбиваться», уваливает с дозволения спешных столкновений, старается сократить собственную индивидуальную обязанность. Работу пускает на самотек, нечасто осуществляет контроль над ней. Такого рода образ управления преимущественен в креативных коллективах, в каком месте работники различаются самодостаточностью и созидательной особенностью.

Не существует «плохих» или «хороших» стилей управления. Определенная обстановка, тип работы, индивидуальные характерные черты подвластных и др. условия обуславливают наилучшее соответствие любого стиля и важнейший образ управления. Исследование практики управления организациями показывает, что в труде успешного управляющего в той или иного уровня имеется любой из 3-х манер управления.

Несмотря на часто встречаемые стандарты, важнейший образ управления почти никак не зависит от пола. (Некоторые думают, что женщины-руководители более мягки и ориентированы в первую очередь на поддержание хороших отношений с деловыми партнерами, в то время как мужчины-руководители более агрессивны и ориентированы на конечный результат). Факторами распределения стилей управления точнее могут являться индивидуальные характерные черты и темперамент, а не половые свойства. Эффективные топ-менеджеры — и представители сильного пола, и представительницы слабого пола — никак не считаются сторонниками только лишь одного стиля. Как правило, они подсознательно либо абсолютно сознательно сочетают разные стратегии управления.

ГУП «Тывамолоко» является коммерческой организацией и находится в ведомственном подчинении Министерства сельского хозяйства и природопользования РТ, координирует и регулирует деятельность предприятия. Функции учредителя осуществляет государственный комитет Республики Тыва по управлению государственным имуществом. Предприятие осуществляет в установленном законодательством Российской Федерации и Республики Тыва порядке следующие основные виды деятельности: переработка молока, выработка молочной продукции, производство продуктов питания и товаров народного хозяйства,

выращивание скота, кормов, зерновых, овощей, производство работ и оказание услуг населению, производство безалкогольных напитков, торгово-коммерческая деятельность и посредническая деятельность.

ГУП «Тывамолоко» состоит из руководителя, двух инженеров, бухгалтеров-экономистов и 23 подчиненных. Руководитель занят текущей работой, уделяет большее внимание по обеспечиванию эффективной, устойчивой хозяйственно-финансовой деятельности предприятия, повышения прибыли, производительности и качества, а также недостаточное внимание по общению со своими подчиненными. Его круг общения ограничивается менеджерами производственного отдела, другие сотрудники в дискуссиях практически не участвуют. Руководитель полагает, что считается крайне знающим профессионалом, и крайне уютно ощущает себе в операционной значимости. Работники отделения в первую очередь, дают оценку себе равно как крайне способных специалистов, стремящихся осуществлять содействие в работы отделения и демонстрировать инициативу.

Итак, если говорить о руководителе предприятия хотелось бы отметить, что руководитель отделения применяет авторитарный стиль управления, данный образ был описан в теоретической части работы. У этого стиля имеются сильные и слабые стороны, однако в данном случае следовать тому, что одним стилем руководства руководить невыгодно, так как человеческие ресурсы будут использованы не полностью. Наилучшим выходом с утверждения станет компиляция демократического и авторитарного стилей руководства. Комбинирования данных стилей управления приведет к улучшению взаимосвязей между руководителем и подвластными.

Таким образом, правильно подобранный стиль руководства – залог успешного ведения бизнеса, кроме того, это уверенность в себе, в других и, самое главное, в завтрашний день. Очень часто встречаются руководители, которые даже не знают, как управлять коллективом или отдельными сотрудниками. Это самая большая ошибка в управлении, так как в такой ситуации возникает хаос, и организация просто распадается.

Использованные источники:

1. Менеджмент: учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению «Экономика и управление»/ под редакцией М.М. Максимцова, М.А. Комарова.- 4-е изд., перераб. и доп.-М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015.-343 с.
2. Теория организации. Сборник студенческих работ/ отв. редактор, д-р экон. Гаук, проф. Куянцев И. А. М.:Студенческая наука, 2012. – 1897 с.
3. [Электронный источник] – URL: <http://biblioclub.ru/index.php> (дата обращения:: 27.05.2016).

*Монгуш О.Н., к.э.н.
доцент
кафедра «Экономика и менеджмент»
Тувинский Государственный Университет
Дупчур Ч.И.
студент, 2 курс
экономический факультет
Тулуш С.О.
студент, 2 курс
экономический факультет
Россия, г. Кызыл*

РОЛЬ САМОУПРАВЛЕНИЯ В УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Аннотация. *В статье рассматривается роль и место самоуправления в управленческой деятельности предприятия. Приводятся основные формы самоуправления, а также проблемы развития самоуправления в организации.*

Ключевые слова: *самоуправление, принятие решений, демократизация управления, соуправление, внутренний рабочий контроль.*

Развитие организации предусматривает создание благоприятных условий для реализации возможностей сотрудников. Такие условия возможны в том случае, когда трудовые коллективы организации, вместе с высокой ответственностью, наделяются также самостоятельностью и свободой выбора наиболее нужных для конкретной ситуации действий. Данная самостоятельность в управленческой деятельности характерна для формы демократического управления - самоуправления.

Самоуправление представляет собой демократизацию управления, которая дает возможность сотрудникам в различных формах участвовать в процессе обсуждения и принятия решений. Полностью самоуправляемой является система, которая не имеет над собой руководящего органа управления. Примером может служить частная фирма. А элементы фирмы такие, как отделы являются частично самоуправляемыми подсистемами внутри фирмы. Степень частичной самоуправляемости определяется мерой централизации или децентрализации в организационной структуре предприятия.

Самоуправление совмещает в себе не только труд, но и частичное управление и благодаря этому складывается новый тип социально-экономических отношений между сотрудниками в процессе их совместной трудовой деятельности по поводу управления. Такие отношения условно можно назвать подходом «снизу».[1, с. 107]

Примером подобных преобразований «снизу» являются хозрасчетные бригады, подрядные и арендные коллективы. Именно на этом — низшем уровне самоуправления вырабатываются те направления и способы его дальнейшего развития, которые могут быть распространены и на более «высокие» ступени управления.

При этом самоуправление рассматривается не как антипод планомерности, а как реальное средство вовлечения в управленческую деятельность не только большого числа работников, но и всех уровней управления организацией. Следует отметить, что самоуправление предусматривает не только участие самостоятельном принятии коллективом тех или иных решений, но и их обязательное выполнение его членами. Имеется в виду, что каждый член коллектива несет личную ответственность за выполнение решений.

В зависимости от формы и уровня производственной демократии можно выделить [1, с. 109]:

- соучастие в управлении — право работников на получение информации о функционировании фирмы, на выражение своего мнения, на привлечение самих себя к управлению фирмой с правом совещательного голоса;
- соуправление — право на участие в обсуждении управленческих решений; наложение «вето» на отдельные постановления; право самостоятельного решения некоторых вопросов производственного характера;
- внутренний (рабочий) контроль — право контроля за деятельностью аппарата управления с правом «вето», без прямого привлечения работников к управлению делами фирмы;
- самоуправление — право на прямое самоуправление предприятием по главным направлениям на основе принципа «один человек — один голос» и на косвенное через избранных представителей. В таком случае, объектом управления становится общее собрание работников предприятия.

В условиях самоуправления труд соединяется с управлением через отношения собственности. Так как экономической формой их реализации является полный хозрасчет, то более благоприятные условия для развития самоуправления складываются на нижнем уровне, где хозрасчетные отношения проявляются наиболее значимо. Развитие и внедрение полного хозрасчета и самофинансирования подводят прочный экономический фундамент под процессы самоуправления и демократизации всей деятельности коллектива предприятия.

Тем не менее, коллективное самоуправление может развиваться с большим трудом. Общими причинами такого торможения могут являться прижитые старые методы руководства, сильная централизация управления и т.п. Помимо общих причин можно выделить и причины внутри самих трудовых коллективов. Прежде всего, это такие причины, как различная квалификация работников, конфликтность, степень профессиональной пригодности, безразличное отношение к управленческой деятельности. Кроме того, на практике сложно определить соотношение между самостоятельностью и самоуправлением. Данные понятия не тождественны.

Термином «самостоятельность» может неоднозначно трактоваться. Так, в преобладающем большинстве случаев расширение самостоятельности в определенных ее формах означало усиление экономической власти администрации на разных уровнях, а не развитие самоуправления. Это одно из основных противоречий самоуправления в организации.

Анализ участия работников в управлении коллективом показывает, что одна их часть занимается управлением активно, а другая — пассивно. Это объясняется не только степенью заинтересованности работников, но и их неравным «доступом» к управленческой деятельности из-за различий в компетентности, предполагающей, кроме профессиональных качеств, и информированность членов трудового коллектива о течении производственного процесса. Не имея достаточного количества информации, трудовой коллектив или отдельные его члены лишены возможности не только принимать управленческие решения, но и участвовать в их обсуждении и подготовке.

Таким образом, развивающиеся рыночные отношения способствуют развитию и совершенствованию самоуправления, так как личный экономический интерес каждого участника трудового процесса зависит от эффективности управления предприятием в целом. Задачи демократизации и самоуправления являются одним из способов эффективного и качественного менеджмента внутри предприятия.

Использованные источники:

1. Основы менеджмента : учеб. Пособие / Н.И. Кибушкин. – 11-е изд., испр. – М. : Новое знание, 2009. – 336 с.
2. Менеджмент: учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению «Экономика и управление»/ под редакцией М.М. Максимцова, М.А. Комарова.- 4-е изд., перераб. и доп.-М.:ЮНИТИ- ДАНА, 2015.-343 с.
3. [Электронный источник] – URL: <http://www.intuit.ru/studies/courses/639/495/lecture/11222> (дата обращения: 07.06.2016).

*Монгуш О.Н., к.э.н.
доцент
кафедра «Экономики и менеджмент»
Тувинский государственный университет
Белек Э.Л.
студент 2 курса
экономический факультет
Сам А.В.
студент 2 курса
экономический факультет
Россия, г. Кызыл*

УПРАВЛЕНИЕ ДЕНЕЖНЫМИ ПОТОКАМИ

Проблема управления денежными потоками предприятия является наиболее актуальной, в связи с этим необходимо создание такой системы управления потоками денежных средств, которая охватывала бы основные аспекты управления деятельностью предприятия: управление товарно-материальными запасами, внеоборотными активами, дебиторской и кредиторской задолженностью, собственным капиталом, кредитами банка.

Система управления денежными потоками на предприятии представляет собой совокупность методов, инструментов и специфических приемов целенаправленного, непрерывного воздействия со стороны финансовой службы предприятия на движение денежных средств для достижения поставленной цели.

Объектом управления в рассматриваемой системе являются денежные потоки предприятия, связанные с осуществлением различных хозяйственных и финансовых операций, а субъектом управления выступает финансовая служба, состав и численность которой зависит от размера, структуры предприятия, количества операций, направлений деятельности и других факторов:

1. В малых предприятиях главный бухгалтер часто совмещает функции начальника финансового и планового отделов.

2. В средних — выделяются бухгалтерия, отдел финансового планирования и оперативного управления.

3. В крупных компаниях структура финансовой службы существенно расширяется — под общим руководством финансового директора находятся бухгалтерия, отделы финансового планирования и оперативного управления, а также аналитический отдел, отдел ценных бумаг и валют.

К элементам системы управления денежными потоками относятся финансовые методы и инструменты, нормативно-правовое, информационное и программное обеспечения:

- среди финансовых методов, оказывающих непосредственное воздействие динамику и структуру денежных потоков предприятия, можно выделить систему расчетов с дебиторами и кредиторами; взаимоотношения с учредителями (акционерами), контрагентами, государственными органами;

кредитование; финансирование; фондообразование; инвестирование; страхование; налогообложение; факторинг и др.; -

финансовые инструменты объединяют деньги, кредиты, налоги, формы расчетов, инвестиции, цены, векселя и другие инструменты фондового рынка, нормы амортизации, дивиденды, депозиты и прочие инструменты, состав которых определяется особенностями организации финансов на предприятии;

- нормативно-правовое обеспечение предприятия состоит из системы государственных законодательно-нормативных актов, установленных норм и нормативов, устава хозяйствующего субъекта, внутренних приказов и распоряжений, договорной базы.

- в современных условиях необходимым условием успеха бизнеса является своевременное получение информации и оперативное реагирование на нее, поэтому важным элементом управления денежными потоками предприятия является внутрифирменная информация.

- использование прикладных бухгалтерских программ обеспечивает финансового менеджера учетной и часто аналитической информацией, поэтому к выбору таких программ нужно подходить осторожно, выбирая такой программный продукт, который наиболее полно удовлетворял бы требованиям надежности, достоверности и прозрачности информации, гибкости в настройках под особенности бизнеса предприятия, а также соответствовал бы действующему законодательству.

Составляющими управления денежными потоками являются:

- учет движения денежных средств;
- анализ потоков денежной наличности;
- составление бюджета движения денежных средств;
- контроль за использованием бюджета движения денежных средств[2].

Процесс управления денежными потоками предприятия охватывает основные направления его деятельности, включая управление собственным и заемным капиталом, оборотными и внеоборотными активами. Перед тем как приступить к осуществлению процесса управления денежными потоками необходимо изучение факторов, оказывающих влияние на их объемы и характер формирования во времени.

В системе внутренних факторов основное значение имеют следующие:

1. Жизненный цикл предприятия. На разных стадиях этого цикла формируются не только разные объемы денежных потоков, но и их виды (по структуре источников формирования притока денежных средств и направлений использования оттока денежных средств) [1].

2. Продолжительность операционного цикла. Данный фактор характеризуется следующей зависимостью. Чем короче продолжительность указанного цикла, тем больше оборотов совершают денежные средства, инвестированные в оборотные активы, и, следовательно, тем больше объем и выше интенсивность как притока, так и оттока денежных средств

предприятия [5].

3. Сезонность производства и реализации продукции. Исходя из источников возникновения данного фактора (сезонные условия производства, сезонные особенности спроса) можно было бы его назвать внешним, однако технологический прогресс дает возможность предприятию непосредственно воздействовать на интенсивность его проявления. Рассматриваемый фактор существенно влияет на формирование денежных потоков предприятия во времени, определяя ликвидность этих потоков в течение отдельных промежутков времени.

4. Неотложность инвестиционных программ. В зависимости от ее степени определяется потребность в объеме соответствующего отрицательного денежного потока при одновременном увеличении необходимости формирования положительного денежного потока. Данный фактор значительно влияет как на объемы денежных потоков предприятия, так и на характер их протекания во времени.

5. Амортизационная политика предприятия. В зависимости от используемых предприятием методов амортизации основных средств, а также сроков амортизации нематериальных активов меняется интенсивность амортизационных потоков, которые денежными средствами непосредственно не обслуживаются. Это приводит к ошибочному мнению, что амортизационные потоки не связаны с денежными. К тому же, амортизационные потоки — их объем и интенсивность, — являясь самостоятельным элементом формирования цены продукции, значительно влияют на объем положительного денежного потока предприятия в составе главной его составляющей — поступлении денежных средств от реализации продукции [2]. Амортизационная политика предприятия влияет на формирование его чистого денежного потока.

6. Коэффициент операционного левериджа. От данного фактора зависят пропорции темпов изменения объема чистого денежного потока и объема реализации продукции.

Таким образом, при построении системы управления денежными потоками предприятия необходимо учитывать основные факторы, оказывающие влияние на движение денежных средств. Среди этих факторов различают внешние и внутренние. Их учет дает возможность значительно повысить эффективность политики предприятия по оптимизации денежных потоков.

Использованные источники:

1. Бланк И. А. Управление денежными потоками: Учебник. — Киев: Ника-Центр, 2013.
2. Ковалев В. В. Управление денежными потоками, прибылью и рентабельностью: учебно-практ. Пособие. — М.: ТК Велби, Издательство «Проспект», 2013.
3. Морозко Н. И. Финансовый менеджмент. — М.: Минфин РФ, Всероссийская государственная налоговая академия, 2012.

4. Селезнева Н. Н., Ионова А. Ф. Финансовый анализ. Управление финансами: Учебное пособие для вузов. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.
5. Шеремет А. Д. Комплексный анализ хозяйственной деятельности: Учебник. — М.: ИНФРА-М, 2013.

*Монгуш О.Н., к.э.н.
доцент
кафедра «Экономика и менеджмент»
Тувинский государственный университет
Думанян В.Е.
студент 2 курса
экономический факультет
Могедир Д.М-Н.
студент 2 курса
экономический факультет
Россия, г. Кызыл*

ИТ В СОВРЕМЕННОМ УПРАВЛЕНИИ

В современном менеджменте информационные технологии играют очень большую роль в развитии предприятия. Так под информационными технологиями (ИТ) подразумеваются компьютерные технологии, глобальные всемирные сети для хранения и обмена информацией. ИТ в настоящее время в основном имеют отношение к компьютерным технологиям, программным обеспечением для хранения, преобразования и защиты информации.

Информационная технология предполагает умение грамотно работать с информацией и вычислительной техникой. ИТ требуют сложной подготовки, больших первоначальных затрат и наукоемкой техники. Их введение должно начинаться с создания математического обеспечения, формирования информационных потоков в системах подготовки специалистов. ИТ позволяют оптимизировать разнообразные информационные процессы, начиная от подготовки и издания печатной продукции и заканчивая информационным моделированием и прогнозированием глобальных процессов развития природы и общества.

Начало развития ИТ происходит с 1960-х годов, вместе с появлением и развитием первых информационных систем (ИС). Отметим, что инвестиции в инфраструктуру и сервисы интернета вызвали бурный рост отрасли ИТ в конце 1990-х годов, который продолжается и в настоящее время²².

Отличительная черта нынешнего развития мировой экономики — колоссальные успехи и достижения в области техники и технологии, развитие наукоемких производств.

Управленец любого уровня, принимая решения, обосновывается только на доступной ему информации о предмете управления, следовательно, от

²² Информационные технологии в МИТСО [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.webuniver.by>. — Дата доступа: 28.05.2016.

качественных данных этой информации, таких, как адекватность, достаточность, точность, оперативность, логичность и т. п., зависит результативность его деятельность.

Применяемые в компании ИТ поддерживают реализацию этих или же других решений менеджеров. Но, в свою очередь, новейшие системы и технологии устанавливают собственные характерные условия ведения бизнеса. Но в целом окончательное решение принимает лично менеджер. Собственно по этой причине он должен владеть необходимыми знаниями для того, чтобы реализовывать общее управление процессом применения и развития информационных технологий в компании и понимать, когда необходимы дополнительные затраты ресурсов в данной сфере либо помощь сторонних специалистов²³.

Менеджеру как специалисту требуется осуществлять решения в обстоятельствах большой неопределенности: инфляция, нестабильный валютный курс, а кроме того конкуренция. Перед менеджером регулярно стоит проблема «что будет, если?». В связи с этим, новейшие возможности ИС очень быстро начинают находить применение в бизнесе. С увеличением технической мощи ИТ, компьютеры начали не только лишь облегчать труд человека, но и дают возможность выполнять то, что без ИТ было ранее невозможным.

Информационные технологии помогают экономистам – менеджерам преодолевать пропасть между экономикой и математикой, способствуют согласованию экономических процедур с международными требованиями, а также являются самыми эффективными носителями современных методов решения экономических задач.

Итак, актуальность вопросов информатизации всех сфер общественно экономической жизни очевидна.

Потребность в разработке эффективных компьютерных программ и технологий сегодня возрастает. И здесь компьютерная технология как никогда незаменима, потому что она дает возможность оптимизировать и рационализировать управленческую функцию за счет применения новых средств: сбора, передачи и преобразования информации.

В любой системе управления экономическим объектом соответствует своя информационная система (ИС). Такая система получила название экономической информационной системы.

Экономическая информационная система – это совокупность внутренних и внешних потоков прямой и обратной информационной связи экономического объекта, методов, средств, специалистов, которые участвуют в процессе обработки информации, а также выработке управленческих решений.

Информационные системы содержат информацию о значительных

²³Головицына М. Информационные технологии в экономике [Электронный ресурс] / М. Головицына // Национальный открытый университет «Интуит.ру» — 2012 г. — URL: <http://www.intuit.ru/studies/courses/3735/977/lecture/14669>. — Дата доступа: 27.05.2016.

людях, местах и объектах внутри организации. Информацией принято считать данные, преобразованные в форму, которая является значимой и полезной для пользователей.

Все виды информации, которые необходимы для управления на предприятии, представляют собой информационную систему. Система управления и система информации на любом уровне управления образует единство, потому что управление без информации невозможно. Управление обеспечивает целенаправленную деятельность любого предприятия.

Экономическая информация отражает взаимоотношения между людьми, поэтому она гораздо сложнее информации в любой иной отрасли. В информационной системе информацию, в которой нуждаются организации для принятия решений, управления, анализа проблем и создания новых изделий или услуг производят три процесса – это ввод, обработка и вывод²⁴. В процессе ввода собираются непроверенные сведения внутри организации или из внешнего окружения. В процессе обработки этот сырой материал преобразуется в более значимую форму. На стадии вывода обработанные данные передаются персоналу или процессам, где они будут использоваться.

Чтобы формализовать оценку качества и количества информации, необходимо чтобы информация была неискажена, необходима, достаточна, актуальна и лаконичность формы, при максимальной насыщенности.

ИС, инструмент необходимый для управления современным предприятием. С точки зрения решения управленческих задач ИС позволяют:

- повышать степень обоснованности принимаемых решений за счет оперативного сбора, передачи и обработки информации;
- обеспечивать своевременность принятия решений по управлению организацией в условиях рыночной экономики;
- добиваться роста эффективности управления за счет своевременного представления необходимой информации руководителям всех уровней управления;
- согласовывать решения, принимаемые на различных уровнях управления и в разных структурных подразделениях;
- за счет информированности управленческого персонала о текущем состоянии экономического объекта обеспечивать рост производительности труда, сокращение непроизводительных потерь и т. д.

Таким образом, в связи с вышеизложенным, можно аргументировать выводом том, что информационные технологии и информационные системы помогают менеджерам, способствуют их согласованию с управленческим менеджментом и международными требованиями. Они также являются самыми эффективными носителями современных методов решения экономических задач.

²⁴Грабауров В.А. Информационные технологии для менеджеров / В.А. Гра-бауров. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 368 с.

Использованные источники:

1. Головицына М. Информационные технологии в экономике [Электронный ресурс] / М. Головицына // Национальный открытый университет «Интуит.ру» — 2012 г. — URL: <http://www.intuit.ru/studies/courses/3735/977/lecture/14669>. — Дата доступа: 27.05.2016.
2. Грабауров В.А. Информационные технологии для менеджеров / В.А. Грабауров. — М.: Финансы и статистика, 2001. — 368 с.
3. Информационные технологии в МИТСО [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.webuniver.by>. — Дата доступа: 28.05.2016.
4. Романов А.Н. Информационные системы в экономике: 2-издание / А.Н. Романов, Б. Е. Одинцов. — М. Вузовский учебник, 2008

*Мороз А.Н.
студент 2 курса
факультет экономический
Карачкова Е.А.
студент 2 курса
факультет экономический
Россия, г. Краснодар*

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВОМ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Аннотация. Статья посвящена вопросам повышения эффективности управления производством. Рассмотрены теоретические подходы к характеристике управления производством. На примере конкретного предприятия сформулированы предложения и рекомендации по повышению эффективности производством. Особое внимание уделено рассмотрению логистической концепции «точно в срок».

Ключевые слова: эффективность, управление производством, запасы, поставщики, «точно в срок».

IMPROVING THE EFFICIENCY OF PRODUCTION ON THE ENTERPRISE

Abstract. The article is devoted to improve the efficiency of production management. Theoretical approaches to the production management characteristics. On the example of a particular company makes proposals and recommendations to improve the efficiency of production. Particular attention is paid to the logistics concept of "just in time".

Keywords: efficiency, production management, inventory, suppliers, "just in time".

Эффективность управления производством напрямую влияет на сумму получаемых предприятиями доходов, и, как следствие – на прибыль и платежи

в бюджет. В нынешнее кризисное время эффективность управления производством особенно важно, так как является основанием выживаемости предприятий. Данная тема актуальна также потому, что на многих предприятиях некоторым аспектам производственной деятельности уделяется мало внимания, и это непосредственно отражается на их финансовой устойчивости. Так, только за январь-август 2015 г. доля убыточных предприятий по РФ составила 30,7 %, и некоторые факторы указывают на долгосрочную тенденцию роста данного показателя [9]. Поэтому пересмотр системы управления производством является одной из первоочередных задач для любого предприятия.

Экономическая эффективность выступает основным интегрированным показателем успешности ведения хозяйственной деятельности для любого предприятия в любой отрасли. В самом простом выражении экономическая эффективность производства подразумевает под собой величину соотношения того результата, который достигнут предприятием и производственно-коммерческой деятельности, и тех затрат, которые понесла данная фирма или предприятие для достижения данного результата. Однако в более широком смысле эффективность предприятия можно трактовать как совокупность факторов, обеспечивающих успех на рынке, высокую рентабельность и долгосрочную стабильность. Для разных предприятий эффективность достигается разными способами: путем обновления технологий, налаживания сбыта, получения выгодных условий от контрагентов.

Как интегральный показатель, экономическая эффективность производства выражает статистическую сумму показателей эффективности на различных уровнях данной экономической системы и выступает в качестве совокупной итоговой характеристики хозяйственной деятельности (от конкретного предприятия или даже подразделения, до экономики всей страны в целом).

Важным компонентом общей эффективности управления предприятием является эффективность управления непосредственно процессом производства продукции (оказания услуг) [4]. На эффективность управления производством могут оказывать влияние и другие факторы – управление запасами, персоналом, сбытом, основными фондами, и другими элементами производственной среды предприятия. В рамках данной статьи рассмотрим такие элементы этой схемы, как управление запасами и снабжением.

Управление запасами является достаточно важной частью политики управления оборотными средствами организации. Благодаря этому обеспечивается бесперебойный процесс в производстве и реализации продукции при минимальной совокупности затрат. Для любого предприятия является негативным фактом наличие как недостатка, так и избытка производственных запасов. На состояние системы управления запасами предприятия оказывают влияние такие факторы: [7, с. 147]:

- система условий приобретения основных запасов (объем партий,

частота закупок, льготы и скидки);

- возможность и альтернативы реализации продукции. Значимыми являются следующие факторы: изменение объема продаж, скидки в стоимости, возможности спроса, надежность и развитость сети дилеров;
- условия процесса производства. Внимание необходимо уделить длительности подготовительного, а также основного процесса, технологиям и способам производства;
- наличие издержек по хранению запасов (расходы на складское обслуживание, непредвиденное замораживание средств).

Сверхнормативные запасы, сформированные на предприятии, могут повлечь за собой рост расходов на их хранение, на замену (в случае, если запасы могут портиться), а также отвлекают значительные средства из оборота. Для оценки эффективности управления запасами рассмотрим основные характеризующие ее показатели на примере предприятия – ОАО «ЮГ-СИСТЕМА плюс».

Компания ОАО «ЮГ-СИСТЕМА плюс» – один из крупных отечественных производителей многофункциональных телемеханических комплексов. Предприятие находится в г. Краснодар. Основную долю дохода предприятие получает от производства телемеханических комплексов, преобразователей измерительных цифровых ПРИЗ 001 и диспетчерских щитов. Также предприятие производит пуско-наладочные и строительно-монтажные работы, оказывает услуги по ремонту, обслуживанию и консультированию [6]. Приведем основные показатели деятельности предприятия за 2012-2014 гг.

Таблица 1 – Основные показатели деятельности ОАО «ЮГ-СИСТЕМА плюс»

Показатели	2012	2013	2014
Выручка от реализации, тыс. руб.	143307	133774	122517
Чистая прибыль, тыс. руб.	23626	21662	15189
Среднегодовая стоимость активов, тыс. руб.	138230	157492	162956
Среднегодовая стоимость основных фондов, тыс. руб.	5020	4728	3675
Среднегодовая стоимость запасов, тыс. руб.	26018	30616	27697

Данные табл. 1 показывают, что выручка от реализации сокращается в 2012-2013 гг., аналогичную динамику имеет и чистая прибыль. Это свидетельствует о сокращении эффективности управления предприятием. Также следует отметить рост среднегодовой стоимости активов при сокращающемся значении стоимости основных фондов и запасов – это свидетельствует о росте дебиторской задолженности.

Как было отмечено ранее, в рамках исследования эффективности управления производством рассматривается вопрос об эффективности управления запасами. К производственным запасам относятся такие элементы, как: сырье, материалы и другие аналогичные ценности; готовая

продукция; товары для перепродажи; товары и готовая продукция отгруженные; затраты в незавершенном производстве.

На рис. 1 приведем график, характеризующий структуру производственных запасов ОАО «ЮГ-СИСТЕМА плюс».

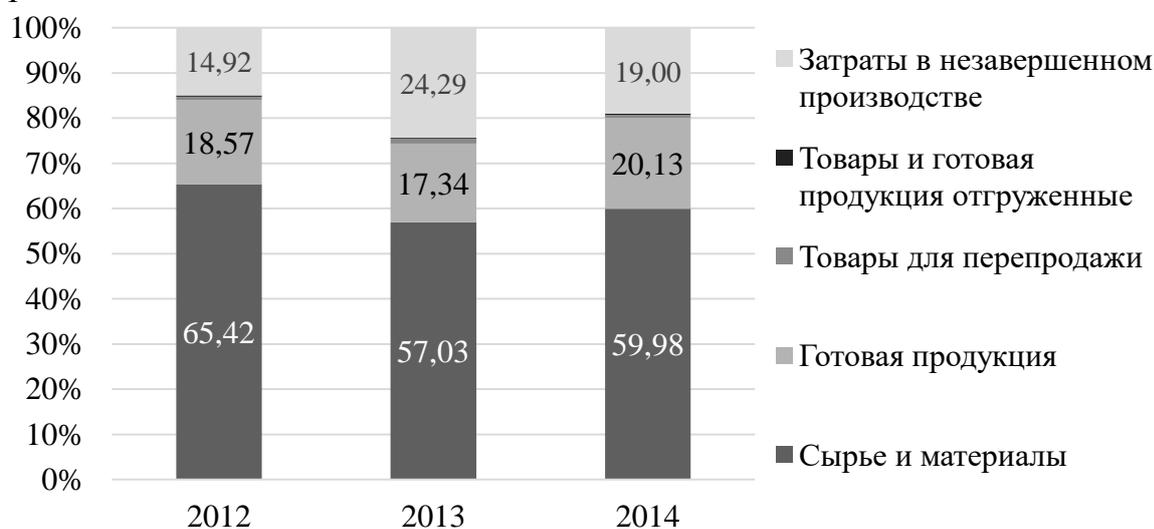


Рис. 1. Структура производственных запасов ОАО «ЮГ-СИСТЕМА плюс» [6]

Таким образом, наибольший удельный вес в структуре производственных запасов имеют сырье и материалы, готовая продукция, запасы в незавершенном производстве. Отметим, что наличие незавершенного производства является следствием продолжительного производственного цикла, а наличие запасов готовой продукции – результатом недостаточно эффективной работы сбыта. Наличие сырья и материалов в значительных количествах зачастую ничем не обосновано, что негативно отражается на результатах деятельности предприятия.

Эффективность управления запасами может быть охарактеризована такими показателями, как удельный вес стоимости запасов в стоимости активов, рентабельность запасов, коэффициент оборачиваемости запасов и период одного оборота запасов. Рассчитаем эти показатели и занесем результаты расчетов в табл. 2.

Таблица 2 – Показатели эффективности управления производственными запасами ОАО «ЮГ-СИСТЕМА плюс»

Показатели	2012	2013	2014
Удельный вес запасов в структуре активов, %	18,82	19,44	17,00
Рентабельность запасов, %	90,81	70,75	54,84
Коэффициент оборачиваемости запасов, об.	5,508	4,369	4,423
Период одного оборота запасов, дн.	65	82	81

Таким образом, эффективность управления запасами предприятия в целом снизилась: сократилась рентабельность запасов, возрос период оборота запасов. Это означает, что динамика производственных запасов не

соответствует результатам производственной деятельности.

Исходя из проведенного анализа, сформулируем основные рекомендации для предприятия в части управления производственными запасами:

- по возможности не допускать излишних запасов готовой продукции;
- сократить цикл производства с целью снижения остатков незавершенного производства;
- принять меры по сокращению запасов сырья и материалов.

Для реализации последней рекомендации существует широкий спектр методов: расчет минимального норматива материальных запасов, совершенствование технологий производства, использование современных технологий логистики. Одной из наиболее эффективных и прогрессивных логистических концепций является «Точно в срок» (Just in time). «Точно в срок» является одной из наиболее распространенных в мире логистических концепций. Сущность этой концепции заключается в том, что при заданной производственной программе возможна организация такого движения потоков сырья и материалов, что они должны поступать в производство в строго определенном количестве, к месту непосредственного производства или сборки, в строго определенный срок для производства или сборки готовой продукции. При использовании данной концепции страховые запасы, которые отвлекают денежные ресурсы предприятия, нет необходимости создавать [3, с. 152]. Концепция «точно в срок» была разработана и впервые применена на практике в компании «Toyota» [1, с. 24] Тайиши Оно и несколькими его коллегами.

Изначальными причинами появления такой концепции является дефицит природных ресурсов в Японии и потребность их сохранения и экономии. Также некоторые источники отмечают значительный рост качества производимой продукции с применением этой концепции. Это можно объяснить более качественным контролем в случае применения концепции «точно в срок». Также важен тот факт, что в случае использования данной системы сокращается брак и потребность в исправлениях и доработках, что также сокращает расходы предприятий. В дальнейшем концепция «точно в срок» была внедрена и в других компаниях – Dell, General Motors, и многих других. В России данная концепция на сегодняшний момент нашла свое применение лишь на предприятиях автомобильной промышленности: АвтоВАЗе и КамАЗе.

Для внедрения концепции «точно в срок» на предприятии необходимо отказаться от крупносерийного производства, ориентируясь при этом на фактические заказы или данные отдела сбыта. Автомобильные предприятия России в данном случае работают с розницей: оценивают потенциальные продажи, собирают предзаказы, что позволяет точно оценить потребности в сырье и материалах. Снабжение производства осуществляется по фактическим потребностям в материалах, сырье, полуфабрикатах, что

позволяет размещать заказы среди поставщиков по строго определенному графику.

Внедрение системы «точно в срок» на ОАО «ЮГ-СИСТЕМА плюс» позволит обойтись без создания значительных запасов сырья и материалов и перейти на поставки непосредственно по потребностям производства. Для внедрения системы логистики «точно в срок» необходимо осуществить реорганизацию некоторых участков и отделов предприятия, провести дополнительное обучение сотрудников, усилить контроль качества. Помимо этого, система «точно в срок» воздействует на производственный учет. В данном случае он преобразуется в систему управления стоимостью, которую используют для принятия эффективных управленческих решений.

Также немаловажной особенностью данной концепции является пересмотр отношений с поставщиками сырья и материалов. К ним будут обращены новые требования: поставка в строго определенный срок, более жесткий контроль качества, повышенные штрафные санкции (неустойки) за задержки или отсутствие поставок сырья и материалов.

Анализ показал, что основные компоненты материальных запасов на ОАО «ЮГ-СИСТЕМА плюс» – это полупроводниковые комплектующие (поставщик – ООО «Радиоэлком»), металлические листы (поставщик – ООО «ТД АМРИТТА ГРУПП»), ABS-пластик (поставщик – ООО «Центрполимер»). Остальные элементы материальных запасов являются либо штучным товаром, либо имеют низкую стоимость и не требуют особых условий хранения. Перечисленные элементы запасов имели в 2014 г. долю, в среднем, 72 % от всех материальных запасов (по стоимости).

После полноценного перехода предприятия на систему «точно в срок» остатки указанных компонентов в структуре запасов целесообразно будет сократить на 90 %. В результате основные показатели эффективности управления запасами будут иметь значения, приведенные в табл. 3.

Таблица 3 – Показатели эффективности управления производственными запасами ОАО «ЮГ-СИСТЕМА плюс» после внедрения системы «точно в срок»

Показатели	До перехода	После перехода
Удельный вес запасов в структуре активов, %	17,00	11,13
Рентабельность запасов, %	54,84	89,63
Коэффициент оборачиваемости запасов, об.	4,423	7,230
Период одного оборота запасов, дн.	81	50

Таким образом, внедрение системы «точно в срок» на ОАО «ЮГ-СИСТЕМА плюс» позволит существенно повысить показатели эффективности управления производственными запасами: сократится их удельный вес в структуре активов, возрастет рентабельность, сократится период оборота.

В статье затронуты вопросы относительно эффективности управления

производством. Установлено, что данное понятие тесно связано с управлением разными сторонами деятельности предприятий – запасами, основными фондами, сбытом, персоналом, и т.д. В качестве основного направления совершенствования было выбрано управление запасами. На рассматриваемом предприятии – ОАО «ЮГ-СИСТЕМА плюс» – эффективность управления запасами сократилась за последние годы, что связано с разными факторами. Для совершенствования этого направления была рассмотрена возможность внедрения на предприятии логистической концепции «точно в срок», которая предполагает поставку основных комплектующих, сырья и материалов по фактическим потребностям производства, что позволяет существенно повысить эффективность производства. В результате анализа последствий внедрения такой системы было установлено, что это позволит увеличить эффективность управления производством, и в том числе, управления запасами. В целом, предприятию рекомендуется осуществить приведенные рекомендации и внедрить систему управления запасами «точно в срок».

Использованные источники:

1. Адлер Ю.В. Канбан и «точно вовремя» на Toyota. Менеджмент начинается на рабочем месте. М.: Альпина Паблишер, 2015. – 214 с.
2. Ахтулова Л.Н., Дежурова О.В. Улучшение методики аудита качества процессов серийного производства // Омский научный вестник, 2013. № 2 (90). С. 123-128.
3. Бакулин Е.В. Кооперативные поставки по системе «точно-в-срок» // Актуальные вопросы экономических наук, 2014. № 20. С. 151-155.
4. Гелета И.В., Захарченко И.Э. Пути повышения конкурентоспособности предприятия // Гуманитарные научные исследования. 2015. № 7-2 (47). С. 143-146.
5. Дорохова Е.И. Совершенствование организации товародвижения с использованием системы поставок «точно в срок» // Вопросы структуризации экономики, 2008. – № 3. – С. 20-22.
6. Официальный сайт ОАО «ЮГ-СИСТЕМА плюс» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://yugsys.ru/> (дата обращения: 29.05.2016)
7. Степина С.Е. Управление эффективностью деятельности организации // Актуальные вопросы экономических наук, 2012. № 5-3. С. 145-150.
8. Стерлигова А.Н. Управление запасами в цепях поставок: учебник. М.: ИНФРА-М, 2012. 430 с.
9. Удельный вес убыточных организаций в общем числе организаций: официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.gks.ru/dbscripts/cbsd/dbinet.cgi?pl=2313016 (дата обращения: 29.05.2016)

*Мулюкова Г.Р.
ассистент
Исламгулова И.И.
студент 2 курса*

*ФГБОУ ВО «Башкирский государственный аграрный университет»
Россия, г. Уфа*

УЧЕТ ЗАТРАТ В ОТРАСЛИ РАСТЕНИЕВОДСТВА И ИСЧИСЛЕНИЕ СЕБЕСТОИМОСТИ

В настоящее время учет затрат на производство продукции занимает доминирующее место в общей системе бухгалтерского учета. Одним из важнейших условий получения достоверных данных о себестоимости продукции и финансовых результатах деятельности хозяйства является четкое определение состава производственных затрат, а также полное и своевременное отражение выхода продукции. Для более четкого определения состава затрат, полного отображения выхода продукции необходим строгий учет учета и процесса сбора информации [3].

Основанием для совершения хозяйственных операций и для отражения их впоследствии в регистрах бухгалтерского учета по соответствующим статьям является правильно оформленная и своевременно составленная первичная документация. Можно выделить четыре группы первичных документов:

- по учету затрат труда;
- предметов труда;
- средств труда;
- выхода продукции.

Данные каждой группы документов при их обработке систематизируют по определенным признакам в соответствии с характером движения и использования документов. В то же время в отрасли растениеводства данные всех документов обязательно систематизируют по объектам учета затрат – видам работ и культурам.

Аналитический учет затрат в растениеводстве ведут в резерве объектов учета затрат. Особенностью аналитического учета затрат в растениеводстве является их отражение сначала по видам работ. В отдельных организациях расходы группируются по технологическим циклам (сев, уход за посевами, уборка урожая). Во всех случаях, когда затраты можно отнести непосредственно на выращиваемую культуру, их учитывают в составе затрат под урожай текущего года. Сведения о затратах по работам под урожай будущего года формируют обособленно.

Учет затрат в растениеводстве согласно Рекомендаций по учету затрат и калькулированию себестоимости продукции сельскохозяйственных предприятий необходимо учитывать по следующей номенклатуре статей затрат:

1. Расходы на оплату труда.

2. Отчисления на социальные нужды.
3. Сырье и материалы.
 - 3.1. Семена и посадочный материал.
 - 3.2 Удобрения минеральные и органические.
 - 3.3 Нефтепродукты.
 - 3.4 Средства защиты растений
4. Содержание и эксплуатация основных средств.
5. Работы и услуги.
6. Расходы денежных средств.
7. Прочие затраты.
8. Затраты по организации производства и управлению.

В статью «Расходы на оплату труда» включают все виды оплаты труда, включаемых в себестоимость продукции (работ, услуг), относящиеся к работникам, непосредственно занятым в технологическом процессе производства продукции растениеводства. По данной статье учитывают все виды денежных и натуральных выдач, носящих характер оплаты труда, работникам различных категорий, чей труд затрачен непосредственно на возделывании данной культуры или группы культур, а также на работах незавершенного производства [1].

По статье «Отчисления на социальные нужды» учитываются страховые взносы от начисленной суммы оплаты труда работникам растениеводства, кроме тех выплат, по которым данные взносы не начисляются.

На статью «Сырье и материалы» относится стоимость сырья и материалов, приобретенных как со стороны, так и собственного производства. По данной статье учитывают стоимость семян и посадочного материала, израсходованных под соответствующую культуру, стоимость всех видов удобрений, внесенных под данную культуру. При этом отдельно выделяют минеральные и органические удобрения. Также отражают затраты на борьбу с сорняками, вредителями и болезнями сельскохозяйственных растений различных средств химической защиты, а также и биологических средств защиты растений [2].

По статье "Содержание и эксплуатация основных средств" отражают затраты на техническое обслуживание и эксплуатацию, амортизацию и ремонт основных средств, используемых в растениеводстве.

По статье «Работы и услуги» ведут учет выполняемых в растениеводстве работ и услуг вспомогательными производствами своего предприятия, а также сторонними организациями. Здесь целесообразно отдельно выделять расходы за подачу воды для орошения, другие наиболее важные виды услуг: автотранспорт, электроснабжение и др. Предварительно эти суммы накапливают на соответствующих аналитических счетах по счету 23 «Вспомогательные производства» (по статьям затрат), и на данную статью относят комплексными статьями в течение года в нормативно прогнозной себестоимости работ и услуг с корректировкой в конце года до фактического размера. На эту же статью относят с кредита счета 60 «Расчеты с

поставщиками и подрядчиками» стоимость выполненных работ и услуг в растениеводстве различными обслуживающими предприятиями и организациями.

Раздел «Расходы по обычным видам деятельности» раскрывает информацию о расходах организации за отчетный и предыдущий годы по пяти элементам затрат: материальные затраты, затраты на оплату труда, отчисления на социальные нужды, амортизация, прочие. Показатели данного раздела приводятся без учета внутривозвратного оборота, т.е. без затрат, связанных с передачей изделий, продукции, работ и услуг внутри организации для нужд собственного производства, обслуживающих хозяйств и др.

Текущий учет затрат в растениеводстве завершается в конце года исчислением фактической себестоимости продукции, выявлению калькуляционных разниц и правильному списанию их по назначению. Это возможно сделать после закрытия счетов 23, 25, 26. Определяется себестоимость делением фактических затрат в денежном выражении на валовой сбор продукции в натуральном измерении. Поэтому очень большое значение имеет точный учет затрат, списываемых на производство продукции по культурам и выхода ее. Для составления отчетных калькуляций себестоимости продукции растениеводства производится следующая подготовительная работа:

- проверяется разграничение затрат по годам и правильность отнесения на аналитические счета затрат прошлых лет;
- необходимо определить затраты по площадям посевов культур, погибших от стихийных бедствий. Такие затраты списываются на убытки производства: Дт 91 Кт 20/1. При частичной гибели посевов в результате нарушения агротехники затраты должны быть списаны в Дт25/1 «Общепроизводственные расходы» Кт20/1;
 - затраты, связанные с пересевом площадей;
 - уточняют выход продукции основной и побочной, используемых и неиспользуемых отходов [4].

Правильная организация производственного учета в растениеводстве может служить важным средством оперативного контроля за оформлением издержек производства.

Использованные источники:

1. План счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и инструкция по его применению (утвержденные приказом Минфина России от 31 октября 2000 г. № 94н).
2. Бабаева Ю.А. Бухгалтерский учет, анализ и аудит внешнеэкономической деятельности [Текст]: учебник / Ю.А.Бабаева. - М.: ИНФРА-М, 2014.- 150 с.
3. Горелик О.М. Управленческий учет и анализ [Текст]: учебник/ О.М.Горелик, Л.А.Парамонова, Э.Ш.Низамова. - М.:КНОРУС, 2011. — 256 с.
4. Козлова Е.П. Бухгалтерский учет в организациях [Текст]: учебник / Е.П. Козлова, Т.Н. Бабченко, Е.Н. Галанина. – М.: 2010. – 620 с.

*Муравьева Я.И.
студент 4 курса
факультет «Бизнеса и менеджмента»
Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики»
Россия, г. Москва*

СРАВНЕНИЕ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ РОССИИ И КИТАЯ

В статье рассматриваются главные отличительные черты российской и китайской банковской системы, делается ключевой акцент на современных тенденциях в банковской сфере, а также выдвигается предположение о том, возможно ли развитие России по китайскому сценарию.

RUSSIAN AND CHINESE BANK SYSTEM

The article discusses the main features of the Russian and the Chinese banking system focusing on the current trends in the banking sector, as well as put forward the assumption that it is possible to Russia's development in the Chinese script.

На сегодняшний день такие страны как Япония, Китай, Бразилия развиваются довольно быстро. Уже к началу двадцать первого века их экономика стала заметно расти. Известно, что в данный момент экономика Китая одна из передовых в мире, ее темпы роста растут с каждым годом. Многие люди стараются вкладывать свои деньги именно в компании этой страны. Банковская система Китая придерживала ряд существенных изменений, начиная с 2008 года, после мирового финансового кризиса. Стоит упомянуть и об автономной зоне Китая-Гонконг, одна из наиболее привлекательных зон для инвесторов. Однако в банковской системе Китая далека от идеальной, тому есть ряд причин, которые связаны с особенностями самого строя страны. Иной пример страны с развивающейся экономикой – Россия, страна, которая совсем недавно начала становление банковской системы и которая также имеет ряд своих особенностей.

На мой взгляд, сравнение банковских систем двух именно этих стран актуально, поскольку в недавнем прошлом именно эти страны были связаны общим политическим и экономическим строем. Обе данные страны начали свой путь становления банковской системы на мировом уровне сравнительно недавно, у каждой разные темпы роста и различные методы и формы регулирования банковской системы.

Целью моей работы заключается сравнение банковских систем обеих стран и ответ на вопрос, схожи или различны банковские структуры России и Китая, каковы особенности развития банков у обеих стран.

Китай

В КНР банковская система представлена двумя уровнями: на первом находится центральный банк- Народный банк Китая. К его важнейшим функциям относят: контроль за валютным курсом, контроль за

кредитованием, он не занимается кредитованием населения, а проводит монетарную политику в стране. Центральный банк осуществляет монетарную политику в стране, предоставляя кредиты коммерческим банкам, устанавливая процентные ставки, покупает и продает ценные бумаги. Если у коммерческих банков возникают трудности, то Народный банк Китая может взять на себя управление данным банком. Кроме того, центральный банк вправе производить эмиссию, а также может контролировать другие банки, следить за их процентными ставками по кредитам и депозитам. Однако помимо него есть еще один орган, который вправе осуществлять контроль за другими банками и их деятельностью - это Комитет по контролю за банковской деятельностью. [5]

Центральный банк Китая играет большую роль и уже давно стал объектом внимания для всего мира. Дело в том, что по запасам активов центральный банк Китая занимает первое место в мире по количеству новой денежной массы, опережая США. Можно даже сказать, что Китай стал главным поставщиком ликвидности в мире. Однако валюта Китая не может стать самой ликвидной в мировом масштабе, поскольку юань не может свободно обращаться в других странах и не может стать их резервной валютой.

На втором уровне расположились специализированные государственные банки и коммерческие банки. К основным политическим банкам Китая относятся: Банк Развития Китая, Сельскохозяйственный банк развития Китая и Экспортно-импортный банк. Именно эти банки образуют большую четверку банков КНР. Также следует отметить отдельную автономную область Китая-Гонконг, где не существует центрального банка, а все функции центрального банка определяются Банковской ассоциацией Гонконга. Вложить деньги в один из банков Гонконга довольно непросто, на этой территории существуют свои отдельные правила, отличные от Китая.

Помимо государственных банков, существуют и коммерческие банки в Китае по предоставлению кредитов населению, а также выдача кредитов местным компаниям (этим занимаются кредитные кооперативы). На сегодняшний день банки Китая столкнулись с проблемами активами, доля невыгодных кредитов растет с каждым кварталом. По оценке Комиссии по банковскому регулированию КНР, сумма проблемных активов во II квартале выросла на 18,2 млрд юаней до 456,4 млрд юаней. Проблемные активы быстрее всего накапливаются в провинции Чжэцзян, где расположены 18 особых экономических зон для компаний, ориентированных на экспорт. Сейчас доля выдачи кредитов сокращается в связи с такими событиями. [3]

Сейчас важнейшей политикой КНР является преобразование банков в акционерные общества, ибо большинство банков государственные. Экономике невыгодно, когда банкам полностью диктуют условия центральный банк, они отстают в своем развитии и это сказывается на экономике в целом. Также в планово-административной экономике у предприятий, которые пользуются поддержкой государства и не развиты

частная собственность, кредитование происходит неаравномерно. Помимо этого, в плановой экономике предприниматели мало заинтересованы в развитии своего дела, как следствие, возникает большая дебиторская задолженность. Лишь некоторые коммерческие банки Китая стараются бороться с невыгодными кредитами, создаются компенсационные фонды, но для такой большой экономики данных мер недостаточно, препятствия ставят как раз жесткая политика Народного банка. Именно поэтому должна проводиться приватизация собственности и передача большей части контроля коммерческим банкам, а регулирующая роль будет отведена центральному банку.

На сегодняшний день Народный банк Китая столкнулся с рядом проблем, связанных с проведенной финансовой рецессией, а именно с тем, что правительство поддерживает довольно низкие, а местами отрицательными процентные ставки по депозитам, тем самым получается, что вкладываться населению невыгодно, это приводит к тому, что денег в экономике не хватает. Кроме того, в китайских банках не развито обслуживание клиентов, нет конкуренции среди банков за вкладчиков. Сегодня банковская система Китая постепенно в связи с смягчением в плановой экономике переходит к этим мерам.

Кроме того, очень важно, чтобы помимо банков существовали и небанковские кредитные организации, которые также смогли бы предоставлять кредиты частным фирмам. Иными словами, нужно, чтобы существовали различные финансовые организации, которые так же как и банки могли выдать деньги фирмам в случае необходимости.

Также экономика Китая становится открытой, а для успешной деятельности необходимо, чтобы правительство впускало на рынок и иностранные банки, дабы стимулировать рост конкуренции среди банков. Банки впускают новых игроков с опаской, боясь новых бизнес-моделей, которые уже успешно реализованы в развитых странах. Именно в связи с этим правительство Китая устанавливает жесткие условия для других иностранных банков для того, чтобы защитить свои коммерческие банки, которые, возможно, не смогут конкурировать с иностранными банками.

Однако, несмотря на характерные для плановой экономики черты, в ноябре 2013 года Народный банк Китая объявил о смягчении контроля над депозитными и процентными ставками, что привело к увеличению депозитов, росту конкуренции среди коммерческих банков Китая.[6] Таким образом, постепенно экономика Китая пришла к необходимости применения мер, которые осуществляют в банковской сфере другие развитые страны.

Россия

Российская банковская система как и у Китая также представлена двумя уровнями. На первом находится центральный банк. В его функции входит эмиссия денежных средств, проведение монетарной политики, контроль за коммерческими банками страны. Из этих функций видно, что Народный банк

Китая и центральный банк России имеют схожие функции. Однако в отличие от Китая, центральный банк не стремится контролировать процентные ставки по депозитам, видя причину в том, что это приведет к тому, что люди станут меньше вкладываться в банки. [2] Кроме того, такой жесткий контроль нередко порождает исчезновение конкуренции между коммерческими банками. Но конкуренция возможна не только, если центральный банк не проводит жесткую политику за контролем над процентными ставками, также важно, что действительно была конкуренция между банками. На сегодняшний день все большую роль играют государственные банки и мы сталкиваемся с проблемой, что такие крупные игроки как Сбербанк и ВТБ скупают все большее количество другие коммерческих и инвестиционных банков. Тем самым наблюдаются олигополии среди банков, а это, в свою очередь, мешает развитию другим более мелким банкам в стране. Согласно данным Центрального Банка России количество банков в стране составляло 1012 организаций. Из этого числа только 40% можно отнести к мелким банкам, так как их уставной капитал не превышает 180 млн. руб. Количество убыточных банков постоянно растет. Кроме того, сегодня не только из-за банкротства и слияния сокращается количество мелких банков. Также немало важную роль играют и слияния различных банков, в том числе и крупных. [4]

На втором уровне располагаются коммерческие банки, частично частные, частично государственные. Надо отметить, что для полностью частных банков, которые способны надолго удержаться на плаву заметно сокращается в данный момент. Кроме того, среди банков России есть и небанковские кредитные организации, предоставляющие кредиты населению, частным фирмам. [2] Это играет ключевую роль, так как, если посмотреть на Китай, у них это является одной из важных проблем, требующей решения, ибо для успешного функционирования банковской системы необходимы и небанковские организации.

Также помимо банков и небанковских организаций, в России довольно много филиалов иностранных банков. Если опять же вернуться к Китаю, то для них это также является проблемой, поскольку немного иностранных банков присутствует на территории данной страны. Китай боится новых игроков, поскольку они принесут новые бизнес-модели. В то же время в России можно найти такие банки как Райффайзенбанк, британские банки, куда активно вкладывают деньги население. Однако это проблема имеет и обратную сторону: имея крупных иностранных игроков, наблюдается все меньше конкуренции среди отечественных банков и им ничего не остается, кроме как, сливаться с крупными банками.

Что касается приватизации, то именно здесь можно увидеть схожие черты между банками России и Китая. Обе страны прибегают к приватизации. Недавно, говорилось, что приватизация идет довольно медленным темпом в России именно потому, что наблюдаются плохие рыночные условия и что в будущем темпы ее будут ускоряться.

Если посмотреть на структуру баланса российского банка, то она

выглядит следующим образом: средства, размещенные у нерезидентов, ценные бумаги иностранных эмитентов- их больше всего, далее идут кредиты и депозиты, ценные бумаги и прочие активы. [1]

Таким образом, на основании вышесказанного можно увидеть следующее: обе страны: и Россия, и Китай имели когда-то схожую плановую экономику, однако сейчас эти страны идут по разному пути, но имеют похожие проблемы. Китай вследствие финансовой рецессии не развил сеть коммерческих банков, их сервиса по предоставлению кредитов еще не развит, нет практически конкуренции между банками. Однако хоть в России и есть мелкие коммерческие банки и центральный банк не осуществляет такую жесткую политику в отношении процентных ставок, но в России довольно много частично государственных банков, которые и определяют ход игры, вынуждая мелкие банки к ним присоединяться, конкуренция от этого тоже страдает. Помимо этого, Китай столкнулся с проблемой того, что нет практически иностранных банков и их филиалов в стране и что нужно привлекать их к себе, а в России находятся филиалы иностранных банков, куда люди и вкладывают свои деньги, считая, что там надежнее, ибо смотрят телевизор и видят, как много российских банков банкротятся сегодня.

Использованные источники:

1. Баланс банка России [Электронный ресурс] http://www.cbr.ru/statistics/print.aspx?file=cbr_balance/balance_12.htm&pid=dkfs&sid=BBR (дата обращения 06.12.2015)
2. Банковская система России [Электронный ресурс] <http://www.bibliotekar.ru/finance-7/16.htm> (дата обращения 06.12.2015)
3. Вести-экономика: У китайских и корейских банков растет "просрочка" [Электронный ресурс], 15.08.2012 <http://www.vestifinance.ru/articles/15628> (дата обращения 05.12.2015)
4. Какова динамика развития банков России? [Электронный ресурс] <http://www.invest-rating.ru/encyclopedia.php?id=3069> (дата обращения 06.12.2015)

Набатова О.В.

научный руководитель, преподаватель

кафедра «Экономики и финансов предприятий»

Волгоградский государственный технический университет

Фролов Д.Р.

студент 4 курса

факультет «Экономики и управления»

Россия, г. Волгоград

РАЗВИТИЕ АВТОМОБИЛЬНОГО РЫНКА РОССИИ

В данной статье исследуются основные тенденции и показатели функционирования российского автомобильного рынка. Проанализированы особенности развития авторынка в России и дана характеристика существенных признаков присущих данной отрасли, приводящих к развитию

самого рынка.

Ключевые слова: автомобильная отрасль, автомобильный рынок, автодилеры, платежеспособность населения, автокредитование, объем продаж.

*Nabatova O.V. , Research Manager
lecturer in " Economics and finance companies "
Volgograd State Technical University
Russia, Volgograd
Frolov D.R
student*

*4th year, Department of " Economics and Management "
Russia, Volgograd*

STUDY OF PROFITABILITY OF AUTOMOBILE MARKET VOLGOGRAD REGION

This article examines the main trends and indicators of the functioning of the Russian automobile market. The analyzed development of the the car market in Russia and the characteristic essential features inherent in the industry, leading to the development of the market.

Keywords: automobile industry, automobile market, car dealers, solvency of the population, car loans, the volume of sales.

Автомобильная отрасль является одной из важных отраслей экономики любой страны. Дальнейшее развитие экономики требует налаженного транспортного обеспечения. Главной задачей транспорта является своевременное, качественное и полное удовлетворение потребностей народного хозяйства и населения в перевозках.

Современный автомобильный рынок существует в условиях избыточного предложения, насыщенного спроса и сильнейшей конкуренции. На сегодняшний день, многие российские автодилеры испытывают большие проблемы: отсутствие клиентов, затоваривание складов, нехватка оборотного капитала. Одной из причин таких затруднений послужила намечавшаяся уже не первый год стагнация в экономике, приведшая к сокращению доходов, как следствие – к снижению покупательной способности населения. Именно это явилось отправной точкой в развитии негативных процессов на автомобильном рынке. Далее последовала напряженность в международной обстановке, которая впоследствии трансформировалась в экономические санкции против Российской Федерации. Довершили картину негативных факторов катастрофическое ослабление рубля из-за снижения цен на нефть и последовавший за этим резкий рост стоимости продуктов питания и промышленных товаров.

Для поддержки отечественного автопрома в столь сложных условиях источником реализации продукции автосалонов является уровень развития банковского кредитования, т.е. автокредитования. В целом это позволило бы

сгладить негативный ход событий.

Российские банки сокращают поддержку продаж новых автомобилей. Об этом свидетельствует сопоставление данных о продажах автомобилей и выданных автокредитах. По итогам 2014 года доля автомобилей, проданных в кредит, составила 40,5%. При этом в IV квартале 2014 года был зафиксирован самый низкий за последние два года показатель продаж кредитных автомобилей – 35,5%. Напомним, что по итогам 2013 года данный показатель был на уровне 48,0%.

В 2014 году автокредитование демонстрирует один из самых высоких показателей снижения темпов. Это связано с более строгим отбором новых заемщиков со стороны банков. Существенный вклад в динамику внесла и волатильность на финансовом рынке, особенно в IV квартале 2014 года. Улучшению ситуации в области автокредитования могут способствовать стабилизация внешней ситуации и действия государства по стимулированию отрасли. Например, программы субсидирования ставок, а также передача НБКИ функций регистрации залоговых автомобилей для снижения риска в автокредитовании.

По итогам 2014 года российский рынок новых автомобилей снизился на 7,8% до показателя 2,34 млн. шт. Притормозить такое падение рынка помогла госпрограмма обновления парка транспортных средств и скачок курса валют, вызвавший повышенный спрос на автомобили в конце года. Автокредитование является важным инструментом поддержки автомобильной отрасли - На фоне ожиданий по снижению продаж новых легковых автомобилей в 2015 году отрасль нуждается в эффективной государственной поддержке, в том числе и через механизмы кредитования. Положительный опыт предыдущих государственных программ мог бы стать основой для введения новых инструментов, направленных на восстановление отрасли в целях улучшения всей российской экономики».

Таблица 1. Динамика продаж легковых автомобилей в 2013-2014 гг.

Легковые автомобили	2013, в тыс. шт.	2014, в тыс. шт.	% Изм.
1 квартал	548,2	555,5	1,33%
2 квартал	670,5	553,3	-17,48%
3 квартал	642,0	524,3	-18,33%
4 квартал	675,5	704,4	4,28%
ВСГО по РФ	2536,2	2337,5	-7,83%

Источник: агентство «АВТОСТАТ»

Таблица 2. Динамика выдач автокредитов в 2013-2014 гг.

Автокредиты	2013, в тыс. шт.	2014, в тыс. шт.	% Изм.
1 квартал	215,9	194,1	-10,1%
2 квартал	267,0	205,7	-23,0%
3 квартал	285,6	206,1	-27,9%
4 квартал	291,0	217,5	-25,2%
ВСГО по РФ	1059,6	823,4	-22,3%

Источник: Национальное бюро кредитных историй (НБКИ) по данным

2500 кредиторов за исключением ОАО «Сбербанк России»

Таблица 3. Динамика доли автомобилей, продаваемых в кредит в 2013-2014 гг.

Кредитные автомобили	2013	2014
1 квартал	45,3%	40,2%
2 квартал	45,8%	42,7%
3 квартал	51,1%	45,2%
4 квартал	49,5%	35,5%
ВСГО по РФ	48,0%	40,5%

Источник: В целом по рынку РФ, расчеты НБКИ и «АВТОСТАТ»

В условиях нестабильной экономической ситуации банки повышают процентные ставки по автокредитам и ужесточают требования к заемщикам. В результате доля кредитных автомобилей неуклонно снижается, что сыграло не последнюю роль в падении рынка, которое продолжается на фоне растущих цен на машины. По словам участников отрасли, исправить ситуацию могут льготные автокредиты, но российские власти возобновлять эту программу пока не собираются.

Автокредитование, ставшее основным драйвером роста российского авторынка в последние годы, с повышением процентных ставок утратило свою движущую силу. По данным Национального бюро кредитных историй (НБКИ), в январе-сентябре 2014 года российские банки (без учета Сбербанка) выдали 605,9 тыс. автокредитов – на 21,2% меньше, чем за аналогичный период прошлого года.

Сокращение рынка автокредитования в 2014 году обусловлено совокупностью причин: общее падение продаж автомобилей, подорожание каско, рост процентных ставок, а также более избирательный подход кредиторов к заемщикам. Стремясь минимизировать свои риски, банки стали одобрять меньше автокредитов и повысили свои требования к кредитной истории и финансовому положению заемщика.

Ужесточение требований к заемщикам со стороны банков и снижение уровня одобрения автокредитов наблюдается, невзирая на то, что это залоговые, то есть менее рискованные кредиты. В связи с этим желающим в ближайшее время приобрести автомобиль в кредит стоит внимательно оценить свои шансы и возможности.

Стоит отметить, что глубину падения рынка автокредитования обеспечивает высокая база прошлого года. Напомним, во второй половине 2013 года действовала госпрограмма льготного автокредитования, значительно увеличившая долю кредитных продаж новых автомобилей.

Таблица 4. Показатели рынка автокредитования на 1 октября 2014 года (без учета Сбербанка)

Показатели	На 01.10.2014 г.	На 01.10.2013 г.	Изм. к АППГ, %
Общий объем действующих автокредитов (млн руб.)	1 560 581	1 296 725	20,4

Количество действующих автокредитов (шт.)	2 905 053	2 573 950	12,9
---	-----------	-----------	------

Источник: Национальное бюро кредитных историй (НБКИ)

Действительно, на фоне падения российского авторынка на 13% за 9 месяцев 2014 года доля кредитных продаж, по оценкам НБКИ, сократилась с прошлогодних 45 до 35 процентов. Причем в сегменте автомобилей стоимостью до миллиона рублей эта доля сократилась еще сильнее. Одна из причин снижения кредитных продаж – падение курса рубля, что привело к росту сделок за наличный расчет. Таким образом, граждане действуют по принципу “надо покупать сегодня – завтра будет дороже”, пытаются застраховать себя от возможного дальнейшего повышения рублевых цен и ставок по кредитам.

Только в текущем году автокредиты подорожали на 1,5-2% в связи с ростом стоимости фондирования для самих банков, а также из-за увеличения кредитных рисков. Как говорят в Сбербанке, рост стоимости денег напрямую отражается на стоимости кредитов для клиентов. Между тем банки стали внедрять дифференцированный подход к заемщикам: имеющим хорошую кредитную историю предлагаются лучшие условия, в том числе и меньший размер ставок.

Несмотря на более чем 20-процентное снижение выдачи автокредитов в январе-сентябре 2014, в денежном выражении рынок автокредитования сократился лишь на 12,5%, до 339,1 млрд руб., подсчитали в НБКИ.

Так, за 9 месяцев 2014 года она выросла на 11% и составила 559,7 тыс. руб., гласят данные НБКИ. До конца года эта цифра может достигнуть 600 тысяч.

Средний размер автокредитов растет вслед за повышением цен на автомобили, а также из-за большего падения спроса в сегменте бюджетных машин. Согласно данным Сбербанка, средняя сумма кредита на отечественные автомобили практически не изменилась, а на иномарки выросла примерно на 15%. Это связано с ростом цен на автомобили, а также увеличением стоимости страхования каско, которое зачастую оплачивается за счет заемных средств.

Чаще всего россияне берут кредит на покупку бюджетных иномарок, а также отечественных Lada. Впрочем, ситуация в различных банках отличается в зависимости от наличия партнерских программ. В УРАЛСИБе наибольшим спросом у заемщиков пользуются кредиты на автомобили таких марок, как Lada (23,7%), Hyundai (13%), Volkswagen (9,4%), Honda (9,4%), Skoda (7,4%). Это связано с тем, что автомобили данных марок доступны по цене, а также с тем, что на них есть специальные кредитные предложения в банке. Клиенты ВТБ24, который выдает автокредиты на покупку автомобилей любых марок, в том числе подержанных, чаще всего выбирают модели Kia, Hyundai, Chevrolet и Lada. Среди заемщиков группы Сбербанка России наибольшим спросом пользуются автомобили Lada, Hyundai и Ford, а

наиболее популярные модели – Lada Granta, Priora и Largus. А вот в рейтинге Русфинанс Банка преобладают иномарки – Hyundai Solaris, Kia Rio, Mazda CX-5, Lada Granta и Skoda Octavia.

С учетом сложной экономической ситуации на финансовом рынке банки не исключают дальнейшего повышения ставок до конца этого года. В следующем году они могут вырасти еще на 2-3% в зависимости от стоимости фондирования для кредитных организаций. При этом банки будут еще более внимательно относиться к оценке заемщиков и одобрению кредитов.

Таблица 5. Динамика выдачи автокредитов за 9 месяцев 2014 года (без учета Сбербанка)

Показатели	9 мес. 2014 г.	9 мес. 2013 г.	Изм. к АППГ, %
Общий объем выданных автокредитов (млн руб.)	339 155	387 743	-12,5
Количество выданных автокредитов (шт.)	605 907	768 591	-21,2
Средний размер выданных автокредитов (руб.)	559 748	504 485	11

Источник: Национальное бюро кредитных историй (НБКИ)

Для заемщиков выбор банков определяется набором параметров и один из важнейших – уровень ставок. Очевидно, что у заемщиков с хорошей кредитной историей будет существенно больший выбор среди кредиторов и они будут желанными клиентами и в специализированных, и в универсальных банках.

Делая выводы, можно сказать о том, что проанализированное в исследуемом периоде снижение продаж на авторынке может привести к уходу с российского рынка ряда брендов, а также можно ожидать банкротства некоторых автодилеров. Для смягчения сложившейся ситуации, целесообразно рассматривать такую меру стимулирования спроса, как автокредитование.

Использованные источники:

1. АВТОСТАТ. Аналитическое агентство. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.autostat.ru/research/ready_reports/ (Дата обращения 03.06.2016).
2. Национальное бюро кредитных историй. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nbki.ru/> (Дата обращения 04.06.2016).
3. Журнал ЗаРулем. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.zr.ru/content/articles/742834-rossijskij-avtorynok-otkazyvaetsya-zhit-v-kredit/> (Дата обращения 04.06.2016).

Набатова О.В.
научный руководитель, преподаватель
кафедры «Экономики и финансов предприятий»
Волгоградский государственный технический университет
Фролов Д.Р.
студент 4 курса
факультет «Экономики и управления»
Россия, г. Волгоград

ИССЛЕДОВАНИЕ ПРИБЫЛЬНОСТИ АВТОМОБИЛЬНОГО РЫНКА ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

Статья посвящена исследованию автомобильного рынка Волгоградской области. Проанализирована статистика продаж новых автомобилей различных марок в Волгоградской области. Выявлены основные проблемы автомобильного рынка и даны рекомендации по его совершенствованию.

Ключевые слова: отрасль машиностроения, машиностроительные предприятия, кризис, объёмы продаж, трудовые ресурсы, марки автомобилей.

Nabatova O.V. , Research Manager
lecturer in " Economics and finance companies "
Volgograd State Technical University
Russia, Volgograd
Frolov D.R
student
4th year, Department of " Economics and Management "
Russia, Volgograd

STUDY OF PROFITABILITY OF AUTOMOBILE MARKET VOLGOGRAD REGION

The article investigates the automotive market of the Volgograd region. It analyzed the statistics sales of new cars of different brands in the Volgograd region. The basic problems of the automotive market and provides recommendations for its improvement.

Keywords: engineering industry, machine-building enterprises, the crisis, sales volume, human resources, brand vehicles.

В российском импорте готовая продукция составляет 80%, более половины - это машины и оборудование, а также потребительские товары длительного пользования (в том числе автомобили).

В парке автомобилей Волгоградской области 654 281 автомобилей по состоянию на 2015 год. С учетом того, что в регионе проживает 2 702 500 жителей, то на каждую тысячу человек рынка Волгоградской области приходится 242 автомобилей. Этот показатель выше среднего показателя по

России, который составляет 213 автомобилей на 1 тысячу человек населения.

Среди автомобилей, находящихся в эксплуатации наибольшую долю составили автомобили отечественных марок. В пятерку лидеров входят: ВАЗ, ГАЗ, МОСКВИЧ, УАЗ, ЗАЗ. Суммарно количество автомобилей пятерки лидеров превышает 69,5% или 454 639 авто. Автомобилей ВАЗ в структуре парка рынка Волгоградской области - 47,58% автомобильного парка, первое место. Марка ГАЗ занимает 2-е место в парке - 11,30% доли парка. Марка МОСКВИЧ составляет 5,17% , третье место. Четвертое место занял УАЗ, заняв 3,19%. И замыкает пятерку ЗАЗ –2,26% парка.

Лидерами по численности среди автомобилей, находящихся в эксплуатации в парке региона являются легковые автомобили категории В+ (31,91%). Около 17,16% парка края занимают автомобили класса С. Тройку лидеров замыкает транспорт категории SUV (8,90%). Следующей по численности группой в парке являются легковые автомобили класса D (3,90%).

На следующем этапе анализа автомобильной отрасли Волгоградской области следует изучить статистику продаж новых автомобилей по маркам на 2015 год.

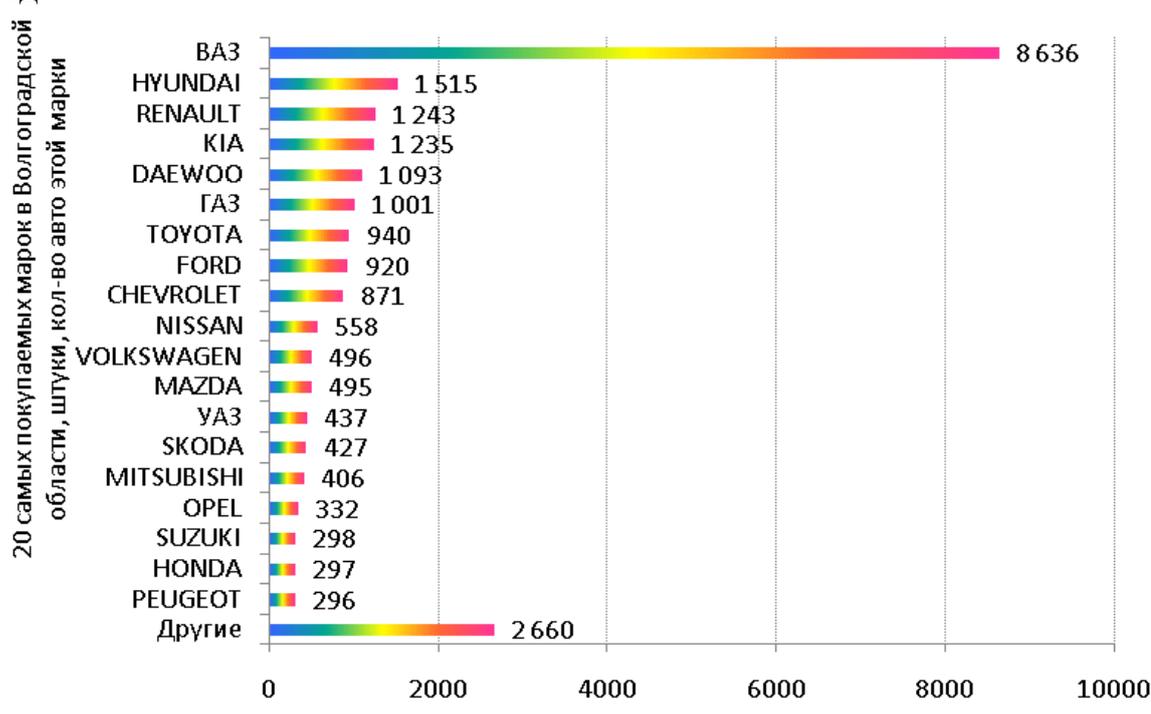


Рисунок 1 – Статистика продаж легковых и грузовых автомобилей, автобусов и LCV в Волгоградской области по маркам в 2015 году.

Всего в Волгоградской области продано в 2015 году 24 156 новых легковых автомобилей. За 2015 год больше всего было продано автомобилей марки: ВАЗ, HYUNDAI, RENAULT, KIA, DAEWOO. Суммарная доля пятерки лидеров превышает 56,8%. Анализ структуры рынка автомобилей Волгоградской области за 2015 года показал, что больше всего продано автомобилей марки ВАЗ (35,75% или 8 636 единиц) - первое место. В рейтинге продаж 2-е место занимает HYUNDAI – 1 515 автомобилей. Тройку

лидеров замыкает RENAULT (5,15% - 1243 автомобилей). Около 5% в объеме продаж региона за 2015 год занимают автомобили категории KIA, реализовав 1 235 автомобилей. По результатам продаж 2015 года 5-ку замыкает DAEWOO (4,52%).

Необходимо рассмотреть современные проблемы автомобильной промышленности: сохранить производство, как самой отрасли, так и имеющихся у поставщиков комплектующих и материалов. Для решения основных задач отрасли следует:

- восстанавливать и увеличивать объёмы производства;
- создавать предпосылки для освоения требуемых покупателями изделий.

Для решения этих задач нужно сосредоточить усилия в следующих направлениях:

1) во-первых, частичная модернизация изделий. Характер изменений должен быть достаточным, чтобы обеспечить устойчивый сбыт изделия, и в целом экономически целесообразным. В этом случае у производителя и поставщиков сохраняется неизменными большая часть основных фондов, сокращаются сроки и объёмы подготовки производства, остается клиентура, привыкшая к изделию, и т.п. Модернизация требует высокой квалификации в первую очередь дизайнеров, ибо, если ограничиться только улучшением технических характеристик при малоощутимых изменениях дизайна и декора, то в итоге можно получить при старых внешних формах новую высокую цену. Сигналом к переходу на модернизированное изделие могут служить выявившиеся дефекты, а также статистика рынка.

2) во-вторых, коренная модернизация изделий и проектирование новых моделей на базе уже существующих с целью наименьших затрат на научно – исследовательские работы (по существу, их обновление). Здесь используются технологические возможности производителя и поставщиков, но, как правило, требуется значительное дооснащение производства. При этом изготовление новых узлов (чаще всего в меньшей серийности) целесообразно организовывать при помощи уже имеющегося агрегатного или специального оборудования, обрабатывающих центров и т.п. Но, естественно, с использованием новой оснастки.

3) серьезным резервом восстановления и увеличения объемов выпускаемой продукции на ряде заводов, в-третьих, являются так называемые спецпроизводства, достаточно мощные по оснащенности, площадям и численности работников. Но при использовании такого уникального интеллектуально-производственного потенциала нужно, чтобы новое изделие имело определенную идеологическую и технологическую преемственность с ранее выпускаемым. Значит, нужны и меры по совершенствованию последнего в соответствии с новыми тактико-техническими требованиями, а также специально организованная система рекламы нового объекта производства на внешние рынки.

Рассмотренные выше меры, разумеется, не исчерпывают всех

возможных. Но они, безусловно, входят в число тех, которые позволят поднять объемы производства, загрузить персонал, создать определенные предпосылки для последующего роста. Однако требуемых темпов автомобилизации страны они не обеспечат. Для этого нужны инновационные, притом масштабные меры. Они неизбежны, если Россия хочет занять достойное место в ряду развитых стран. На этом этапе развития потребуются освоить технику новых поколений в капиталоемком массовом и серийном производстве, характерном для автомобилестроения. Причем тогда, когда оно лишено или располагает ограниченными инновационными возможностями. И вот здесь без масштабной помощи извне эту задачу действительно решить будет сложно. Поэтому самое главное для отрасли машиностроения – это государственная поддержка.

Использованные источники:

1. Амосенок, Э. П. Машиностроение как доминанта в стратегиях развития отраслей экономики / Э. П. Амосенок // ЭКО, 2015. - №1. - С. 75-76.
2. Базров, Б. М. Актуальные проблемы совершенствования машиностроительного производства и пути их решения / Б. М. Базров // Машиностроение и инженерное образование, 2014. - №1. - С. 15-18.
3. Березинская, О. Российский авторынок: 2015 год - `год великого перелома` / О. Березинская // Экономическое развитие России, 2016. - № 1. - С. 52-53.

*Нефёдова А.В.
магистрант 1 курса
факультет «Институт экономики и предпринимательства»
кафедра Университетского
менеджмента и инноваций в образовании
Нижегородский государственный университет
им. Н.И. Лобачевского
Россия, г. Нижний Новгород*

УПРАВЛЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННЫМИ КОНФЛИКТАМИ И ПРИЧИНЫ ИХ ПОЯВЛЕНИЯ

Аннотация

Данная статья посвящена рассмотрению причин конфликтов в организации и выявлению методов управления ими. На фоне изменения характера внутриорганизационных взаимодействий конфликт стал одной из важнейших характеристик организации, что делает, безусловно, избранную тему чрезвычайно актуальной.

Ключевые слова: *Конфликт, конфликт в организации, методы управления конфликтом, причины конфликтов, управленцы*

ORGANIZATIONAL CONFLICT MANAGEMENT, THEIR NATURE AND CHARACTERISTICS

Abstract

This paper deals the causes of conflict in an organization and to identify

management practices. Against the background of the changing nature of intraorganizational, conflict has become one of the most important characteristics of the organization, making, of course, this topic is extremely relevant.

Keywords: *Conflict, conflict in organizations, conflict management, causes of conflict, managers*

Конфликт – такое социальное, широкое, распространенное, повсеместное взаимодействие, которое протекает в форме противостояний, столкновений, противоборстве личностей или общественных сил, интересов, взглядов, позиций минимум двух сторон. Это неминуемая доля жизнедеятельности всякой фирмы, которая считается предсказуемым явлением, подверженным урегулированию. В связи с этим, любому управленцу нужно быть детально осведомленным по причине чего бывают организационные инциденты конфликтов, как их верно регулировать и всякий ли раз впоследствии него остаются лишь негативные последствия? Исследование данного вопроса имеет большое практическое и теоретическое значение.

Представители ранних школ управления, в том числе сторонники школы человеческих отношений (Э. Мэйо, М. Фоллетт, А. Маслоу), считали, что конфликт – это признак неэффективности деятельности организации и плохого управления, что приводит к дестабилизации организации, неудовлетворенности участников конфликта пребыванием в организации, отвлечению участников конфликта от решения задач организации. Благодаря тому, что многие люди считают конфликт неблагоприятным явлением, что людям не подвластно управление им, они на уровне интуиции его избегают, по мере возможности, также разработан основной путь предостережения конфликта, среди которых имеются следующие моменты:

- забота об сотрудниках, неизменный контроль удовлетворенности их нужд и тревог;
- правильное распределение сотрудников с учетом их индивидуально-психологических черт;
- ставить на первое место в коллективе принцип социальной справедливости, когда решаются любые задачи и вопросы, затрагивающие интересы коллектива и личности;
- проведение воспитательных курсов для сотрудников, чтобы создать высокую психологическую и педагогическую манеру общения.

У. Линкольн, а также теоретики и практики управления нашего времени все чаще склоняются к той точке зрения, что некоторые конфликты даже в самой эффективной организации при самых лучших взаимоотношениях не только возможны, но и желательны, ведь они приводят к конструктивным исходам, а именно к инициированию изменений, обновлений, прогресса, внимания, интереса и ресурсов для решения проблем, стимулированию более продуманных и обоснованных действий, вовлечению обычно пассивной части

сотрудников в решение организационных проблем, усилению групповой сплоченности. Надо только грамотно управлять конфликтом.

Роль конфликтов, вопрос управления ими, способы их разрешения в современном обществе велики до такой степени, что во второй половине XX в. выделилась специальная область знания – конфликтология. Огромную лепту в ее развитие, не считая социологии, философии и политологии внесла, конечно, психология. Конфликт в психологии – препирательство, столкновение несовместимых друг с другом течений, противоположно устремленных, в сознании отдельно взятой личности, в межличностных связях или межличностных корреляциях индивидов или групп людей, частью которого являются острые негативные волнения. [1]

Зарубежные специалисты по менеджменту (М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоурн) выделяют несколько главных этиологий конфликтов: скудность резервов; взаимосвязь задач; разногласия целях; разногласия представлениях и ценностях; разногласия в манере нравов и жизненном опыте; неудовлетворительные коммуникации.

Таблица – 1. Причины возникновения конфликтов и их характеристики

Этиологии конфликтов	Характеристики
Скудность резервов	Любые ресурсы всегда ограничены. Задачей руководства является оптимальное распределение ограниченных резервов между различными структурными подразделениями предприятия, иначе это неизбежно ведет к различному роду конфликта
Взаимосвязь задач	Все организационные системы состоят из взаимосвязанных частей. В случае если одно подразделение или отдельный работник исполняет обязанности несоответствующим образом, взаимосвязь задач станет этиологией конфликта
Разногласия в целях	Часто в организационных структурах по мере их роста и развития обнаруживается процесс специализации, т.е. деятельности в какой-либо узкой сфере. Это увеличивает вероятность конфликтов из-за того, что структуры сами формируют свои цели и могут уделять большее внимание их достижению, нежели выполнению целей всей организации
Разногласия в представлениях и ценностях	В действительности человек в первую очередь стремится обращать внимание, в основном, только на те обстоятельства, которые благоприятны для его личных потребностей или для коллектива, в котором он трудится. Необходимо обязательно учитывать привходящие

	обстоятельства
Разногласия в манере нравов и жизненном опыте	Люди существенно отличаются друг от друга. Встречаются люди особо агрессивные, авторитарные, безразличные по отношению к другим. Разногласия в жизненном опыте, образовании, возрасте усугубляют вероятность возникновения конфликта
Неудовлетворительные коммуникации	Коммуникации, являясь средством передачи информации, могут стать этиологией конфликта. Это наблюдается, к примеру, когда одни и те же слова могут иметь разное значение для разных людей. Возникновению конфликта содействуют информационные перегрузки, плохая обратная связь, искажение передачи информации. Особую остроту конфликт может снискать в случае возникновения в коллективе сплетен

Управленцы нередко сталкиваются со сложными административными ситуациями, среди которых конфликтные дела занимают главную позицию. В некоторых компаниях руководители используют 50% их рабочего времени на усвоение и улаживание разных конфликтных ситуаций.

Обнаружение причин социальной напряженности и окончание конфликта на ранней стадии его становления, соответственно сокращает издержки, с ним проявленные, и сокращает возможность негативных последствий.

Таблица 2 – Стадии развития конфликта

Этапы конфликта	Содержание управления (вид деятельности)
1. Возникновение и развитие конфликтной ситуации	Прогнозирование, предупреждение (стимулирование)
2. Осознание конфликтной ситуации хотя бы одним из участников социального взаимодействия	Предупреждение (профилактика, стимулирование)
3. Начало открытого конфликтного взаимодействия	Регулирование
4. Развитие открытого конфликта	Регулирование
5. Разрешение конфликта	Разрешение

Существует множество методов управления конфликтами. Для того, чтобы ими управлять необходимо понимать вариативность их этиологии. В целом их можно разделить на несколько групп, каждая из которых имеет свою сферу применения:

- внутри - личностные;
- структурные;
- межличностные;
- переговоры;
- соответствующие агрессивные действия.

Внутри - личностные методы влияют на отдельно взятую личность и заключаются в грамотной организации своего собственного поведения, в умении высказать свою собственную точку зрения, не вызывая защитной реакции со стороны оппонента. Методы используются для передачи другому индивиду личного отношения к определенному предмету без укоров и требований, но с целью изменения персонального отношения другого человека.

Структурные методы влияют преимущественно на участников организационных конфликтов, возникающих из-за неправильного распределения функций, прав и ответственности, плохую организацию труда, несправедливость системы мотивации и стимулирования работников и др.

К таким методам относятся:

- разъяснение должных инструкций на рабочем месте (каждый сотрудник обязан внятно представлять для себя свои прямые обязанности и права);
- использование координационных механизмов (принцип единоначалия облегчает использование иерархии для управления конфликтной ситуацией, так как подчиненные должны исполнять решения своего руководителя);
- проработка или уточнение совокупных целей компании (позволяет объединить усилия всех сотрудников организации, направить их на решение оперативных задач);
- создание объективных систем вознаграждения (оно положительно влияет на поведение, но важно, чтобы не поощрялось девиантное поведение отдельных лиц или группы лиц).

Межличностные методы подразумевают необходимость выбора адекватной формы влияния на этапах возникновения конфликтной ситуации или разворачивания конфликта для корректировки манеры персонального поведения его участников с целью предотвращения ущерба.

Переговоры предполагают комплект тактических способов, нацеленных на поиск взаимоприемлемых решений для сторон конфликта.

Принуждение означает попытки человека заставить принять его точку зрения любой ценой. Тот, кто пытается это сделать, не интересуется мнением других. Они применяются в чрезвычайных случаях, когда исчерпаны возможности всех предыдущих методов. [2]

Так же многообразна, как и сами конфликтные ситуации, тактика улаживания конфликтов. Однако, все они могут быть сведены к ниже следующим четырем основным:

- 1) Уклонение представляет уход от конфликта.
- 2) Сглаживание - такое поведение, как будто нет необходимости раздражаться.
- 3) Принуждение - применение законной власти или давление с целью навязать свою точку зрения.
- 4) Компромисс - уступка до некоторой степени другой точке зрения, является эффективной мерой, но может не привести к оптимальному решению. [3]

Извлекать максимальную полезность из конфликтов, становится первостепенной задачей служащих и менеджеров, когда они управляют им. Конфликт – очень многоструктурный процесс, назревающий медленно и никогда не появляющийся сразу. Грамотно и профессионально уметь иногда конфликтовать необходимо руководителю, так как от конфликтов никуда не деться, и они будут периодически возникать.

Таким образом, при правильном подходе управленца к проблеме конфликтов, возникающих в организации, при использовании различных методов управления конфликтами, вполне вероятно избежание возникновения деструктивных конфликтов, либо перевод их в конструктивное русло для достижения целей организации, то есть позитив, заключенный в природе конфликта, при правильном диагностировании и предсказании, можно извлечь.

Использованные источники:

1. В. П. Ступницкий, О. И. Щербакова, В. Е. Степанов. Психология: Учебник для вузов. - М.: Издательско- торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. — 520 с.
2. В. П. Басенко, Б. М. Жуков, А. А. Романов. Организационное поведение: современные аспекты трудовых отношений: Учебное пособие. –М.: Академия естествознания, 2009. – 384 с.
3. Шевчук Д.А. Конфликты. Избегать или форсировать? Все о конфликтных ситуациях на работе, в бизнесе и личной жизни / Д.А. Шевчук. – Санкт-Петербург: РОСБУХ, 2009. – 440 с.

*Никитина А. В.
студент 1 курса
Антипова Е. А.
старший преподаватель
кафедра МИАЭП
ФГБОУ ВО «Орловский государственный
университет имени И.С. Тургенева»
Россия, г. Орел*

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ СФЕРЕ

Ключевые слова: информатизация, туризм, информационные технологии, система бронирования.

В статье рассматривается проблема информатизации туристической деятельности, влияние информационных технологий на развитие этой сферы, а так же, актуальность развития туризма.

Информатизация - одна из наиболее ярких черт системы общественных отношений развитых стран. Человечество вступило в такой этап развития цивилизации, в котором информация/ знания играют определяющую роль во всех сферах деятельности людей. При этом информация становится в современном обществе важнейшим фактором экономического роста.

Необходимо понимать, что технологический прогресс является сегодня не только главным фактором обеспечения благосостояния нации, но и важнейшим условием процесса ее устойчивого развития. При этом приоритетное внимание должно быть уделено именно информационным технологиям, которые благодаря их особым свойствам катализатора будут активно содействовать технологическому прорыву страны не только в информационной сфере, но и во многих других не менее важных направлениях.

Международный и внутренний туризм представляет собой огромную отрасль по торговле услугами.

Основу туристической индустрии составляют фирмы туроператоры и турагенты, которые занимаются туристическими поездками, продажей их в виде путевок и туров; предоставляющие услуги по размещению и питанию туристов, их передвижению по стране, а также органы управления, информации, рекламы по исследованию туризма и подготовке для него кадров, предприятия по производству и продаже товаров туристского спроса.

Туризм – это информационно насыщенная деятельность. На данный момент существует не много отраслей, в которых сбор, обработка, применение и передача информации были бы настолько же важны для ежедневного функционирования, как в туристической индустрии. Услуга в туризме не может быть выставлена и рассмотрена в пункте продажи, как потребительские или производственные товары. Ее обычно покупают заранее и вдали от места потребления. Таким образом, туризм на рынке почти полностью зависит от изображений, описаний, средств коммуникаций и передачи информации.

Устройство туристической отрасли очень похоже на организацию любой другой экономической сферы деятельности.

Турагент - физическое или юридическое лицо, выступающее посредником по продаже сформированных туроператором туров. Туроператор - туристская организация, занимающаяся комплектацией туров.

К сожалению, сейчас, в эпоху информационных технологий, информатизация туристического агентства начинается обычно с использования таблиц в «Экселе» для ведения списка заказов и «Ворда» — для печати бланков. Часто агентства используют бесплатное программное обеспечение, которое позволяет автоматизировать печать шаблонов договоров и кассовых ордеров. Недостатки такого подхода — отсутствие возможности совместной работы над файлами и многократный ввод одних и тех же данных. Скажем, ФИО клиента нужно ввести как минимум трижды: в список, в договор и в приходный кассовый ордер. Более половины агентств так и остается на этой стадии «автоматизации», но оставшаяся половина идет дальше. В основном это крупные сети агентств либо туроператор.

Можно выделить три характерные черты туризма. Во-первых, это - разнообразная и интегрированная торговля услугами. Во-вторых, это - комплексная услуга, как с точки зрения производителя, так и потребителя. Наконец, это - информационно насыщенная услуга. Поэтому туризм - как международный, так и внутренний, - сфера растущего применения информационных технологий.

Система информационных технологий, используемых в туризме, состоит из компьютерной системы резервирования, системы проведения телеконференций, видеосистем, компьютеров, информационных систем управления, электронных информационных систем авиалиний, электронной пересылки денег, телефонных сетей, подвижных средств сообщения и т.д. При этом необходимо отметить, что эта система технологий разворачивается не турагентами, гостиницами или авиакомпаниями каждым в отдельности, а всеми ими. Более того, использование каждым сегментом туризма системы информационных технологий имеет значение для всех остальных частей.

Итак, из каких уровней состоит автоматизация туристического агентства?

- офисная оргтехника (телефон, факс, ксерокс);
- компьютеры с программным обеспечением MicrosoftOffice;
- специальное программное обеспечение, используемое для связи офисных программ с глобальными системами бронирования;
- наличие собственных интернет-магазинов.

Требуемый уровень автоматизации фирмы зависит, прежде всего, от количества клиентов. Для фирм с малым объемом реализуемых услуг достаточно использовать средства MicrosoftOffice (Excel, Word, E-mail и т.п.).

Необходимость использования специального программного обеспечения для автоматизации всей внутриофисной работы зависит от

объемов, и вида деятельности турфирмы, так как программное обеспечение для турагентов и туроператоров различается.

Комплексная автоматизация турфирмы включает в себя помимо внутриофисной автоматизации, делопроизводства, бухучета, наличие интернет-каналов и систем бронирования туристических услуг.

В настоящее время для информатизации используются следующие программы: Amadeus, Galileo, Worldspan и многие другие. В России всё более популярной становится программа - «Турфирма-Онлайн».

Версия представляет собой очень простую программу, с «шахматкой», которая может стать быстрым для освоения трамплином при переходе с бумажной версии ведения учета. Начать работу в ней можно практически сразу же. Основное окно программы – привычная «шахматка», непосредственно из которой можно управлять бронированиями.

Таким образом, уже сегодня российские туроператоры могут с помощью компьютерной системы бронирования сделать свой бизнес более динамичным и более прибыльным.

Использованные источники:

1. Аметустаева Д. М. Разработка системы управления конкурентоспособности туристического предприятия на основе информационных технологий // Междунар. науч.-исслед. журн. – 2015. – № 6–3 (37). – С. 11–14 [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/razrabotka-sistemy-upravleniya-konkurentosposobnosti-turisticheskogo-predpriyatiya-na...> (20.04.2016).
2. Бызова А. И. Инновации в туризме // Научное ведомство. – 2011. – №. 2 (7). – С. 33 [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/innovatsii-v-turizme-1> (20.04.2016).
3. Гаврилов А. Ю. Информационные технологии – эффективный инструмент развития туризма // Туризм: право и экономика. – 2004. – № 1. – С. 17–22.
4. Шаховалов Н.Н. Интернет-технологии в туризме//[Электронный ресурс] // Режим доступа: http://tourlib.net/books_tourism/shahovalov13.htm (20.04.2016)
5. Соловьева И. Когда клиент – соавтор и партнер // Турбизнес. – 2015. – № 10. – С. 36–37.

Никитина О.А., к.т.н.
доцент
кафедра «Менеджмента»
ФГБОУ ВПО «МГТУ им. Г.И. Носова»
Россия, г. Магнитогорск
Слободяник Т.М., к.т.н.
доцент
кафедра «Инжиниринг технологического оборудования»
НИТУ «МИСиС»
Россия, г. Москва

ИНФОРМАЦИОННОЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ АНАЛИЗА ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Статья посвящена рассмотрению вопросов эффективности информационного обеспечения для проведения финансового анализа организации. Рассмотрены методы финансового анализа и источники экономической информации для его проведения. Представлены способы и приемы, используемые при проведении финансового анализа.

Ключевые слова: финансовый анализ, экономическая информация, финансово-экономическая деятельность, источники информации, экономический анализ.

The article is devoted to consideration of issues of efficiency of information support for conducting a financial analysis of the organization. Reviewed methods of financial analysis and sources of economic information for it. Presents methods and techniques used in conducting financial analysis.

Key words: financial analysis, economic information, financial activities, sources of information, economic analysis.

Комплексность, глубина и эффективность финансового анализа зависит от объема и качества информации, которая используется при его проведении. Экономическая информация представляет собой совокупность сведений о финансово-экономической деятельности предприятия, охватывает все области его хозяйственной деятельности (таблица 1).

Таблица 1 – Информационная база анализа финансового состояния

Группы источников информации	Источники информации
1	2
Плановые источники информации	Все виды планов (перспективные, текущие, оперативные), а также различные нормативы (нормы расхода сырья, материалов, топлива, электроэнергии, расценки, тарифные ставки, нормы выработки, амортизационные отчисления, данные проектно-сметных документов). Объем плановой информации относительно невелик.
Учетные источники информации	Документы бухгалтерского учета и отчетности (ф.№1 «Бухгалтерский баланс», ф.№2 «Отчет о финансовых результатах», ф.№3 «Отчет об изменениях капитала», ф.№4 «Отчет о движении

	денежных средств», ф.№5 «Приложение к бухгалтерскому балансу», первичная учетная документация), данные статистического и оперативного учета.
Внеучетные источники информации	Документы, регулирующие хозяйственную деятельность: - официальные документы федеральных и местных органов власти, приказы и распоряжения руководства предприятия, акты ревизий и обследований; - хозяйственно-правовые документы: договоры, соглашения, решения арбитражных и иных судебных органов, рекламации; - решения общих собраний коллектива предприятия, акционеров; - проектно-конструкторская и технологическая документация; - материалы изучения передового опыта, полученные из различных источников информации.

Цели финансового анализа достигаются в результате решения определенного взаимосвязанного набора аналитических задач, реализация которых возможна на основе организационных; информационных; технических; методических возможностей предприятия. Практика финансового анализа выделяет шесть общепринятых методов анализа (таблица 2).

Таблица 2 – Методы финансового анализа

Метод финансового анализа	Сущность метода
1	2
Горизонтальный (временной)	Сравнение отчетных финансовых показателей с плановыми показателями, либо с показателями предыдущего периода.
Вертикальный (структурный)	Определение структуры итоговых финансовых показателей с выявлением влияния каждой позиции отчетности на результат в целом.
Трендовый	Сравнение каждой позиции отчетности с рядом предшествующих периодов и определение тренда, т.е. основной тенденции динамики показателя, очищенной от случайных влияний.
Сравнительный (пространственный)	Сравнение показателей отчетности: с планом; со среднеотраслевым уровнем; с данными конкурентов; со средними общеэкономическими данными; с данными отдельных подразделений компании между собой; с экономической моделью.
Анализ относительных показателей (коэффициентов)	Расчет отношений данных отчетности, определение взаимосвязей показателей. Абсолютные показатели недостаточно характеризуют исследуемые явления и процессы, т.к. не имеют базы сравнения, поэтому используются относительные показатели. Исчисляются в процентах, коэффициентах или индексах.
Факторный	Анализ влияния отдельных факторов (причин) на результативный (обобщающий) показатель. Факторный анализ может быть как прямым (собственно анализ, представляющий раздробление результативного показателя на составные части), так и обратным (синтез), когда его отдельные элементы соединяют и общий результативный показатель.

Перечисленные методы анализа способствуют аналитическому прочтению финансовых отчетов, исходной базой которых, прежде всего, являются данные бухгалтерского учета и отчетности.

При проведении финансового анализа используются определенные способы и приемы, которые условно можно объединить в две группы: традиционные (рисунок 2) и математические [1].

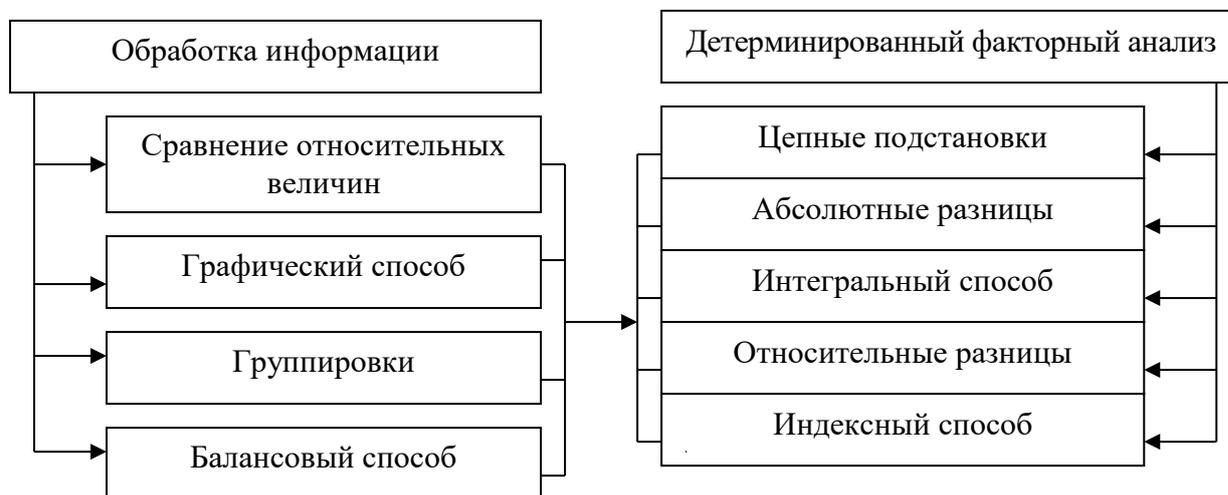


Рисунок 2 – Традиционные способы финансового анализа

В экономическом анализе сравнение относительных величин используется для решения всех его задач как основной или вспомогательный способ. Наиболее типичными ситуациями, когда используется сравнение, являются следующие: сравнение фактических показателей с показателями прошлых лет для определения тенденций развития экономических процессов; сопоставление результатов деятельности до и после изменения какого-либо фактора с целью расчета влияния факторов при подсчете резервов и др.

Графический способ может быть использован при решении методических задач анализа и, в первую очередь, при построении разнообразных схем для наглядного изображения внутреннего строения изучаемого объекта, взаимосвязи между результативными и факторными показателями.

Группировка информации представляет собой деление изучаемой совокупности объектов на количественно однородные группы по ряду признаков. Правильная группировка информации дает возможность изучать зависимость между показателями, более глубоко разобраться в сущности изучаемых явлений, систематизировать результаты анализа.

Балансовый способ применяется при изучении соотношения двух групп взаимосвязанных показателей, итоги которых должны быть равны между собой. Особенно широко распространено использование данного способа при анализе правильности размещения и использования хозяйственных средств и источников их финансирования.

Характеристика способов измерения влияния факторов в

детерминированном анализе представлена в таблице 3.

Таблица 3 – Способы измерения влияния факторов в детерминированном анализе

Способ	Сущность способа
1	2
Способ цепных подстановок	Используется для расчета влияния факторов во всех типах детерминированных факторных моделей. Этот способ позволяет определить влияние отдельных факторов на изменение величины результативного показателя путем постепенной замены базисной величины каждого факторного показателя в объеме результативного показателя на фактическую в отчетном периоде. С этой целью определяют ряд условных величин результативного показателя, которые учитывают изменение одного, затем двух трех и так далее факторов, допуская, что остальные не меняются. Сравнение величины результативного показателя до и после изменения уровня того или другого фактора позволяет элиминироваться от влияния всех факторов, кроме одного, и определить воздействие последнего на прирост результативного показателя.
Способ абсолютных разниц	Применяется для расчета влияния факторов на прирост результативного показателя в мультипликативных (модели умножения) и моделях смешанного типа. Способ применяется, если исходные данные уже содержат абсолютные отклонения по факторным показателям. При его использовании величина влияния факторов рассчитывается умножением абсолютного прироста исследуемого фактора на плановую (базисную) величину факторов, которые находятся справа от него, и на фактическую величину факторов, расположенных слева от него в модели.
Интегральный способ	Является наиболее сложным способом по сравнению с другими способами измерения влияния факторов в детерминированном анализе. В этом способе расчеты проводятся на основе базовых значений показателей, а ошибка вычислений распределяется между факторами поровну.
Способ относительных разниц	Применяется для расчета влияния факторов на прирост результативного показателя в мультипликативных моделях и моделях смешанного типа. Применяется в тех случаях, когда исходные данные содержат уже определенные ранее относительные отклонения факторных показателей в процентах или коэффициентах.
Индексный способ	Способ основан на относительных показателях динамики, пространственных сравнений, выполнения плана, выражающих отношение фактического уровня анализируемого показателя в отчетном периоде к его уровню в базисном периоде (или к плановому или по другому объекту). С помощью агрегатных индексов можно выявить влияние различных факторов на изменение уровня результативных показателей мультипликативных и кратных (модели деления) моделях.

Применение математики в экономике [2] принимает форму экономико-математического моделирования. С помощью экономико-математической

модели с использованием соответствующей символики изображается тот или иной экономический процесс. Такая модель может быть сконструирована на основе глубокого теоретического исследования экономической сущности процесса. К математическим способам экономического анализа относятся способы детерминированного факторного анализа (корреляционный анализ) и способы оптимизации показателей (экономико-математические методы).

Таким образом, результативность финансового анализа во многом зависит от организации и совершенства его информационной базы. Основным источником информации для анализа финансового состояния является бухгалтерская финансовая отчетность. Практика финансового анализа выделяет шесть общепринятых методов анализа: горизонтальный; вертикальный; трендовый; сравнительный; коэффициентный; факторный. Все аналитические способы можно разделить на две группы: традиционные и математические. В качестве способов измерения влияния факторов в детерминированном анализе могут быть использованы способ цепных подстановок; способ абсолютных разниц; интегральный способ; способ относительных разниц; индексный способ. Применение тех или иных методов, способов и приемов финансового анализа зависит от целей анализа, количества и качества исходной аналитической информации, опыта аналитика, наличия компьютерных информационных систем.

Использованные источники:

1. Селезнева, Н.Н., Ионова А.Ф. Финансовый анализ: учебное пособие [Учебник] / Н.Н. Селезнева, А.Ф. Ионова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 415 с.
2. Никитина О.А., Слободяник Т.М. Принятие управленческих решений на основе применения финансовых и экономических методов оценки эффективности инвестиционных проектов предприятия // Экономика и политика. – 2015, № 1(4). – С. 75-81.

Никитина О.А., к.т.н.

доцент

кафедра «Менеджмента»

ФГБОУ ВПО «МГТУ им. Г.И. Носова»

Россия, г. Магнитогорск

Слободяник Т.М., к.т.н.

доцент

кафедра «Инжиниринг технологического оборудования»

НИТУ «МИСиС»

Россия, г. Москва

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ

Статья посвящена рассмотрению условий повышения конкурентоспособности организации. Одним из условий повышения конкурентоспособности организации является разработка стратегии его

развития, одна из основных функций менеджмента. Под стратегией понимается образ организационных действий и управляющих подходов, используемых для достижения организационных задач и целей организации по повышению конкурентоспособности предприятия.

Ключевые слова: стратегическое управление, конкурентоспособность, производственно-хозяйственная деятельность, предприятие, направление развития.

The article is devoted to consideration of conditions of increase of competitiveness of the organization. One of the conditions for increasing the competitiveness of the organization is to develop its development strategy, one of the main functions of management. Under the strategy refers to the way of organizational activities and managerial approaches used to achieve organizational goals and objectives of the organization to improve the competitiveness of enterprises.

Key words: strategic management, competitiveness, production and business activities, the enterprise development direction.

Можно выделить семь граней проявления стратегического управления как идеи эффективного руководства повышением конкурентоспособности предприятия. Первую грань стратегического управления конкурентоспособностью предприятия можно определить как целенаправленное творчество компетентной и высокомотивированной команды руководителей (в первую очередь, высшего звена) и сотрудников предприятия. Вторую грань можно представить как философию бизнеса и менеджмента, благодаря которой предприятие на основе законов организации и самоорганизации сможет добиться снижения хаоса и увеличения порядка. Третья грань управления повышением конкурентоспособности предприятия характеризует его как эволюционный этап развития системы корпоративного планирования, которая естественно связана с эволюцией уровня знаний в менеджменте и включает элементы всех предшествующих систем управления. Четвертая грань представляет собой динамическую совокупность взаимосвязанных управленческих процессов принятия и осуществления решений, с целью сохранения конкурентных преимуществ предприятия в долгосрочной перспективе, на основе моделей стратегического управления. Пятая грань характеризует управление повышением конкурентоспособности предприятия как систему интегрированного внутрифирменного планирования, обеспечивающую равновесие между стратегической и текущей ориентацией деятельности предприятия на основе координации стратегических, среднесрочных и тактических планов. Шестая грань - это идеи управления конкурентоспособностью на основе маркетингового подхода. Седьмая грань - это совокупность процедур, обеспечивающих функционирование системы стратегического управления предприятия: процедура осуществления процесса планирования и порядок действий при планировании; состав команды плановиков; график и содержание совещаний по планированию; система контроля, которая должна содержать систему

отчетности и структуру совещаний [1].

Таким образом, управление повышением конкурентоспособности предприятия - это такое управление организацией, которое опирается на человеческий потенциал высокомотивированных сотрудников как основу организации; стремится к всестороннему развитию отношений с потребителями с целью удовлетворения его потребностей за счет производства продукции и предоставления услуг, близких к идеалу; осуществляет гибкое регулирование и своевременные изменения в организации, отвечающие вызову со стороны окружения и позволяющие добиваться конкурентных преимуществ, что в совокупности позволяет организации выживать и достигать своей цели в долгосрочной перспективе.

Разработать стратегию предприятия – значит определить общие направления развития для достижения долговременных конкурентных преимуществ и других корпоративных целей. Именно стратегия устанавливает направление деятельности предприятия: рост, стабилизацию, сокращение или комбинация вариантов; решения о конкретных товарах и рынках для направления финансовых и трудовых ресурсов, определение типа конкурентного преимущества.

Стратегию можно рассматривать как детальный всесторонний комплексный план, направленный на осуществление миссии и достижение целей предприятия с максимальной эффективностью. Основная задача такого плана – обеспечение нововведений и изменений в организации в соответствии с переменами в окружающей среде.

Внутренняя координация является неотъемлемой частью стратегии и включает координацию стратегической деятельности организации с целью обеспечения эффективности внутренних операций.

Основой успеха в бизнес-деятельности является создание устойчивого конкурентного преимущества, которое определяется способностью предприятия предложить товар или услугу, превосходящие по воспринимаемой потребителями ценности товар или услугу конкурентов.

Стратегическое управление – это деятельность, направленная на достижение основных поставленных целей и задач организации, определенных на основе предвидения возможных изменений окружающей среды и организационного потенциала, путем координации и распределения ресурсов [2].

Обобщая рассмотренные особенности, можно выделить следующие преимущества стратегического подхода к управлению:

- обеспечение направленности развития всей организации посредством постановки целей и задач;
- гибкая реакция и своевременные изменения в организации, отвечающие вызову со стороны окружения и позволяющие добиваться конкурентных преимуществ, что дает возможность организации выживать в долгосрочной перспективе и достигать своих целей;
- возможность для руководителей оценивать альтернативные

варианты распределения ресурсов организации и принимать скоординированные решения на всех уровнях управления, связанных с действующей стратегией;

– создание среды, способствующей активному, творческому, инициативному управлению и противодействующей пассивному реагированию на изменившуюся ситуацию [2].

Фирма, стремящаяся стать конкурентоспособной, может избрать для достижения этой цели разные пути, но сделать выбор она должна обязательно. Если фирма не определилась со стратегией конкурентной борьбы, то это – нежелание выбрать способ, которым она хочет вести конкурентную борьбу. Такие фирмы оказываются в чрезвычайно плохом стратегическом положении. Их доля на рынке недостаточна, они испытывают нехватку инвестиций, и таким фирмам почти гарантирована низкая норма прибыли.

Процесс стратегического управления предприятием – один из сложнейших видов управленческой деятельности, в котором можно выделить следующие этапы:

- анализ окружающей среды (внутренней и внешней);
- определение общего направления развития организации;
- формулирование стратегии;
- реализация стратегии;
- контроль за реализацией стратегии.

Каждое предприятие функционирует в сильно дифференцируемой среде, поэтому разработка стратегии его поведения в значительной степени обусловлена факторами взаимодействия и влияния среды на стратегию предприятия.

В общем виде анализ среды фирмы есть процесс мониторинга организационного окружения, идентифицируемый с настоящими и будущими угрозами и благоприятными возможностями, которые могут влиять на способность фирмы к достижению ее целей. В данном случае организационное окружение представляет собой набор факторов внешней и внутренней ситуации организации, которые могут способствовать ее продвижению вперед для достижения поставленных целей. Наиболее распространенным методом анализа среды является метод SWOT. Аббревиатура составлена из первых букв английских слов: Strengths – силы, Weakness – слабость, Opportunities – возможности, Threats – угрозы.

Необходимо отметить, что анализ среды – очень важный этап для выработки стратегии организации. Одновременно это весьма сложный процесс, требующий внимательного отслеживания происходящих в среде процессов, оценки факторов установления связи между факторами, а также теми сильными и слабыми сторонами, возможностями и угрозами, которые заключены во внешней среде.

В процессе своего функционирования и удовлетворения своих потребностей предприятие, как субъект хозяйственной деятельности, вынуждено вступать в конкурентные отношения с другими субъектами,

действующими на этой же территории, – своими конкурентами. В условиях рынка, для того чтобы обеспечить себе право на определенную долю рынка в подобном "столкновении интересов", предприятию необходимо обладать определенными конкурентными преимуществами, наличие которых и определяет успех конкурентного участника конкурентных отношений.

Очевидно, что предприятие "черпает свою силу" сразу из нескольких источников. Однако практически всегда можно выделить одно (иногда более) основное конкурентное преимущество, потеря которого имеет в долгосрочном плане "фатальные" для субъекта последствия на данном рынке. Данный тип конкурентных преимуществ называется доминантным. Утрата "обыкновенного" конкурентного преимущества лишь изменяет конкурентное положение СХД, которое он занимает относительно своих конкурентов, но не угрожает его жизнеспособности в целом.

Факторы, обеспечивающие предприятию высокие достижения, обычно увязывают с понятием "стратегические факторы успеха". Главная предпосылка их формирования заключается в способности предприятия уяснить и удержать в течение длительного времени свои преимущества как производителя товара по сравнению с конкурентами.

Требования, которым должны отвечать конкурентные преимущества, чтобы считаться стратегическим фактором успеха:

- обеспечивать уникальность собственной марки по сравнению с конкурирующими в течение длительного времени, для чего сильные стороны данной фирмы соотносятся со слабыми сторонами соперника;
- удовлетворять специфические потребности клиента. Иными словами, относительно сильные стороны предприятия должны давать релевантную выгоду данной целевой группе потребителей;
- строиться на специфических способностях и ресурсах предприятия, которые должны быть оригинальными по сравнению с конкурирующими предприятиями и которые трудно или невозможно имитировать.

Многие переменные, характеризующиеся в специальной литературе как факторы успеха, касаются ресурсов и способностей предприятия. Выдающихся достижений на рынке можно добиться не просто посредством превосходных ресурсов и способностей предприятия, а благодаря их адекватному применению. Например, такие параметры, как квалификация персонала или организационная культура, становятся основой укрепления позиции товарной марки в сознании потребителя, если в результате их использования создается эффективная услуга.

Для многих предприятий главная проблема заключается в том, чтобы конкурентные преимущества, пребывающие в форме ресурсов и способностей преобразовать и реализовать на рынке, и тем самым создать стратегические факторы успеха.

Следует проводить различие между стратегическими факторами успеха и потенциалом предприятия. Так, потенциал характеризует способности и

ресурсы предприятия, с помощью которых оно может устойчиво обеспечивать высокие достижения. Стратегические факторы успеха, в свою очередь, опираются на стратегический потенциал и отличаются от него тем, что непосредственно влияют на рыночный эффект, так как напрямую воспринимаются клиентом.

Если предприятие располагает, например, потенциалом в виде современной технологии, то эту возможность оно должно внедрить на рынок таким образом, чтобы его продукция приобрела в глазах потребителя большую потребительную стоимость или имела более благоприятную цену по сравнению с конкурирующими марками. Формирование потенциала успеха на диверсифицированных предприятиях происходит, например, путем обмена "ноу-хау" между различными хозяйственными областями или благодаря объединению их усилий по созданию благ. В обоих случаях в результате синергического эффекта закладывается основа для снижения издержек или увеличения потребительной стоимости продукта. По новой терминологии, способность или ресурсы, охватывающие все хозяйственное поле, выражаются понятием ключевой компетенции.

В общем виде задача стратегического управления заключается в ориентации ресурсов и способностей предприятия на внешнюю среду таким образом, чтобы создать необходимый потенциал успеха [3]. В рамках стратегического менеджмента можно выделить две главные задачи создания потенциала успеха:

1) на основе анализа внешней и внутрифирменной обстановки идентифицировать и развивать будущий потенциал успеха;

2) обеспечивать трансформацию потенциала успеха в факторы успеха.

Цель анализа потенциала – выявить возможности предприятия. В центре внимания находятся вопросы: "Какие особые способности имеет фирма?", "В каких областях она не имеет достаточной компетенции?".

Анализ потенциала должен включать практически все сферы деятельности предприятия: менеджмент, производство, научные исследования, финансы, маркетинг и др. Наиболее подходящим способом сбора информации о потенциале фирмы является систематическое рассмотрение всех этих направлений. Источником количественных показателей может служить внутренняя документация. Оценка качественных характеристик может проводиться экспертами.

Экономический потенциал предприятия – это совокупность ресурсов (трудовых, материальных, нематериальных, финансовых и др.), имеющихся в распоряжении предприятия, и способности его сотрудников и менеджеров к использованию ресурсов с целью создания товаров, услуг и получения максимального дохода. Для экономического потенциала предприятия характерны четыре основные черты:

1. Экономический потенциал предприятия определяется его реальными возможностями в той или иной сфере экономической деятельности. При этом не только реализованными возможностями, но и нереализованными по каким-

либо причинам.

2. Возможности любого предприятия во многом зависят от имеющихся у него ресурсов и резервов (экономических, социальных), не задействованы в производстве. Поэтому потенциал предприятия характеризуется также и определенным объемом ресурсов и резервов как вовлеченных, так и не вовлеченных в производство, но подготовленных к использованию в нем.

3. Обладание ресурсами является необходимым, но недостаточным условием для успеха в любом бизнесе. Необходимо умение распорядиться имеющимися ресурсами, что является задачей номер один в любом бизнесе. Менеджеру следует помнить, что потенциал предприятия определяется не только и не столько имеющимися у него возможностями и ресурсами, сколько его способностями к их использованию с целью создания товаров, услуг и получения максимального дохода.

4. Уровень и результаты реализации потенциала предприятия (объем созданной продукции или доходов) определяются также выбранной формой предпринимательства и соответствующей ей организационной структурой предприятия.

Итак, модель экономического потенциала любого предприятия определяется следующими факторами:

– объемом и качеством имеющихся у него ресурсов: численностью занятых, основными производственными и непроизводственными фондами, оборотными фондами или материальными запасами, финансовыми и нематериальными ресурсами – патентами, лицензиями, информацией, технологией);

– способностями сотрудников (специалистов, рабочих, вспомогательного персонала) к созданию какой-либо продукции, то есть их образовательным, квалификационным, психофизиологическим и мотивационным потенциалом;

– способностями менеджмента оптимально использовать имеющиеся у предприятия ресурсы, подготовкой, талантом и профессиональной адаптацией менеджеров, умением создавать и обновлять организационные структуры предприятия;

– инновационными способностями, то есть способностями предприятия к обновлению производства, смене технологии и т.п.;

– информационными способностями, то есть способностями обрабатывать и "переваривать" информацию для использования ее в производстве;

– финансовыми способностями: кредитоспособностью предприятия, внутренней и внешней задолженностью и др.

В сумме они образуют совокупную (экономическую и социальную) способность предприятия, которая при сравнении с аналогичной способностью других предприятий отражает уровень его конкурентоспособности.

Использованные источники:

1. Лоскутова, М.В. Анализ теорий конкуренции и конкурентоспособности / М.В. Лоскутова // Социально-экономические явления и процессы. - 2011. - № 9. - 258 с.
2. Вачугов Д.Д., Беризкина Т.Е., Кислякова Н.А. Основы менеджмента: Учебник для вузов. М.: Высшая школа, 2010. 376 с
3. Никитина О.А. , Слободяник Т.М. Управление затратами в системе управления в составе общей стратегии управления предприятием. // Экономика и социум - № 2, 2016, С. 1274-1280.

Никитина О.А., к.т.н.

доцент

кафедра «Менеджмента»

ФГБОУ ВПО «МГТУ им. Г.И. Носова»

Россия, г. Магнитогорск

Слободяник Т.М., к.т.н.

доцент

кафедра «Инжиниринг технологического оборудования»

НИТУ «МИСиС»

Россия, г. Москва

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ АНАЛИЗА ЛИКВИДНОСТИ БАЛАНА

Статья посвящена рассмотрению оценки платежеспособности организации, которой обычно предшествует последовательное изучение состояния активов и обязательств по однородным группам, выявление их качественных характеристик, влияющих на прибыль и уровень капитализации организации. Анализ качества активов и обязательств, представляет собой подготовительный этап оценки деятельности, обеспечивающий разработку мер выхода из кризисных ситуаций и стабильность в работе.

Ключевые слова: активы, ликвидность, ликвидные активы, неликвидные активы депозиты, кредиты, кредиторы, оценка платежеспособности.

The article is devoted to evaluation of solvency of the organization, which is usually preceded by a consistent study of the status of assets and liabilities by homogeneous groups, identification of their quality characteristics, affecting the profit, and the capitalization level of the organization. Quality analysis of assets and liabilities, represents the preparatory stage of the evaluation activities, ensuring the development of measures of crisis management and stability. Key words: asset liquidity, liquid assets, illiquid assets, deposits, loans, lenders, the assessment of solvency.

Методика анализа предполагает определение основных качественных характеристик активов и обязательств. Понятие «качество активов»

объединяет такие критерии, как степень ликвидности, доходность, диверсифицированность активов и степень риска вложений.

Активы организации по степени ликвидности, в свою очередь, подразделяются на первоклассные активы, ликвидные активы, медленно реализуемые активы и неликвидные активы. По доходности активы распределяются на: активы, приносящие доходы, и активы, не приносящие доходы.

Коммерческие организации, работающие в условиях кризиса, обязаны изучить состав и структуру ликвидных средств по степени диверсифицированности активов, сгруппировав их по типам контрагентов, по срокам вложенных средств, по отраслям экономики и т.д. В процессе такой работы организация может определить первоклассные стандартные активы, приносящие стабильно высокие доходы, и в то же время избавиться от имеющихся проблемных и сомнительных активов.

Обязательства организаций, как известно, возникают по мере привлечения ресурсов. Качество обязательств оценивается на основе четырех критериев: стабильность, срочность, платность и диверсифицированность привлеченных и заемных средств. Однако решение многих практических задач требует оценки качества обязательств по типу летучих, срочных и некоторых других признаков, определяющих возможность использования привлеченных средств для кредитования отраслей экономики.

Совокупность факторов, под воздействием которых формируются платежеспособность и ликвидность организации, свидетельствует о первостепенной важности поддержания определенных объективно необходимых соотношений между тремя составляющими: собственным капиталом, привлеченными и размещенными средствами путем оперативного управления их структурными элементами.

Таким образом, анализ активных и пассивных операций организации, оценка соответствия привлеченных и размещенных средств по срокам и объемам, а также достаточности капитала являются необходимыми направлениями оценки платежеспособности организации.

Основными качественными факторами, определяющими ликвидность, являются виды привлеченных депозитов, их источники и стабильность. Поэтому анализ депозитной базы служит отправным моментом в анализе ликвидности организации в поддержании его надежности.

Используя методы сравнительного анализа пассивных операций, можно выявить изменения в объемах этих операций, определить воздействие их на ликвидность организации. Основное место в ресурсах организаций занимают привлеченные депозиты, расчетные и текущие счета. Привлеченные средства по срокам востребования, т.е. степени ликвидности, могут быть подразделены для анализа на следующие подгруппы: 1. Срочные депозиты. 2. Депозиты да востребования (средства государственного бюджета и бюджетных организаций, расчетные и текущие счета предприятий, организаций, кооперативов, арендаторов, предпринимателей, населения, а также средства в

расчетах). 3. Средства, поступившие от продажи ценных бумаг. 4. Кредиторы. 5. Кредиты других банков. Удельный вес отдельных подгрупп в общей сумме привлеченных средств характеризует место и роль в кредитном потенциале каждого вида ресурса и соответствующих экономических контрагентов.

В процессе осуществления депозитной политики организациям целесообразно использовать следующий математический инструментарий.

1) При определении среднего срока хранения вкладов, который отражает в динамике стабильность вкладов, что особенно важно для оценки вкладов в качестве ресурсов краткосрочного кредитования [1].

$$C_{д} = \frac{O_{ср}}{B} \times D, \quad (1)$$

где СД - средний срок хранения в днях;

Оср- средний остаток вкладов;

В - оборот по выдаче вкладов;

Д - количество дней в периоде.

2. При определении уровня оседания средств, поступивших во вклады:

$$O_{..} = \frac{i . - i .}{i} \times 100, \quad (2)$$

где Ок - остаток вкладов на конец года;

Он - остаток вкладов на начало года;

П - поступления во вклады.

3. При определении доли средств от плановой выручки, оседающей на расчетном счете, которая без ущерба для предприятия может быть помещена на срочный депозитный счет:

$$D_{ос} = P_{пл} \times \frac{O_{ср}}{P_{факт}} \times 100, \quad (3)$$

где Дос - доля средств от плановой выручки предприятия, которая может быть помещена на срочный депозитный счет в планируемом периоде:

Оср - средний остаток средств на расчетном счете за соответствующий период прошлого года (3, 6, 9, 12 месяцев), рассчитывается как средняя хронологическая на основании фактических остатков на месячные или квартальные даты;

Пфакт - фактические поступления на расчетный счет (фактическая реализация за соответствующий период прошлого года);

Ппл - ожидаемые поступления на расчетный счет (план по реализации) в планируемом периоде.

В процессе анализа ликвидности баланса целесообразно выявить меру соблюдения принципов ликвидности с помощью поддержания оптимального соотношения между сроками депозитов и сроками средств, размещаемых в активных операциях. Анализ целесообразно проводить путем расчета следующих коэффициентов [2]:

К1- коэффициент ликвидности для ресурсов с ограниченной ликвидностью (средства на счетах до востребования, средства на срочных

вкладах со сроками до 6 месяцев);

К2 - коэффициент ликвидности для ресурсов со средней ликвидностью (средства на срочных счетах со сроком от 6 месяцев до 1 года);

К3- коэффициент ликвидности для ресурсов с высокой ликвидностью (средства на срочных счетах со сроком от года до 4 лет).

Все три коэффициента ликвидности могут быть рассчитаны по одной формуле:

$$K_{л} = \frac{З_{к}}{P} \times 100 \quad (4)$$

где Кл - коэффициент ликвидности (К1, К2, К3);

Зк- задолженность по ссудам, предоставленным соответственно на 6 месяцев, на год, от года до 4 лет;

Р- привлеченные депозиты соответственно с указанными коэффициентами на срок до 6 месяцев, до года, от года до 4 лет.

Указанные коэффициенты должны быть, как правило, ниже 100%.

Дополнительными факторами поддержания ликвидности являются ограничение размера кредита, предоставленного одному заемщику частью собственных средств учреждения организации, и выдача кредита возможно большему числу клиентов при сохранении общего объема кредитования, что минимизирует потери организации от нарушения возврата ссуд.

Финансовое состояние организации характеризуется показателями ликвидности и платежеспособности [3].

Ликвидность характеризует степень надежности организации и его возможности своевременно выполнять обязательства перед своими клиентами. Ликвидность баланса оценивается при помощи коэффициентов, которые отражают соотношения различных статей актива баланса с определенными статьями пассива или пассивов с активами.

В практической деятельности организации рассчитывают несколько показателей ликвидности. Методика их расчета и нормативные значения определяются ЦБ РФ и по мере необходимости пересматриваются. Для расчета коэффициентов ликвидности выделяют ликвидные активы, а из них - высоколиквидные.

Коэффициент мгновенной ликвидности (Н2) определяется как отношение суммы высоколиквидных активов (ЛАМ) к сумме обязательств по счетам до востребования (ОВМ):

$$Н2 = ЛАМ / ОВМ * 100 \quad (5)$$

Этот коэффициент показывает, в какой мере ликвидная часть активов организации может быть использована для единовременного погашения обязательств до востребования, по которым вкладчики могут потребовать возврата средств в любое время. Минимально допустимое его значение установлено ЦБ РФ в размере 20% с 01.01.98г.

Коэффициент текущей ликвидности (Н3) рассчитывается как отношение суммы ликвидных активов (ЛАТ) к сумме обязательств до востребования и со сроком до 30 дней (ОВТ):

$$H3 = \text{ЛАг} * 100 / (\text{ОВм} + \text{ОВр}) * 100, \quad (6)$$

Минимально допустимое значение коэффициента текущей ликвидности, установленное ЦБ РФ с 01.02.99 г. в размере 70%. Выполнение этого требования означает, что организация способна исполнить свои обязательства на текущий момент времени и им соблюдаются сроки привлечения вкладов и их размещения на финансовом рынке.

Коэффициент долгосрочной ликвидности (H4) определяется отношением всей долгосрочной задолженности организации сроком свыше года, включая выданные кредиты (Kpг) к капиталу организации и его обязательствам по депозитным счетам, полученным кредитам и другим долговым обязательствам на срок свыше одного года (OD):

$$H4 = Kpг + (K + OD) * 100, \quad (7)$$

Максимально допустимое значение этого коэффициента определено ЦБ РФ в размере 120% с 01.01.98 г.

Коэффициент общей ликвидности (H5) организации определяется отношением ликвидных активов к общей сумме активов за минусом обязательных резервов (PO):

$$H5 = \text{ЛАг} / (A - PO) * 100, \quad (8)$$

ЦБ РФ установил минимально допустимое значение этого коэффициента в размере 20% с 01.01.98 г. Соблюдение этого соотношения показывает минимальную долю ликвидных активов, при которой одновременно будет обеспечен достаточный уровень ликвидности. Значение коэффициента ниже 20% свидетельствует о потере ликвидности, а при повышении коэффициента - организация будет нести потери по доходам от активных операций.

Платежеспособность (Kпл) - характеризует финансовое состояние организации на определенную дату, которое выражается в своевременном выполнении банком своих обязательств:

$$Kпл = \text{ОВфакт} / \text{ОВпр}, \quad (9)$$

где ОВФАКТ. - сумма фактически оплаченных обязательств, ОВПР. - сумма предъявленных обязательств.

Методики расчета показателей ликвидности и платежеспособности говорят о том, что организация в отдельные периоды может быть неплатежеспособной, но оставаться ликвидной. Постоянная неплатежеспособность ведет к не ликвидности баланса организации.

Использованные источники

1. Герасимова, Е. Б. Анализ качества банковских услуг // Финансы и кредит. - 2008. - №163. - С.35-40
2. Жуков, Е. Ф. Банки и банковские операции: учебник / Е.Ф.Жуков. - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ. - 2009. - 196с.
3. Никитина О.А., Слободяник Т.М. Принятие управленческих решений на основе применения финансовых и экономических методов оценки эффективности инвестиционных проектов предприятия // Экономика и политика. – 2015, № 1(4). – С. 75-81.

*Новикова М.М.
студент 2 курса
факультет «Учетно-финансовый»
Стукова Ю.Е., к.э.н.
научный руководитель, доцент
кафедра «Экономика предприятий»
Кубанский государственный аграрный университет
Россия, г. Краснодар*

МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

В статье рассмотрены особенности мотивации в условиях кризиса, принципы материальной и нематериальной мотивации. Отмечается необходимость стимулирования персонала.

Ключевые слова: мотивация, персонал, поощрение, кризис, сотрудники, корпоративный дух.

In article features of motivation in the conditions of crisis, the principles of material and non-material motivation are considered. The necessity of motivating staff.

Keywords: motivation, staff, promotion, crisis, employees, corporate spirit.

В кризисной ситуации для предприятия самым сложным моментом является потеря квалифицированных кадров и главной задачей менеджмента на этом этапе становится удержание ключевых сотрудников. Но многие руководители считают, что в условиях кризиса, в первую очередь, следует уделять внимание управлению финансами, производством, маркетингом, а не системе мотивации персонала. Это обусловлено тем, что руководители ошибочно полагают, что в сложной экономической ситуации сохранение рабочего места, уже является мотивацией к более качественной работе и проблем с эффективностью труда быть не должно, т.к. на место работников претендуют тысячи уволенных, согласных на меньшую заработную плату.

В условиях экономической нестабильности и многочисленных увольнений сотрудников во всех областях, персонал оказался демотивирован. По данным Росстата РФ, численность безработных в нашей стране в феврале 2016г. составила 4429 тыс.чел., что на 19 тыс.чел. больше, чем в феврале 2015г. [1]. Поэтому система мотивации персонала в условиях кризиса требует значительных изменений как в материальном, так и в нематериальном плане.

Материальное вознаграждение не исчерпывается только лишь потребностью в компенсации затрат труда, времени и интеллекта, которые расходуются работником для достижения целей организации. Денежное вознаграждение, а именно его относительные и абсолютные размеры воспринимаются сотрудником как свидетельство его ценности для организации и напрямую влияют на его самооценку и социальный статус.

Материальное стимулирование сотрудников является одним из сложнейших вопросов менеджмента, и правильное построение системы

мотивации требует от HR-специалиста знаний в разных областях. Материальное стимулирование должно строиться в соответствии со следующими принципами:

1. При уменьшении фиксированной части дохода, давать возможность увеличивать размер заработной платы за счет переменной части. Сегодня одна из основных тенденций – переход от оплаты труда к оплате результата, поэтому улучшение количественных и качественных показателей результата, а также более эффективное решение хозяйственных задач является мотивацией для персонала.

2. Доведение до сведения всех сотрудников их личных целей, напрямую связанных с целями организации.

3. Объяснение сотрудникам как формируется их доход и за что они получают вознаграждение. Сотрудники должны точно знать: как заработать бонус, премию, как рассчитывается её размер и т.д.

Существует закономерность, которая отмечает, что если каждое проявление активности работника администрация замечает и поощряет, то активность сотрудников увеличивается, что ведет к более эффективной их деятельности, а организация получает больше прибыли. Но следует помнить о том, что все материальные выплаты являются расходами организации и в сумме не должны превышать сумму выгод, полученных от применения данной системы.

Самый большой недостаток денежного стимулирования состоит в том, что человек по своей природе «ненасытный» и рано или поздно более высокий уровень оплаты станет привычным и перестанет мотивировать к более эффективной работе. А также из-за финансовых трудностей большинство предприятий не имеет возможности осуществлять материальные выплаты. Поэтому эффективной является та система мотивации, которая сочетает в себе материальные и нематериальные способы поощрения.

В сегодняшнее время существует множество вариантов нематериального поощрения: книги и доски почета, рейтинги, корпоративные мероприятия, устные поощрения, тим-билдинг и т.д.

Также популярны психологические методы эффективной мотивации: внимательность, искренность в похвале, уважение личности, поощрение творческой работы. В условиях кризисной ситуации важнейшим инструментом нематериального стимулирования является корпоративная культура, и руководитель, как глава организации, является важнейшим элементом создания и поддержания боевого духа среди работников, ведь стремление к борьбе, оптимизм и вера – это 30% успеха. От выбранного стиля управления зависит настрой персонала, их поведение в кризисной ситуации: будут ли они на стороне своих лидеров и проявят преданность или отступят назад, не веря в успех.

Благоприятный микроклимат организации имеет силу удерживать и привлекать новых сотрудников, стимулировать их деловую активность. Руководство организации имеет исключительную возможность создания

подобной атмосферы

Важной составляющей корпоративной культуры компании является миссия компании, а именно высокая, обобщающая цель, согласованная с ценностями организации и отвечающая на вопрос: для чего людям нужна эта организация?

Формулирование миссии организации – это очень ответственный процесс и необходимо, чтобы был задействован весь коллектив, ведь формируя миссию организации, учитывая мнение сотрудников руководство получает цель, действительно согласованную с ценностями организации и повышающую мотивацию персонала. Люди ценят, что их мнение является значимым и работают с большей отдачей в организации, к формированию целей которой они причастны.

Если миссия уже сформулирована, то в кризисной ситуации её можно дополнить слоганами, повышающими боевой дух компании. Энергию целеустремленности и боевого настроения несет, например, такой слоган: «Своих всегда поддержим!» или «Амбициозность - залог успеха!»

В случае, если компания существует уже давно, то можно напомнить о ее «героическом прошлом» и людях, которые показали преданность компании даже в очень тяжелые, кризисные периоды, какие подвиги они совершили, чтобы бизнес продолжал существовать.

В условиях кризисной ситуации и не очень благоприятного материального положения, компании не рекомендуется отказываться от корпоративных мероприятий, необходимо только снизить затраты на организацию или же предложить сотрудникам самим придумать бюджетный вариант проведения мероприятия. Ведь праздники, корпоративы являются рычагами, положительно влияющими на работников и в целом микроклимат в компании.

Существует понятие тим-билдинг – сплочение коллектива путем совместного времяпровождения в санаториях, поездок на экскурсии и т.д. Организация презентаций, демонстрирующих успехи фирмы для формирования у сотрудников чувства причастности к общему делу.

Также следует обратить внимание на такой способ нематериальной мотивации, как поощрение руководящего состава в устной форме или письменной благодарности. Самый легкий и эффективный способ поощрения – публичное выражение признательности за проделанные усилия. Публичная похвала позволяет почувствовать сотруднику его ценность как профессионала и повышает заинтересованность в повышении эффективности своей деятельности[2].

Мудрый и опытный руководитель всегда найдет за что похвалить работника, главное делать это искренне. Существует золотое правило руководителя: ругать наедине, а хвалить – при всех. Публичная похвала будет иметь гораздо больший эффект.

В кризисной ситуации, когда вокруг царит нестабильность, люди нуждаются в определенности и уверенности в своем будущем, поэтому

руководству необходимо иметь план действий и осведомить о нем всех сотрудников, важно разъяснить какие антикризисные меры могут быть предприняты в дальнейшей перспективе компании. Хорошо, когда эта информация исходит от первого лица организации, иначе плохая осведомленность о том, ведет к ухудшению психологического климата среди персонала и снижает трудовую мотивацию.

Кроме информирования важным является привлечение персонала к процессу принятия решений. Поступая так, руководитель показывает работникам, что он уважает их точку зрения, а так же обеспечивает себе получение достоверной информации, т.к. сотрудники являются непосредственно участниками производственного процесса и часто видят лучшее решение проблемы[3].

Таким образом, общение между руководителем и сотрудниками должно происходить регулярно, пока не появится стабильность в экономической сфере, постоянное информирование коллектива о результатах применения антикризисных мер и совместной работы, мотивирует людей на преодоление сложностей, коллектив чувствует себя командой.

Использованные источники:

1. Как завоевать авторитет среди людей. / Д.Карнеги; пер. с англ. Е.А.Бакушева.–Минск: «Попурри», 2010.–336 с.
2. Экономика и социология труда (социально-трудовые отношения): Учебник/ под ред. В.А.Гаги. Томск:Изд-во Том. Ун-та, 2008. 340 с.
3. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.gks.ru/>

Ноздрина А.К.

магистрант

Иванова И.Г., к.э.н.

научный руководитель, доцент

кафедра «Управления и маркетинга»

ФГБОУ «Кубанский государственный аграрный университет»

Россия, г. Краснодар

РИСКИ В ФИНАНСОВОЙ СФЕРЕ И МЕТОДЫ ИХ НЕЙТРАЛИЗАЦИИ

В данной статье представлена классификация финансовых рисков, а также рассмотрены методы их нейтрализации и минимизации в целях повышения эффективности использования ресурсов предприятия.

Ключевые слова: риски, финансовый риск, ресурсы предприятия, нейтрализация рисков.

This article presents the classification of financial risks, as well as the methods of their neutralization and minimization in order to improve the utilization of resources of the enterprise.

Keywords: risk, financial risk, enterprise resources, managing risks.

Всякая экономическая деятельность непременно сопровождается как выгодами, так и негативными факторами. В числе вторых можно выделить такое явление, как финансовые риски. Данное понятие можно раскрывать с нескольких позиций, равно как и исследовать при помощи множества методов. В общем виде риски представляют собой возможность наступления неблагоприятных обстоятельств, грозящих предприятию финансовыми, капитальными или ресурсными потерями. Не менее интересны для рассмотрения методы снижения и нейтрализации рисков.

Нейтрализация финансовых рисков — именно тот механизм, который позволяет предприятию «застраховать» себя от невыгодных последствий. Иными словами, нейтрализация рисков является одним из основных направлений стратегии обеспечения финансовой безопасности предприятия. Однако нельзя сказать, что способы снижения негативных последствий являются универсальными для всех рисков. Метод возможной нейтрализации зависит от вида риска, и чтобы лучше понять природу воздействия на риск, рассмотрим его основные виды [1, с. 70]:

1. Риск снижения финансовой устойчивости (риск нарушения равновесия финансового развития). Данный вид риска становится возможным благодаря неустойчивому балансу объёмов денежных потоков предприятия, то есть недостаточной координацией использования собственных и заёмных средств. Эта разновидность риска представляет собой серьёзную опасность для предприятия, т.к. несёт для него угрозу стать банкротом.

Метод нейтрализации здесь очевиден — не злоупотреблять займами и стараться более грамотно распределять средства.

2. Риск неплатежеспособности предприятия. Обозначенный риск возникает по причине снижения уровня ликвидности оборотных активов. Так же, как и предыдущий вид, он сопровождается несбалансированностью денежных потоков предприятия. Соответственно, последствия и методы снижения риска те же.

3. Инвестиционный риск. Его существование обусловлено обесцениванием капиталовложений по причине некой деятельности государственных органов власти. Иными словами, это возможная потеря предприятием вложенных средств. Виды инвестиционного риска можно разделить на риск реального инвестирования и риск финансового инвестирования. Также можно представить такую классификацию рисков инвестирования: систематические (они включают риск изменения процентной ставки, валютный риск, инфляционный риск, политический риск) и несистематические (отраслевой риск, деловой риск, кредитный риск) [3, с. 1026]. Снизить неблагоприятные рискованные последствия в данном случае можно обеспечением компенсации возможных финансовых потерь по рискам за счет предусматриваемой системы штрафных санкций, а также довольно простым способом — более внимательным выбором предметов

инвестиционной деятельности.

4. Процентный риск. Его сущность заключается в непредвиденной смене ставки процента. Соответственно, данный вид риска обусловлен изменением конъюнктуры финансового рынка, которое, в свою очередь, основывается на изменении соотношения спроса и предложения денежных ресурсов, государственном регулировании, а также прочих факторах. Отрицательные финансовые последствия этого вида риска могут проявляться в эмиссионной деятельности предприятия, например, эмиссии акций и облигаций.

5. Инфляционный риск. Характеризуется возможностью снижения или обесценивания реальной стоимости капитала в форме финансовых активов предприятия, а также ожидаемых доходов от осуществления финансовых операций в условиях инфляции. Данный риск всегда присутствует при любой финансовой деятельности, поэтому, как и в случае вышерассмотренного вида рисков, его невозможно полностью нейтрализовать [5, с. 298].

6. Налоговый риск. Этот вид финансового риска имеет ряд проявлений: вероятность введения новых видов налогов и сборов; возможность увеличения уровня ставок действующих налогов и сборов; изменение сроков и условий осуществления отдельных налоговых платежей; вероятность отмены действующих налоговых льгот в сфере хозяйственной деятельности предприятия. Для предприятия такой вид риска не является предсказуемым, поэтому весьма негативно влияет на его хозяйственную деятельность, при этом трудно подвергаясь нейтрализации.

Есть и иные виды рисков, например, кредитный и депозитный, структурный и криминогенный, и прочие, и прочие. В системе методов управления финансовыми рисками предприятия ведущая роль принадлежит внутренним механизмам, потому как именно они могут регулировать направление и последствия рисков. Мы же остановимся подробнее на методах нейтрализации рисков [2].

1. Первый метод является наиболее элементарным и очевидным — собственно, избежание риска. Избежание подразумевает принятие таких мер, которые могут воспрепятствовать появлению риска, и которые основаны на разумном анализе и расчёте. Например, предприятие может отказаться вести дела с партнёрами, ведущими себя недобросовестно и нарушающих контрактные обязательства, или же отказаться от осуществления финансовых операций, уровень риска по которым чрезмерно высок. Также можно выделить такие меры, как отказ от чрезмерного использования оборотных активов в низколиквидных формах, или же отказ от использования временно свободных денежных активов в краткосрочных финансовых инвестициях. Эта мера позволяет избежать депозитного и процентного риска, однако порождает потери от инфляционного риска, а также риска упущенной выгоды.

2. Второй метод — лимитирование концентрации риска. Обычно ограничение вводится по тем видам рисков, уровень которых выходит за предел допустимости, т.е. по финансовым операциям, осуществляемым в зоне

критического риска. Лимитирование реализуется установлением на предприятии соответствующих внутренних финансовых нормативов в процессе разработки политики осуществления различных аспектов финансовой деятельности. Лимитирование концентрации финансовых рисков — один из наиболее распространенных внутренних механизмов рискованного менеджмента. Среди преимуществ такого механизма можно выделить не требовательность высоких затрат.

3. Третий механизм — диверсификация. Представляет собой разделение рисков. Основные направления диверсификации: диверсификация видов финансовой деятельности; диверсификация валютного портфеля («валютной корзины») предприятия; диверсификация депозитного портфеля; диверсификация кредитного портфеля; диверсификация портфеля ценных бумаг; диверсификация программы реального инвестирования. Предложенный механизм избирательно воздействует на снижение негативных последствий отдельных финансовых рисков. Обеспечивая абсолютный эффект в нейтрализации комплексных финансовых рисков несистематической группы, он не дает эффекта в нейтрализации подавляющей части систематических рисков — инфляционного, налогового и других.

4. Далее по списку такой метод, как трансферт риска. Он основывается на передаче рисков своим партнёрам по отдельным финансовым операциям. Хозяйственным партнёрам передается та часть финансовых рисков предприятия, по которой они имеют больше возможностей нейтрализации их негативных последствий и располагают более эффективными способами внутренней страховой защиты. Уровень нейтрализации рисков в данном случае является для предпринимателя результатом его партнёрских контрактных переговоров, отражаемых в условиях соответствующих контрактов, соглашений и договорённостей.

5. Пятый механизм — механизм самострахования. Он опирается на резервирование предприятием части финансовых ресурсов, которые могут обеспечить преодоление неблагоприятных последствий по тем видам деятельности, которые не связаны с действиями контрагентов. Можно выделить основные формы данного направления: формирование резервного (страхового) фонда предприятия; формирование целевых резервных фондов (прим. — фонд страхования ценового риска); формирование резервных сумм финансовых ресурсов в системе бюджетов, доводимых различным центрам ответственности; формирование системы страховых запасов материальных и финансовых ресурсов по отдельным элементам оборотных активов предприятия; нераспределенный остаток прибыли, полученной в отчетном периоде. Данный механизм имеет как плюсы, так и минусы: с положительной стороны, резервы страхования могут позволить быстро восстановить понесённые убытки; с отрицательной же стороны подобные резервы «замораживают» весомую долю капитала и препятствуют его дальнейшему инвестированию и наращению, что влияет на всю эффективность

использования капитала и возможность получения прибыли предприятием.

Любая предпринимательская деятельность — риск. Будь это вложение капитала, заём или выдача кредита, предприятие всегда действует на свой страх и риск. Поэтому есть лишь один абсолютный метод полностью нейтрализовать последствия и даже возможность возникновения риска — отказаться от предпринимательской деятельности. Однако такая политика не поможет получить выгоду или доход, поэтому любой компании приходится учиться снижать влияние финансовых рисков, потому как столкновение с ними неизбежно [6, с. 72].

На основании изложенного материала можно сделать вывод, что риски, а также их последствия, способны оказывать значительное влияние на финансовую деятельность предприятия. Методы нейтрализации подобных рисков в основном не предусматривают в своём числе универсальных, предполагая зависимость между видом риска и методом воздействия на него. Некоторые методы могут устранить возникновение нескольких рисков, но никак не повлияют на существование других. К примеру, методом диверсификации предприятие вполне может обеспечить гарантии нейтрализации комплексных несистемных рисков, но никак не застрахует себя, скажем, от внезапного повышения налоговой ставки, и в соответствии с этим, дополнительной потери капитала [4]. Разумеется, предприниматель может комбинировать методы нейтрализации, при этом имея много большую вероятность того, что его компания подвергнется меньшим рискам. Но это не всегда возможно по различным причинам — будь то финансовые проблемы, недостаток предпринимательской способности, или что-либо иное. Однако здесь хочется привести высказывание Готхольда Эфраима Лессинга: «Если бы люди всегда думали об исходе своих предприятий, они бы ничего не предпринимали». Таким образом, наличие риска не должно пугать предпринимателя, который обязан воспринимать это явление как неотъемлемое, и принимать посильные меры для его нейтрализации.

Использованные источники:

1. Иванова И. Г. Использование доходного подхода при оценке инвестиционной стоимости предприятий // Современные наукоемкие технологии. – №6. – 2005. – С.70-71
2. Иванова И. Г. Особенности оценки инвестиционной стоимости предприятий в условиях неопределенности // диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. – Краснодар, 2006
3. Иванова И.Г., Бойко Т.Ю. Направления финансовой политики РФ в среднесрочной перспективе 2015-2017гг. // В сборнике: Научное обеспечение агропромышленного комплекса. Сборник статей по материалам IX Всероссийской конференции молодых ученых. 2016. С.1026-1027
4. Коломыц О.Н., Иванова И.Г. Программно-целевой подход в системе регионального инновационно-инвестиционного развития. // Экономика и предпринимательство. 2016. №1-2(66-2). С.376-379
5. Тубалец А. А., Иванова И. Г. Повышение финансовой устойчивости

отраслевого производства // Актуальные проблемы развития хозяйствующих субъектов, территорий и систем регионального и муниципального управления: материалы X международной научно-практической конференции (28-30 мая 2015 года)/ под ред. Ю.В. Вертаковой. – Вып.2 – ЗАО «Университетская книга», Курск, 2015. – С. 397-400

б. Хутова И. М., Иванова И. Г. Формирование инвестиционной стратегии как фактор повышения конкурентоспособности предприятия // Проблемы развития современной экономики в условиях глобальных вызовов и трансформации экономического пространства. Материалы международной научно-практической конференции. – пос.Персиановский: Изд-во Донского ГАУ, 2015. – С.72-75

*Огорокова О.А., к.э.н.
старший преподаватель
кафедры финансов
Мальнев В.В.*

*студент 3-го курса
экономический факультет*

*ФГБОУ ВПО «Кубанский государственный аграрный университет»
Россия, г. Краснодар*

УПРАВЛЕНИЕ ОБОРОТНЫМИ АКТИВАМИ ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация: В статье рассматривается управление оборотными активами как основополагающий фактор развития организации. Обозначается сущность оборотных активов. Исследуются способы управления оборотными активами и перспективы развития организации в зависимости от оборачиваемости оборотных средств.

Ключевые слова: Организация, оборотные активы, финансы.

*Okorokova O.A., Cand. Econ. Sci.,
Senior Lecturer of the Department of Finance
Malnev Victor Valerievich
student of the 3 course faculty of Economics*

*Federal State-Funded Educational Institution of Higher Professional
Education «Kuban State Agrarian University»
Russia, Krasnodar*

MANAGEMENT OF CURRENT ASSETS OF THE ORGANIZATION

Abstract: The article deals with the management of current assets as a fundamental factor in the development of the organization. Represented by the essence of current assets . Investigate ways to manage current assets and prospects of development of the organization , depending on the turnover of working capital.

Keywords: Organization, current assets, finance.

Современная фаза глобального финансового кризиса отчетливо обозначает резкое возрастание роли и значения оборотных средств организации как одной из важнейших в финансовом плане составных частей

его имущества. Состояние и уровень эффективности использования оборотных активов теперь становится одним из основных условий финансово успешной деятельности организации. Иными словами, обострение финансового кризиса теперь уже напрямую определяет иные условия выработки политики управления оборотными активами и одновременно актуализирует проблематику определения оптимального уровня инвестиций в оборотный капитал и, как следствие, указывает направления выбора стратегии их финансирования.

Резкий подъем темпов инфляции, падение уровня финансово-платежной дисциплины, сокращение до критически малых объемов оборотных средств и другие негативные следствия финансового кризиса вынуждают предприятия менять свою финансовую политику по отношению к оборотным средствам, искать новые источники их финансирования, на ходу решать проблемы эффективности использования оборотных средств. Очевидно, что в сложившихся финансово нестабильных условиях определение оборотных средств, как авансированных денежных средств в создаваемые текущие запасы для поддержания непрерывности производственного и торгового процессов теперь уже не раскрывает объемного экономического содержания данной категории. В этой связи, несомненно, актуализируется и необходимость уточнения основных принципов организации управления и анализа оборотных средств, не только поддержания их на экономически достаточном уровне, но и определения оптимального уровня инвестиций в оборотный капитал.

Эффективное управление финансами организации возможно лишь при планировании всех финансовых ресурсов, их источников отношений хозяйствующего субъекта. Финансовое планирование тесно связано с планированием производственно-хозяйственной деятельности. Исходя из этого эффективное управление оборотными средствами возможно лишь на основе всестороннего анализа и планирования всех финансовых ресурсов – потенциальных и актуальных источников финансирования формирования и пополнения оборотных средств.

Эффективное управление оборотными активами имеет для компании важное значение по следующим причинам:

1. Величина оборотных средств у многих компаний составляет свыше половины всех ее активов.
2. Оптимальное управление оборотными средствами ведет к увеличению доходов и снижает риск дефицита денежных средств компании.
3. Решение вопросов, связанных с оборотными средствами, является непрерывным процессом и требует, по сравнению с другими управленческими процессами, большего количества времени. Сумма, инвестируемая в каждую из позиций оборотных активов, может ежедневно изменяться и должна тщательно контролироваться для обеспечения наиболее продуктивного использования денежных средств.
4. Правильное управление оборотными активами позволит

максимизировать норму прибыли и минимизировать коммерческий риск.

В практике организации, управления и анализа оборотные средства группируются по следующим признакам:

1. Функциональная роль в процессе производства и товарного обращения – деление оборотных средств на оборотные производственные фонды и фонды обращения.

2. С позиций организации и управления – деление их на нормируемые и ненормируемые оборотные средства.

3. По источникам пополнения и формирования - собственный и заемный оборотный капитал.

4. По степени ликвидности - абсолютно ликвидные, быстро реализуемые и медленно реализуемые оборотные средства.

5. По материально-вещественному содержанию – это запасы (материалов, готовой продукции, товаров), дебиторская задолженность (или средства в расчетах), денежные средства[1].

Как известно, одним из основополагающих принципов организации и управления оборотными средствами является их нормирование. На практике осуществление данного принципа позволяет выявить экономически обоснованный как совокупный объем оборотных средств, так и собственных и таким образом обеспечить финансово необходимые условия для поддержания и развития производственного и торгового процессов. Фундаментальным принципом рациональной организации и управления оборотными активами принято считать и использование их строго по целевому назначению. Это касается, прежде всего, наиболее ликвидной части оборотных средств. Деформация данного принципа разнообразными путями - отвлечением из хозяйственного оборота авансированных оборотных средств, непредвиденными потерями и убытками, длительными заморозками денежных средств в дебиторской задолженности, оплатами завышенных банковских процентов по кредитам и займам – неизбежно приводит к критическим потерям объемов оборотных средств, срывам в общей цепи финансовых расчетов.

Также одним из важнейших принципов организации оборотных средств является достижение высокого уровня эффективности их использования, обеспечения элементарной сохранности и повышения скорости их оборачиваемости. В этом же ряду, как следствие реализации данного принципа, позиционируется и систематический, непрерывный контроль за сохранностью и эффективностью использования оборотных средств[2].

В основе организации управления оборотными средствами должны лежать следующие ключевые принципы совершенствования управления:

1. Для управления оборотными средствами всегда требуются координация деятельности организации с изменениями внешних финансовых факторов.

2. Совершенствование управления оборотными средствами - процесс непрерывный. Это связано как с постоянным изменением внешних условий,

так и с периодическими изменениями индикаторов эффективности использования оборотных средств, на которые могут влиять менеджмент и выработанная стратегия развития предприятия.

3. Управление оборотными средствами тесно связано с управлением рисками как финансовыми, так и операционными. Это, с одной стороны, позволяет использовать механизмы риск-менеджмента в управлении оборотными средствами, а с другой - требует учитывать дилемму «большой доход - большой риск» при выборе решений.

Структура управления оборотными средствами может быть, как нам представляется, отражена графически следующим образом (рисунок 1).



Рисунок 1 – Структура управления оборотными средствами

Деление задачи управления оборотными средствами на блоки производится для упрощения поиска решений и для последующего распределения ответственности и мер стимулирования по подразделениям организации, однако управленческой ценностью обладает лишь общее решение на уровне организации в целом. Наилучшее решение для управления оборотными средствами в целом, как правило, может быть совокупностью наиболее эффективных вариантов для управления отдельными блоками приведенной схемы. Вместе с тем, учитывая крайне негативные последствия глобального финансового кризиса, считаем, что наиболее актуальными и финансово значимыми решениями в области управления оборотными средствами, будут решения, локализованные в рамках финансовых потоков[3].

Учитывая, что организация, управление и анализ оборотных активов являются фундаментальными в решении проблем подъема уровня

эффективности их использования, оптимизации структуры источников их пополнения, считаем возможным графически представить организацию оборотных средств в виде следующей последовательности (рисунок 2).

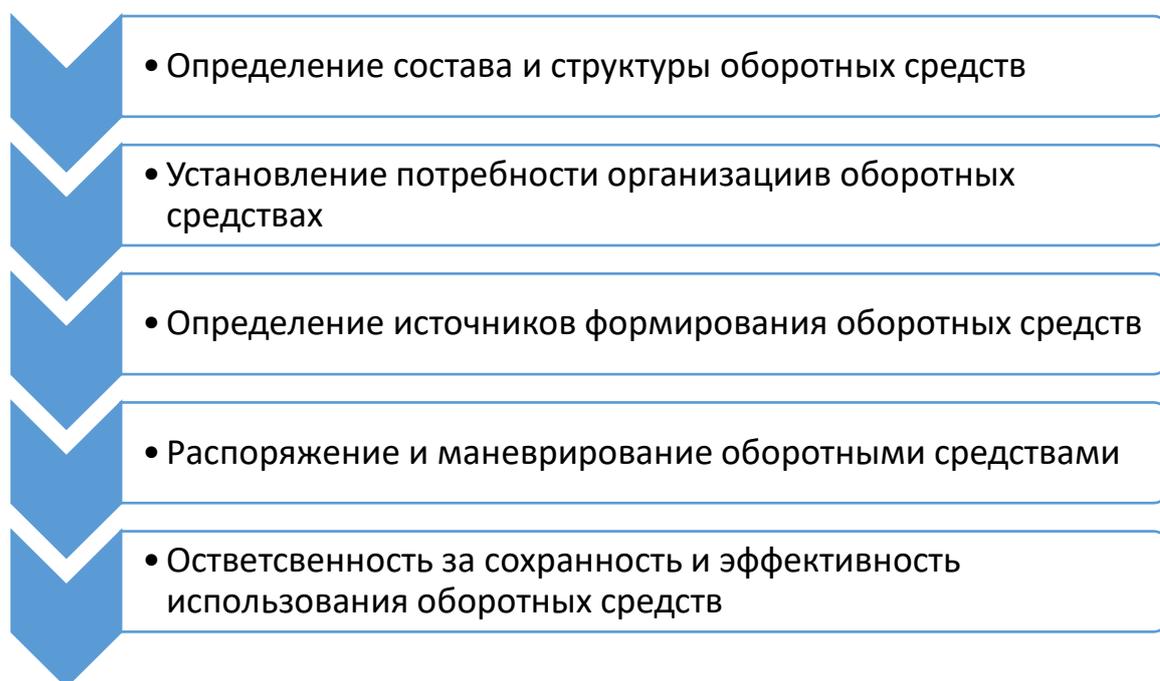


Рисунок 2 – Последовательность организации оборотных средств

Недостаточные объемы оборотных средств, неэффективное их использование, падение скорости их оборачиваемости оказывают негативное влияние, прежде всего, на уровень финансовой устойчивости предприятия. Здесь наибольшее значение имеют не абсолютные объемы оборотных средств, а их относительные размеры. В частности, финансово критическое значение имеет соотношение их объемов с объемами краткосрочных обязательств – краткосрочных кредитов и займов и кредиторской задолженности.

Для улучшения организации и учета оборотных средств на предприятии разрабатывают политику управления оборотными средствами. Она представляет собой часть общей финансовой стратегии предприятия, заключающейся в формировании необходимого объема и состава оборотных средств, реализации и оптимизации структуры источников их финансирования. Политика управления оборотными средствами организации разрабатывается по следующим основным этапам:

1. Анализ оборотных средств организации в предшествующем периоде.
2. Определение принципиальных подходов к формированию оборотных средств организации.
3. Оптимизация объема оборотных средств.
4. Оптимизация соотношения постоянной и переменной частей оборотных средств.
5. Обеспечение необходимой ликвидности оборотных средств.

6. Обеспечение повышения рентабельности оборотных средств.
7. Обеспечение минимизации потерь оборотных средств в процессе их использования.
8. Формирование принципов финансирования отдельных видов оборотных средств.
9. Формирование оптимальной структуры источников финансирования оборотных средств.

Таким образом, одной из главных задач управления оборотными средствами становится анализ и оценка динамики их изменений в соотношении с краткосрочными обязательствами.

Использованные источники:

1. Радченко В. М., Морозова Н. А. Управление оборотными активами предприятия в общем комплексе проблем повышения эффективности их использования // Концепт. – 2015.
2. Бланк И.А. Энциклопедия финансового менеджера. Том 2. Управление активами и капиталом предприятия / И.А. Бланк. – М.: Издательство «Омега-Л», 2008. – 448 с.
3. Финансы организаций (предприятий): Учебник / М.Г. Лапуста, Т.Ю. Мазурина, Л.Г. Скамай. - Изд. испр. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 575 с.
4. Управление оборотными активами: логистический подход: Монография / И.В. Бабенко, С.А. Тиньков. - М.: ИНФРА-М, 2011. - 168 с.
5. Окорокова О. А. Управление рисками, риск-менеджмент в корпорации / О. А. Окорокова, Ю. С. Чубова // Экономика и социум. 2014. – № 4-4 (13). – С. 190-193.
6. Улыбина Л.К. Характерные особенности регионального финансового рынка и основные проблемы в обеспечении доступности финансовых услуг/Л.К. Улыбина, С.А. Федоренко//Экономика и предпринимательство – 2015 - №12-3(65-3) – С.335-338.

*Окорокова О.А., к.э.н.
ст. преподаватель
кафедра финансов
Кобыленко М.И.
студент 3-го курса
экономический факультет*

*ФГБОУ ВПО «Кубанский государственный аграрный университет»
Россия, г. Краснодар*

ПРИМЕНЕНИЕ НЕСТАНДАРТНЫХ МЕТОДОВ ПРИ ПОСТРОЕНИИ ФИНАНСОВОЙ СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация: Данная статья посвящена рассмотрению вопроса о применении новых видов финансовых стратегий в корпорациях. В статье представлены теоретические аспекты формирования комплексной финансовой стратегии предприятия в условиях интенсивного изменения факторов внешней среды. Обоснована необходимость формирования

специфических финансовых целей стратегического развития современных предприятий.

Ключевые слова: финансовые стратегии, корпорации, акционерный капитал, инвестиций, текущего оборотного капитала.

*Okorokova O.A., Cand. Econ. Sci.,
Kobylenko M.I.*

*student of the 3 course faculty of Economics
Federal State-Funded Educational Institution of Higher Professional
Education «Kuban State Agrarian University»
Russia, Krasnodar*

NON-STANDART METHODS WHEN CONSTRUCTING FINANCIAL STRATEGY OF THE ORGANIZATION

Abstract: This article deals with the question of the use of new types of financial strategies in corporations. The article presents the theoretical aspects of the formation of an integrated financial strategy of the enterprise in the conditions of intensive changes in environmental factors. The necessity of formation of specific financial goals of the strategic development of modern enterprises. **Keywords:** financial strategy, corporate, equity investments, the current working capital.

Финансовая стратегия любой организации определяется стратегическими целями, стоящими перед предприятием, а также целями самого финансового менеджмента (рисунок 1).



Рисунок 1 – Финансовая стратегия предприятия[1]

Как известно, главная цель финансового менеджмента - обеспечение роста благосостояния собственников, максимизация рыночной стоимости компании. Следовательно, финансовая стратегия компании - это генеральный план действий по своевременному обеспечению предприятия финансовыми

ресурсами (денежными средствами) и по их эффективному использованию с целью капитализации компании [1].

Дальнейшие действия по разработке финансовой стратегии сводятся к тому, что экономисты оцифровывают эти цели, используя ретроспективные статистические данные, затем составляют бюджет доходов и расходов (БДР), например, на три-пять лет, выводят требуемые показатели, и считается, что стратегия готова.

Более прогрессивные компании начинают формировать стратегию от анализа потребностей рынка, объема своей доли в нем, планов по захвату или удержанию позиций. После этого составляется план продаж, исходя из которого все те же экономисты рассчитывают хоть и более конкретный, но тот же бюджет доходов и расходов.

Утилитарность и конформизм в подходах не только не позволяют заглянуть вперед на несколько лет, но и создают иллюзорное представление о постоянном развитии и непрерывном росте. На деле, как свойственно макроэкономике, так и экономике любого предприятия, постоянный рост и увеличение объемов - не более чем самообман, отражающий, например, инфляцию или влияние других факторов [3].

В реальности нормальным развитием компании является цикличность - подъем в начале деятельности, период стабильности, а далее именно в конце этого отрезка возможен как рост, так и падение. В случае если своевременно приложенные усилия помогли вывести на рынок новый продукт или внешние инвестиции поддерживали стабильное состояние продуктов из группы «дойных коров» - возможен рост. Если же вся сгенерированная прибыль или, тем более, текущий оборотный капитал изымается в виде дивидендов или направляется на инвестиции, то как бы вы ни запланировали бюджет доходов и расходов, падение неизбежно.

Поэтому даже если оценивать возможности производственных площадок, потребности в кадрах, тактику управления кредитным портфелем, то следует анализировать риски и составлять план мероприятий по безопасности, все-таки формируя генеральную стратегию предприятия, от которой и должна строиться стратегия в области экономики и финансов [2].

Сначала определяем главные факторы управления капиталом. Их два: привлечение и распределение ресурсов. Напомним, что мы говорим только о том, на что прямыми действиями может влиять финансовый директор. Затем каждый из этих факторов декомпозируем на более конкретные направления. Каждое из этих направлений, в свою очередь, детализируем и опишем с помощью ряда параметров. В качестве примера приведем более детальное описание некоторых направлений, выделенных в рамках финансовой стратегии.

Создание стратегической матрицы. Стратегия начинается с определения цели (рисунок 2).

Темп роста выручки ВЫСОКИЙ НИЗКИЙ	II. Квадрант стратегии Простой рост	I. Квадрант стратегии Рост, ведущий к росту стоимости бизнеса
	III. Квадрант стратегии Догоняющий рост	IV. Квадрант стратегии Рост, ведущий к росту прибыли
	НИЗКИЙ	ВЫСОКИЙ

Темп роста финансирования

Рисунок 2 - Стратегическая матрица предприятия [5]

Также следует сформулировать основные принципы, которыми необходимо руководствоваться при ее реализации. Затем определяется объект управления. Далее стратегия направления отражается в виде матрицы, где по вертикали следуют элементы декомпозирования, а по горизонтали отражаются основные принципы и идеология, состояние на определенную дату, промежуточная цель, основные критерии управления, инструменты, методология, способы управления и задействованные структурные подразделения. Таким образом, в краткой матричной форме описываются все направления.

Например, для стратегии управления структурой оборотного капитала долгосрочная цель может быть сформулирована следующим образом: достичь оптимальных капиталовложений в оборотные активы для поддержания нормальной финансовой устойчивости компании[8].

Ключевое слово здесь - «оптимальных», так как основной проблемой любого бизнеса является замораживание в запасах излишних финансовых ресурсов. В этом случае для крупносерийных производств (или предприятий, выпускающих монопродукт) характерно то, что структура затрат практически не меняется при смене номенклатуры. То есть достаточно определить лимит остатков по каждому виду запасов и контролировать их уровень. Разумеется, определить по всем правилам - с учетом технологических размеров партии, сроков доставки, условий договоров в части оплаты, времени на декларирование и таможенное оформление, оптимальной загрузки транспорта и т.д.

В краткой матричной форме описываются все направления. Ввиду

невозможности привести в рамках статьи пример матрицы рассмотрим некоторые направления финансовой стратегии.

Стратегия привлечения финансовых ресурсов. Привлечение ресурсов имеет цель обеспечить кредитоспособность и инвестиционную привлекательность компании.

Основные критерии, характеризующие цель: оптимальное соотношение между заемным и собственным капиталом.

Объекты управления: заемный капитал (авансы полученные, счета к оплате, начисленные обязательства по операционной деятельности, налоги к оплате, долговые обязательства), кредиторская задолженность предприятий группы

Основные инструменты, методология: описаны в корпоративных стандартах (Управлении экономикой и финансами, Положении о движении денежных средств, Кредитной политике и др.).

Какие должностные лица и подразделения участвуют: генеральный и финансовый директора холдинга, руководители производственных площадок, финансово-экономическое управление, казначейство.

Стратегия управления денежными средствами и их эквивалентами. Управление денежными средствами и их эквивалентами имеет целью оптимальное распределение ресурсов во времени для выполнения условий поставки продукции в соответствии с договорами, финансирования инвестиционной и финансовой деятельности [6].

Основные критерии: баланс показателей ликвидности и финансовой независимости.

Объекты управления: наличные и безналичные денежные средства и их эквиваленты (банковские векселя и др.).

Основные инструменты, методология: Аналогично стратегии привлечения финансовых ресурсов, то есть описаны в корпоративных стандартах.

Способ управления: централизованное воздействие путем прямого регулирования платежей, установление приоритетности и порядка расходования средств, прямое управление экстренными платежами и платежами, превышающими лимиты.

Какие структурные подразделения участвуют: финансово-экономическое управление, бюджетное управление, казначейство, финансовый директор холдинга [4].

По такому же принципу расписываем каждое направление стратегии. Но это не догма – можно менять, добавлять, убирать, настраивать по себя. Главное, попытаться посмотреть на процесс формирования финансовой стратегии с другой, нестандартной точки зрения. И выработать конкретные цели и действия по каждому направлению [7].

Использованные источники:

1. Бланк И.А. Финансовая стратегия предприятия. Киев: Ника-Центр, 2004.
2. Удовикин А.В. Роль финансовой стратегии в управлении финансами

предприятия. URL: <http://ekportal.ru/page-id-95.html>.

3. Шевченко Л.М. Дискуссионные вопросы состава и структуры современной финансовой системы // Вестник СГСЭУ. 2012. № 1 (40). С. 150 - 153.

4. Якунина А.В. Финансовая стабильность: теоретический анализ // Вестник СГСЭУ. 2012. № 1 (40). С. 153 - 156.

5. Улыбина Л.К. Методологические аспекты стратегии достаточности собственного капитала страховой организации в условиях трансформации и глобализации рынка // Финансовая аналитика: проблемы и решения. 2012. № 17. С. 26-29.

6. Развитие регионального финансового рынка в условиях мобилизационной экономики / Улыбина Л.К., Огорокова О.А. // Современные тенденции развития экономики и управления: проблемы и решения Материалы международной научно-практической конференции . 2016. С. 382-387.

Останина Е.В.
старший преподаватель
кафедра «Управленческого учета и анализа»
КузГТУ имени Т.Ф. Горбачева
Антоненко В.А.
студент 3 курса
Карпова В.А.
студент 3 курса
профиль «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»
Россия, г. Кемерово

КОНТРОЛЬ КАЧЕСТВА АУДИТОРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Статья посвящена рассмотрению основ системы контроля качества аудиторской деятельности. В работе изучены и описаны уровни, входящие в систему контроля качества. Кроме того, в статье изложены основные принципы и требования, предъявляемые к контролю качества аудиторской деятельности.

Ключевые слова: качество аудита, контроль качества аудиторской деятельности, государственный контроль, внешний контроль качества, внутренний контроль качества.

В связи с развитием аудита в Российской Федерации и за рубежом, всё большее внимание и более высокие требования стали предъявляться к качеству работы аудиторов и аудиторской деятельности в целом.

Одним из главных элементов обеспечения качества работы аудиторов можно считать эффективный контроль качества аудиторской деятельности.

Под качеством аудита (аудиторской деятельности) понимается соответствие требованиям аудиторских стандартов и других нормативных актов по аудиторской деятельности [1].

Для осуществления более эффективной аудиторской деятельности необходимо проводить периодический контроль качества работы аудиторов и аудиторских организаций.

По мнению автора Р. П. Булыги [2], контроль качества аудиторской деятельности в Российской Федерации представляет собой целостную систему контрольных органов и мероприятий, которая включает в себя три уровня:

Первый уровень - государственный контроль за деятельностью СРО аудиторов;

Второй уровень - внешний контроль качества работы аудиторских организаций и индивидуальных аудиторов;

Третий уровень - внутренний контроль качества работы аудиторов аудиторских организаций.

Согласно ФЗ «Об аудиторской деятельности», государственный контроль представляет собой периодическую проверку (плановую и внеплановую) уполномоченными органами государственной власти за деятельностью саморегулируемых организаций аудиторов. Плановая проверка проводится в соответствии с утвержденным планом проверок Минфина РФ не чаще одного раза в два года, внеплановая проверка проводится, как правило, на основании жалоб, нарушающих требования законодательства [3].

Такие проверки помогают уполномоченным органам государственной власти не только контролировать работу СРО аудиторов, но и также позволяют выявить различного рода нарушения требований, а значит, дают возможность усовершенствовать работу как контролирующих, так и контролируемых органов.

Внешний контроль качества работы аудиторских организаций и индивидуальных аудиторов. Согласно ст. 10 ФЗ «Об аудиторской деятельности», в обязанности аудиторов и аудиторских организаций входят:

- прохождение внешнего контроля качества работы, в том числе предоставление документации и информации, необходимой для проверки;
- участие в осуществлении СРО аудиторов, членами которой они являются, внешнего контроля качества работы других членов этой организации.

В качестве предмета внешнего контроля качества работы можно рассматривать соблюдение аудиторской организацией, аудитором требований ФЗ «Об аудиторской деятельности», стандартов аудиторской деятельности, правил независимости аудиторов и аудиторских организаций, кодекса профессиональной этики аудиторов.

Внешний контроль качества работы аудиторских организаций и индивидуальных аудиторов осуществляют СРО аудиторов в отношении своих членов.

Внешний контроль качества проводится в ходе внешней проверки качества работы аудиторов и аудиторских организаций. Внешнему контролю подлежат все аудиторы, работающие в аудиторской организации, в которой проводится данная проверка, независимо от их членства в аудиторском объединении [4].

Положением [5] установлены принципы осуществления внешнего контроля качества работы аудиторских организаций, индивидуальных аудиторов (ВККР) и требования к организации указанного контроля, среди которых можно выделить:

- осуществление ВККР в отношении всех аудиторских организаций, индивидуальных аудиторов;
- независимость ВККР;
- обеспеченность финансовыми, материальными и трудовыми ресурсами
- и т.д.

Данные принципы могут применяться СРО аудиторов при определении в составе правил организации и осуществления внешнего контроля качества работы своих членов.

Плановая внешняя проверка проводится не реже одного раза в пять лет, и не чаще одного раза в год. Внеплановая проверка проводится, как правило, на основании жалоб, нарушающих требования закона об аудиторской деятельности, стандарты аудиторской деятельности, правила независимости аудиторских организаций и аудиторов, а также кодекс профессиональной этики аудиторов.

Внутренний контроль качества – это система организационных мер, методик и процедур, которая устанавливается аудиторской организацией (индивидуальным аудитором) для проверки соблюдения требований законодательных и иных нормативно-правовых актов РФ, федеральных правил (стандартов) аудиторской деятельности, внутренних правил аудиторской деятельности [6].

К системе внутреннего контроля качества аудита, которые устанавливаются аудиторской организацией (индивидуальным аудитором), должны предъявляться следующие требования[7]:

- работники аудиторской организации (индивидуального аудитора) должны следовать принципам независимости, честности, объективности и конфиденциальности, а также норм профессионального поведения;
- работники аудиторской организации (индивидуального аудитора) должны обладать надлежащими навыками и придерживаться их, а также быть профессионально компетентными в выполнении обязанностей;
- аудит должны проводить работники, имеющие специальную подготовку и опыт, которые так необходимы в данных условиях
- и т.д.

Для осуществления действенного контроля целесообразно предъявлять требования и принципы к контролю качества работы аудиторов, среди которых можно выделить:

- соблюдение норм этики;
- обязанности руководства по оказанию качественных услуг;
- работа с кадрами;

- мониторинг и т.д.

В настоящее время проблема качества аудита становится все более актуальной, поэтому появляется задача в повышении качества и уровня оказываемых аудиторских услуг.

В таком случае возникает необходимость в проведении эффективного контроля за качеством деятельности аудиторов и аудиторских организаций. Рационально было бы начать с принятия мер по усовершенствованию законодательной и нормативной базы, регулирующей аудиторскую деятельность, также необходимо комплексное изучение контроля работы на всех уровнях.

Использованные источники:

1. Бычкова, С. М. Контроль качества аудита / С. М. Бычкова, Е. Ю. Итыгилова. – М.: Эксмо, 2008. – 208 с.
2. Булыги, Р. П. Аудит: учебник для бакалавров / под ред. Р. П. Булыги. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 431 с.
3. Федеральный закон от 30.12.2008 № 307-ФЗ (ред. от 01.12.2014) "Об аудиторской деятельности" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.08.2015). Ст. 10, ст. 22.
4. Заббарова О. А. Аудит: учеб. пособие / О. А. Заббарова. – М.: Инфра-М, 2014. – 216 с.
5. Положение от 18.12.2015 № 203н «О принципах осуществления внешнего контроля качества работы аудиторских организаций, индивидуальных аудиторов и требования к организации указанного контроля». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=195785&fld=134&dst=100009,0&rnd=0.16382443366829813>
6. Булавина, Л. Н. Внутренний контроль качества в аудите: этапы развития / Булавина Л. Н., Булавина Р. В. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: vnutrenniy-kontrol-kachestva-v-audite-etapy-razvitiya.pdf
7. Правило (стандарт) № 7 Внутренний контроль качества аудита. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=43223&fld=134&dst=100009>

*Павлова А. А.
студент 3 курса
Харченкова Г. И., к.техн.н.
доцент*

*Амурский Государственный Университет
Россия, г. Благовещенск*

НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УПРАВЛЕНИЯ ЗАКУПКАМИ ПАО «РОСТЕЛЕКОМ»

В статье представлен анализ закупок компании ПАО «Ростелеком», рассмотрены такие материалы как стоимость спецодежды и других средств

индивидуальной защиты, а так же предложены мероприятия по выбору магазина.

Ключевые слова: закупки, спецодежда, средства индивидуальной защиты, поиск решения, магазины.

The article presents an analysis of the company's procurement of PJSC "Rostelecom", reviewed materials such as overalls cost and other personal protective equipment, as well as suggested actions for the selection of the store.

Keywords: procurement, clothing, personal protective equipment, the search for solutions, shops.

Закупочная логистика – это управление материальными потоками в процессе обеспечения предприятия материальными ресурсами. Материально-техническое обеспечение – звено в производственно-коммерческой, потоково-процессной деятельности в промышленном производстве и/или эксплуатации производственных или непроизводственных объектов, содержание которой направлено на снабжение соответствующих объектов необходимыми средствами (материалами, энергией, комплектующими, запасными частями и т. п.).

Закупочная логистика является одной из основных логистических подсистем и изучает процесс движения сырья, материалов, комплектующих и запасных частей с рынка закупок до складов предприятия.

ПАО «Ростелеком» – крупнейшая компания связи в России, национальный оператор междугородной и международной электросвязи, лидер на российском рынке телекоммуникационных услуг. Компания имеет широкое признание на мировом рынке телекоммуникаций. Тесно сотрудничает с зарубежными операторами, принимает участие в реализации крупнейших международных телекоммуникационных проектов и является членом Международного союза электросвязи.

У компании три основные деятельности: предоставление услуг телефонии, телевидения и интернета; и так же она оказывает полный спектр телекоммуникационных услуг.

Закупки компании ПАО «Ростелеком» Амурский филиал представлены в двух показателях: материалы, топливо и технологические жидкости, которые включают себя остальные категории закупок компании (рис. 1).

Таблица 1 – Категории закупок компании ПАО «Ростелеком», тыс. руб

Закупки и хранение	Годы		
	2013	2014	2015
<i>МАТЕРИАЛЫ</i>	281 989	459 065	57 609
1. Запасные части	53 920	51 473	14 540
2. Кабельнопроводниковая продукция	11 837	9 302	1 025
3. Строительные материалы	58 908	84 478	7 825
4. Канцелярские товары	8 893	11 972	1 904
5. Хозяйственные материалы и инвентарь	15 915	55 398	5 226
6. Средства пожаротушения	36 480	38 185	17 532

7. Стоимость спецодежды и других средств индивидуальной защиты	14 091	18 383	1 822
8. Продукты	-	-	10
9. Материалы для охраны труда в соответствии и законодательством РФ	1 420	915	1 027
10. ТМЦ сроком службы выше 1 года и стоимостью не более 20 000 руб.	44 730	94 465	-
11. Прочие материалы	35 793	94 493	6 697
<i>ТОПЛИВО И ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ЖИДКОСТИ</i>	<i>572 105</i>	<i>1 336 790</i>	<i>328 638</i>
1. Топливо и технологические жидкости для котельных	420 538	1 201 561	281 942
2. Топливо и технологические жидкости для средств транспорта и механизации	125 537	90 305	45 714
3. Топливо и технологические жидкости для технологического оборудования	25 961	44 898	983
4. Топливо и технологические жидкости для прочих нужд	70	25	-
ИТОГО материальные затраты	854 094	1 795 854	386 248

Количество затрачиваемых денежных средств на закупки не постоянно в исследуемом периоде, в 2014 г. в сравнении с 2013 г. сумма материальных затрат увеличилась более чем в два раза (на 941 760 тыс. руб), в 2015 г. в сравнении с 2014 г. она снизилась почти в пять раз (на 1 427 606 тыс. руб).

Процесс закупок в компании ПАО «Ростелеком» Амурский филиал происходит по следующим этапам:

- 1) Определение потребности в ресурсах;
- 2) Исследование рынка закупок;
- 3) Выбор поставщика;
- 4) Осуществление закупок;
- 5) Контроль поставок.

Определение потребности в ресурсах на следующий год осуществляется в сентябре текущего года, это позволяет заранее определить необходимый объем закупок в соответствии с предыдущими закупками, а так же нужный размер финансового обеспечения.

Исследование рынка происходит путем выделения поставщиков, занимающихся необходимой деятельностью, далее им опрашиваются перечни необходимых материалов, которые компания готова купить на следующий год.

Третий этап начинается после получения от продавцов информации о наличии и ценах на соответствующие материалы. Из предоставленных данных выбирается наиболее выгодное предложение.

После выбора продавца идет процесс закупок, в зависимости от вида необходимого материала и поставщика, они могут длиться от 1 дня до месяца. С поставщиком заключается договор, в котором указываются все условия: цена, количество, характеристики, сроки доставки, предоплата (штрафы за просрочку) и пр.

Последний этап – контроль закупок. Контроль происходит весь период

закупок, так как необходимо закупать только те материалы, которые будут лучше по качеству и соответствовать требованиям, указанным в договоре.

В системе закупок важную роль играет поставщик материалов, таким образом, для совершенствования системы закупок необходимо рассмотреть один из элементов системы – поставщиков.

Рассмотрены закупки спецодежды и других средств индивидуальной защиты. Количество денежных средств потраченных на спецодежду последние три года не носило постоянного значения.

К спецодежде и другим средствам индивидуальной защиты можно отнести следующие товары: Костюм защитный (лето/зима); Обувь (ботинки/сапоги); Головные уборы (каска); Маски защитные; Очки защитные; Плащ от дождя; Защитные фартуки; Перчатки; Нарукавники.

На территории г. Благовещенска существует 5 организаций, торгующих спецодеждой, их наименования и адреса представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Магазины спецодежды города Благовещенска

Наименование организаций	Адрес магазина
1. Амурснабсбыт	Мухина 154 Ленина 39 Театральная 79 Шевченко 117 Институтская 10
2. Амур-промбезопасность	Амурская 180
3. Восток-Сервис-Амур	Северная 165 Горького 9
4. Спецодежда	Кольцевая 66 Загородная 48 Красноармейская 138
5. Техноавия	Мухина 31 Амурская 23

Если предположить, что в 2016 году на закупку спецодежды будет выделено столько же средств, сколько и в 2015 г. (1 822 тыс. руб), то можно рассчитать необходимое количество товаров. Для сравнения используем цены двух магазинов спецодежды города Благовещенска: «Амурснабсбыт» и «Техноавия» (табл. 3).

Таблица 3 – Цены магазинов на товары спецодежды и других средств защиты

Наименование товаров	Цены, руб	
	Амурснабсбыт	Техноавия
Куртка+комбинезон (лето)	790	6 753
Куртка+комбинезон (зима)	1980	11 431
Костюм сварщика (лето)	2200	-
Костюм сварщика (зима)	2900	-
Плащ дождевик	510	-
Сапоги (лето)	560	936
Сапоги (зима)	1950	-
Ботинки	1080	-

Каска защитная	130	690
Маска сварщика	640	-
Щиток защитный	280	451
Очки защитные	230	795
Перчатки трикотажные	25	21
Полумаска +2 фильтра	2080	410
Рукавицы	48	76
Фартук	140	288
Нарукавники	75	249

Магазин «Амурснабсбыт» может полностью предоставить все перечисленные наименования материалов, магазин «Техноавия» не имеет в продаже спецодежды для сварщиков.

На основе данных таблицы, а так же суммы выделенной на закупки, можно найти количество необходимых товаров, которые можно закупить в 2016 году. Во-первых, составим математическую модель:

$$F = \sum C * n, \quad (1)$$

где F – значение денежных средств, выделенных на закупку товаров;

C – цена товаров;

n – количество товара каждого вида.

Из всех данных уравнения нам неизвестно количество товаров, их мы определим с помощью программы Microsoft Office Excel и команды «Поиск решения». Во-вторых, составим модель, в которой укажем ограничения по количеству каждого товара. В-третьих, найдем оптимальное количество товаров.

Рассчитаем количество товаров для магазина «Амурснабсбыт» для этого введем ограничения для функции (рис. 1).

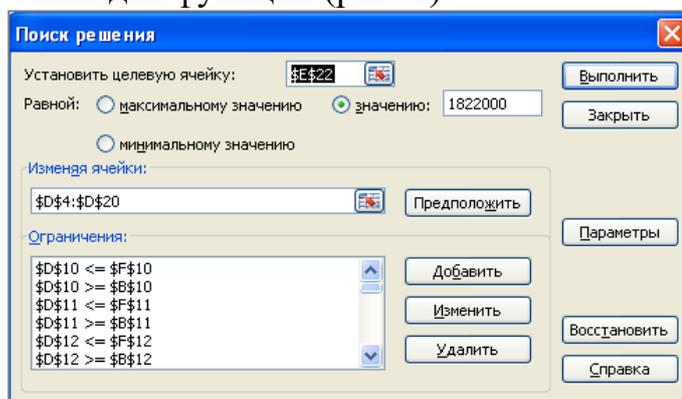


Рисунок 6 – «Поиск решения» по магазину «Амурснабсбыт»

Целевая функция задана формулой (1), столбец D «x, шт» значения, которые определяют количество необходимых товаров для закупки при заданных условиях, столбцы В и Е – ограничения для столбца D (рис. 6). Так как было предположено, что на закупку товаров будет выделено 1 822 тыс. руб, то целевая функция должна стремиться к данному значению.

	A	B	C	D	E	F	G	H
	Наименование материалов	Минимальное значение, шт	Знак	x, шт	Знак	Максимальное значение, шт	Цена товара, руб	Стоимость товаров, руб
3	Куртка+комбинезон (лето)	1	<=	80	>=	727	790	63478
4	Куртка+комбинезон (зима)	1	<=	200	>=	727	1980	395767
5	Костюм сварщика (лето)	1	<=	125	>=	125	2200	275000
6	Костюм сварщика (зима)	1	<=	125	>=	125	2900	362500
7	Плащ дождевик	1	<=	52	>=	225	510	26636
8	Сапоги (лето)	1	<=	57	>=	300	560	32060
9	Сапоги (зима)	1	<=	197	>=	300	1950	383895
10	Ботинки	1	<=	109	>=	427	1080	118240
11	Каска защитная	1	<=	14	>=	75	130	1828
12	Маска сварщика	1	<=	65	>=	125	640	41783
13	Щиток защитный	1	<=	29	>=	60	280	8155
14	Очки защитные	1	<=	25	>=	95	230	5544
15	Перчатки трикотажные	1	<=	4	>=	1200	25	88
16	Полумаска +2 фильтра	1	<=	50	>=	50	2080	104000
17	Рукавицы	1	<=	6	>=	125	48	279
18	Фартук	1	<=	15	>=	125	140	2109
19	Нарукавники	1	<=	9	>=	125	75	640
20	ИТОГО			1162				182200
21				Целевая функция		1822000		

Рисунок 2 – Найденное решение по магазину «Амурснабсбыт»

Таким образом, с помощью расчета было получено, что общее количество товаров, которое будет возможно приобрести в магазине «Амурснабсбыт» за данную сумму 1 162 штук.

Аналогичным образом рассчитаем количество товаров, которые можно приобрести в магазине «Техноавиа», модель закупок представлена на рисунке 3.

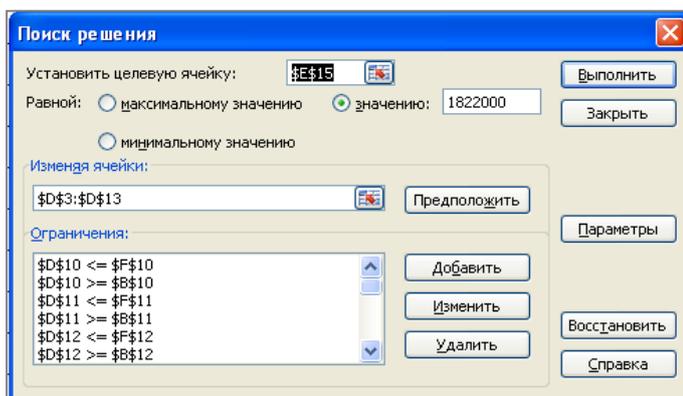


Рисунок 3 – «Поиск решения» по магазину «Техноавиа»

Ассортимент продукции магазина «Техноавиа» представлен меньшим количеством наименования, в данном магазине отсутствуют такие товары как одежда для сварщика, дождевой плащ, ботинки. Таким образом, решение модели представлено на рисунке 4.

	A	B	C	D	E	F	G	H
	Наименование материалов	Минимальное значение, шт	Знак	x, шт	Знак	Максимальное значение, шт	Цена товара, руб	Стоимость товаров, руб
3	Куртка+комбинезон (лето)	1	<=	69	>=	727	6753	465 876
4	Куртка+комбинезон (зима)	1	<=	116	>=	727	11431	1 326 971
5	Сапоги (лето)	1	<=	10	>=	300	936	9 756
6	Каска защитная	1	<=	8	>=	75	690	5 483
7	Щиток защитный	1	<=	6	>=	60	451	2 499
8	Очки защитные	1	<=	9	>=	95	795	7 158
9	Перчатки трикотажные	1	<=	1	>=	1200	20,9	25
10	Полумаска +2 фильтра	1	<=	5	>=	50	410	2 102
11	Рукавицы	1	<=	2	>=	125	75,5	133
12	Фартук	1	<=	4	>=	125	288	1 123
13	Нарукавники	1	<=	4	>=	125	249	873
14	ИТОГО			233				1 822 000
15				Целевая функция		1 822 000		

Рисунок 4 – Найденное решение по магазину «Техноавиа»

По результатам решения в магазине «Техноавиа» за сумму 1 822 тыс. руб. можно приобрести 233 штук товара, что на 929 штук меньше чем в магазине «Амурснабсбыт».

Таким образом, из двух рассматриваемых магазинов торгующих спецодеждой и другими видами индивидуальной защиты, был выбран магазин «Амурснабсбыт».

Сравним, насколько удовлетворен спрос на закупки товаров, представим рисунок, где укажем линию закупок в магазине «Амурснабсбыт» и максимальное количество, которое требуется (рис. 5).

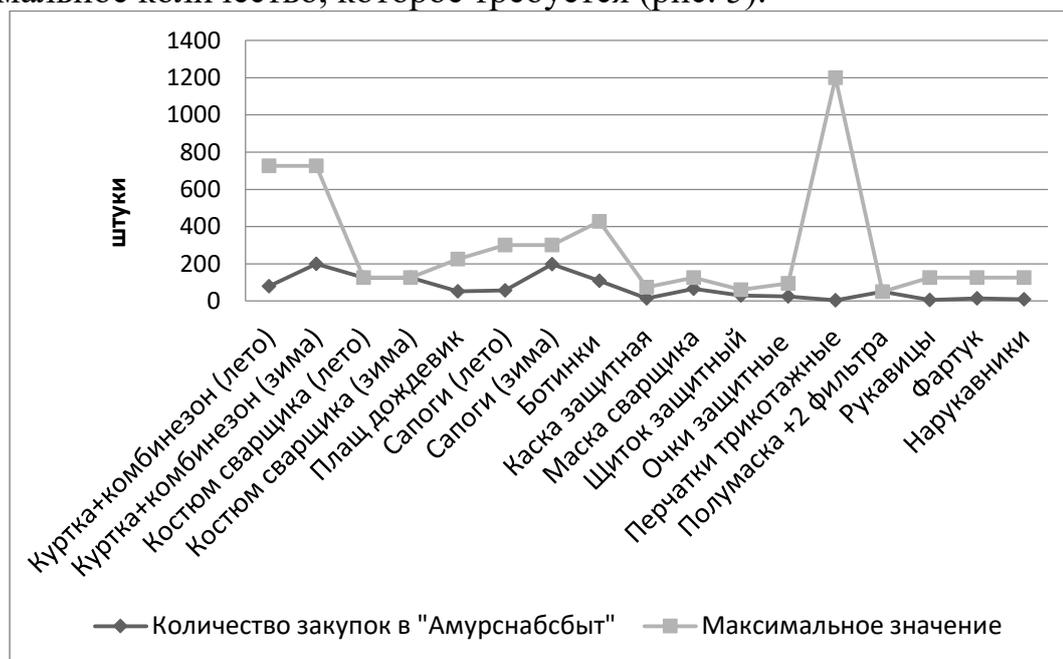


Рисунок 5 – Потребность компании ПАО «Ростелеком» на товары в год

Исходя из рисунка 5, наглядно видно, что спрос на товары полностью не удовлетворен, то есть, для полного удовлетворения спроса необходимо рассчитать количество денежных средств, которые необходимо будет выделить на закупки спецодежды. Для этого изменим математическую модель закупок товаров в магазине «Амурснабсбыт», представленную на рисунке 1. Выберем, чтобы целевая функция модели стремилась к максимальному значению (полному удовлетворению потребности) (рис. 6).

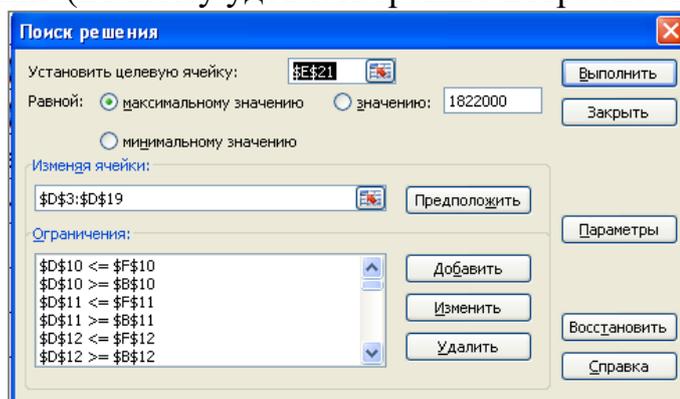


Рисунок 6 – «Поиск решения» для максимального удовлетворения

потребности

	A	B	C	D	E	F	G	H
	Наименование материалов	Минимальное значение, шт	Знак	к, шт	Знак	Максимальное значение, шт	Цена товара, руб	Стоимость товаров, руб
3	Куртка+комбинезон (лето)	1	<=	727	>=	727	790	574330
4	Куртка+комбинезон (зима)	1	<=	727	>=	727	1980	1439460
5	Костюм сварщика (лето)	1	<=	125	>=	125	2200	275000
6	Костюм сварщика (зима)	1	<=	125	>=	125	2900	362500
7	Плащ дождевик	1	<=	225	>=	225	510	114750
8	Сапоги (лето)	1	<=	300	>=	300	560	168000
9	Сапоги (зима)	1	<=	300	>=	300	1950	585000
10	Ботинки	1	<=	427	>=	427	1080	461160
11	Каска защитная	1	<=	75	>=	75	130	9750
12	Маска сварщика	1	<=	125	>=	125	640	80000
13	Щиток защитный	1	<=	60	>=	60	280	16800
14	Очки защитные	1	<=	95	>=	95	230	21850
15	Перчатки трикотажные	1	<=	1200	>=	1200	25	30000
16	Полумаска +2 фильтра	1	<=	50	>=	50	2080	104000
17	Рукавицы	1	<=	125	>=	125	48	6000
18	Фартук	1	<=	125	>=	125	140	17500
19	Нарукавники	1	<=	125	>=	125	75	9375
20	ИТОГО			4936				4275475
21				Целевая функция	4275475			

Рисунок 7 – Решение модели для максимального удовлетворения потребности

Сумма, которую необходимо выделить на закупки спецодежды, по результатам расчета составила 4 275 475 руб., это на 2 453 475 руб. больше, чем было выделено в 2015 году. Количество вещей, которые можно приобрести при максимальном спросе – 4 936 шт.

Был рассмотрен метод поиска оптимального решения с помощью программы Microsoft Office Excel, данный метод позволил рассчитать, в каком из магазинов можно купить спецодежду дешевле, и в каком количестве. Результаты сравнения двух магазинов «Амурснабсбыт» и «Техноавиа» показали, что в «Амурснабсбыте» можно купить больше одежды на одну и ту же сумму, но, несмотря на это потребность не была полностью удовлетворена. Для удовлетворения потребности, потребовались дополнительные расчеты, где не указывались ограничения в бюджете, это позволило рассчитать сумму, которая потребуется компании в 2016 году.

Использованные источники:

1. Левкин, Г. Г. Логистика : теория и практика / Г. Г. Левкин. – Ростов н/Д : Феникс, 2010. – 221 с.
2. Литвак, Б.Г. Разработка управленческого решения: учебник. – 6-е изд., испр. и доп. – М.: Дело, 2011. – 440 с.
3. Практикум по логистике (управление запасами) : учеб.-метод. пособие АмГУ, Эк.ф.; сост. С.А. Гусев. – Благовещенск: Изд-во Амур. гос. ун-та, 2013 – 45 с.

*Пестова Р.Г.
магистрант
ФГБОУ ВПО УГАТУ
Россия, г. Уфа*

КРЕАТИВНОСТЬ КАК КЛЮЧЕВОЙ ЭЛЕМЕНТ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ СОТРУДНИКОВ КОМПАНИИ

В последние десятилетия возросло значение стратегического планирования и управления, поскольку они позволяют выживать фирмам в условиях жесткой конкуренции в долгосрочной перспективе. Стратегический менеджмент дает возможность руководителям компаний своевременно выделять риски, затрагивающие интересы организаций, и управлять ими благодаря использованию доступного объема ресурсов.

В условиях возрастающей роли стратегического планирования особое значение приобретает наличие у сотрудников, в особенности у менеджеров, стратегического мышления. При этом отличительной чертой стратегического мышления, по мнению Минцберга, будет открытие новых стратегий, которые позволят выиграть в конкурентной борьбе за счет предвидения возможного будущего [2].

Многие авторы выделяют следующие черты стратегического мышления: стратегическое видение, умение обозначить цель, навыки анализа информации.

Мы считаем, что при нынешнем динамично меняющемся мире стратегическое мышление должно быть в том числе инновационным, при этом одним из ключевых элементов стратегического мышления должна стать креативность и как следствие умение генерировать идеи.

В настоящий момент не существует четкого определения понятия креативность, недостаточно проведены исследования в области возможности развития у сотрудников этой компетенции. Однако по требованиям, указанным в различных вакансиях, представленных на сайтах hh.ru, superjob.ru (одно из требований: если вы умеете креативно мыслить и создавать идеи), можно сделать вывод о том, что нынешние работодатели нуждаются в сотрудниках, умеющих творчески мыслить, генерировать новые идеи, поскольку креативность сотрудников может стать конкурентным преимуществом организации, функционирующей в условиях новой экономики, где основная тенденция – переход к управлению знаниями.

Попытаемся дать определение понятию креативность, который сегодня все чаще рассматривается не как метод саморазвития человека, а как навык, который может послужить на благо предпринимателей. Креативность, по мнению авторов статьи, - использование интеллектуального капитала, позволяющего получить новый продукт, процесс, услугу.

Мыслящий творчески сотрудник будучи генератором идей, способен оживлять рынок, действовать более продуктивно. Подобные сотрудники окажутся незаменимыми для компании.

Например, сотрудники Boatmen's National Bank, искавшие новый

вариант рекламы обслуживания клиентов, подвергли анализу все банковские операции и выяснили, что банк предоставляет клиентам информацию о перечислении средств на счет клиента. При этом подобную услугу оказывал только Boatmen's National Bank [1]. Используя методики генерирования идей, решили использовать уникальную услугу в основе рекламной кампании. Вместо рассылки традиционных рекламных буклетов, сотрудники отправили потенциальным клиентам банка посылки со сдобными булочками, банкой джема, ножом и салфеткой, приложив письменное обращение: «Пока вы завтракаете, наш банк уже подготовил информацию о состоянии вашего счета на начало рабочего дня!». Данная нетрадиционная рекламная кампания способствовала увеличению числа клиентов банка

Или пример компании, вице-президент которой дал задание отделу продаж увеличить объемы продаваемой продукции. Сотрудники отдела в результате творческого подхода к проблеме, применения методов генерирования идей пришли к следующей идее: создание подразделения, которое будет обходить дистрибьютеров и сосредоточит усилия на промышленных предприятиях. Это будет способствовать тому, что клиенты сократят затраты на электричество, что в конечном итоге позволило компании заключать крупные договоры на поставку ламп [1].

Мы видим, что нестандартные идеи руководства, рядовых сотрудников позволяют переосмыслить существующую модель бизнеса, найти новые пути развития, изменить стратегический курс предприятия, который в дальнейшем поможет компании стать лидером на рынке.

Многие считают, что креативность это врожденное качество и его нельзя развить. Однако сегодня становятся все более популярны различные методики для развития творческого мышления. Не так давно руководитель издательства в Америке нанял группу психологов для выяснения того, почему некоторые его сотрудники являются творческими личностями, а другие нет, и какие между ними существуют различия. В результате года исследований психологам удалось обнаружить, что две группы различаются по одному признаку: творческие люди убеждены в том, что они способны генерировать идеи и творчески мыслить, нетворческие считают, что творчество им недоступно.

Психологами была разработана программа обучения, которая состояла из двух частей и была направлена на повышение самооценки сотрудников, не считавших себя творческими личностями. Те, кто прошли обучение, через год стали предлагать новые идеи. В течение нескольких следующих лет эта группа сумела реализовать новаторские проекты и выпустить ряд новых изданий [1].

На сегодняшний день существует ряд методик, различных тренингов, направленных на развитие у персонала творческого мышления, также существуют примеры успешного применения этих методик зарубежными компаниями, а также российскими.

Считаем, что развитие креативности у персонала должно

сопровождаться использованием мотивации, проявляющейся в поощрении инициативы, предоставлении ресурсов. В дальнейшем мотивация будет способствовать самореализации и приросту знаний и умений.

Таким образом, считаем, что креативность должна являться частью стратегического мышления сотрудников, способствующей повышению эффективности работы. А использование методик развития креативности позволит управлять организацией в условиях неопределенности, нестабильности и будет способствовать реализации инновационных решений.

Использованные источники:

1. Микалко М. Рисовый штурм и еще 21 способ мыслить нестандартно. – М.: Манн, Иванов и Фербер. – 2015. - 416 с.
2. Стратегическое мышление [Электронный ресурс] URL http://www.psychologos.ru/articles/view/strategicheskoe_myshlenie (дата обращения 19.05.2016)

*Пученкова В. А.
3 курс, бизнес-информатика
Корева О. В.
научный руководитель, доцент
кафедры теории и истории экономики
ФГБОУ ВПО «ОГУ им. Тургенева»
Россия, г. Орел*

ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ МЕНЕДЖЕРА ПО РАБОТЕ С КЛИЕНТАМИ (ТОРГОВОГО АГЕНТА) С ПОТЕНЦИАЛЬНЫМИ ПОТРЕБИТЕЛЯМИ

Аннотация: Статья посвящена проблемам, с которыми сталкиваются торговые агенты при организации своей работы с потребителями.

Ключевые слова: менеджер по работе с клиентами, торговый агент, потенциальный покупатель, взаимодействие торгового агента и покупателя.

Сегодня поставляя товары и услуги на рынок, компании стараются достичь стабильности не только в организации продаж, но и в установлении взаимоотношений с клиентами. Важно не только сохранять и поддерживать существующую клиентскую базу, но и налаживать новые деловые контакты. Чтобы сотрудничество с заказчиком стало наиболее эффективно, необходимо персонифицировать отношения с ним, научиться учитывать особенности взаимодействий с клиентом, а также его личные качества. В условиях жесткой конкуренции компании должны уделять внимание не только качеству поставляемых продуктов и услуг, но и технологиям взаимодействия с заказчиками.

Главная функция агента - продажа клиенту продукции предприятия. И для ее реализации важен не только поиск потенциальных клиентов, но и установление контактов с покупателями. Чаще всего клиент осуществляет поиск товаров, которые смогли бы максимизировать для него

потребительскую ценность и повысить прибыльность его деятельности. Но при взаимодействии менеджеров по продажам и потенциальных потребителей нередко возникают определенные трудности и даже проблемы, которые необходимо решать. Именно проблемы взаимодействия торгового агента с потенциальными покупателями мы затронем в данной статье.

Клиент, принимая решение о выборе компании, к которой он хотел бы обратиться, вспоминает свой прошлый опыт общения с ней и степень удовлетворённости приобретенным товаром. К покупке более склонен клиент, который получает необходимую информацию о товаре. И если одному покупателю будет интересна техническая сторона товара, его характеристики и качества, то для другого более важной окажется информация о пользе данного товара и его преимуществах. Проблема заключается в том, что невозможно сделать абсолютно идентичным уровень обслуживания для всех клиентов. Торговому агенту необходимо правильно определить, что именно хочет услышать потенциальный покупатель о продукте, ведь информация, заинтересовавшая одного, может оказаться совершенно скучной для другого [1].

Порой между торговым агентом и потенциальным покупателем при взаимодействии возникает напряженность. Чаще всего это связано с личными предпочтениями клиента. Агент может просто не понравиться покупателю. Чаще всего на предприятиях на таких ситуациях не акцентируют внимание, ведь отследить их достаточно сложно. Но проблема все равно остается, ведь агент, не умеющий установить контакт с потенциальным клиентом, способен потерять до половины своего рынка.

Также существует серьезная проблема, когда торговый агент, наладив отношения с постоянными клиентами, перестает заботиться о новых потенциальных покупателях, не уделяет им должного внимания. Чаще всего это приводит к тому, что со временем он теряет большую часть своего рынка и предоставляет возможность конкурентам наладить личные отношения с покупателями, перевести их на собственное обслуживание. Часто для предприятия такой процесс с трудом поддается выявлению.

Иногда бывает, что при расширении ассортимента товара и предложении потенциальным клиентам, возникает проблема перегрузки торгового агента. Он просто перестает справляться с объемом своей работы, что приводит к ухудшению обслуживания и оттоку потенциальных клиентов.

Для предприятия проблемой также может оказаться просто уход торгового агента на другую работу. В этом случае могут быть потеряны сложившиеся связи, а также возможен переток клиентов к конкурентам, в силу их удовлетворённости обслуживанием данного торгового агента [2].

Довольно часто потенциальные покупатели анализируют приобретение нового товара через свою систему ценностей. Например, для закупщиков фирм часто бывает важен тот факт, что их компания производит продукцию высшего класса, а значит нельзя переключаться на новый товар, снизив цену. Столкнувшись с подобной проблемой торговый агент, не имеющий

достаточно глубоких знаний о своем продукте, может потерять потенциального клиента, так как не сможет убедить его в соответствии товара высокому качеству.

Довольно часто бывает, что отношение покупателя к товару противоречит его представлениям о данном типе товаров. В таких ситуациях торговым агентам довольно сложно переубедить потенциальных клиентов. Например, если вы продаете японские станки, вряд ли вам удастся заключить сделку с клиентами, убежденным, что нужно покупать товары, сделанные в Великобритании.

Конечно существуют и другие проблемы организации взаимоотношений торгового агента с потенциальными потребителями, но именно эти я считаю основными. И их решение позволит повысить уровень работы торгового агента и объемы продаж.

Для поддержания долгосрочных и успешных отношений с покупателем необходимо обеспечить его удовлетворённость от общения с агентом. Для этого необходимо повысить качество сервиса. Клиент скорее запомнит компетентный, профессиональный и внимательный к деталям сервис и расскажет о нем знакомым, нежели сам товар. К тому же быстрое и суетливое обслуживание чаще всего интерпретируется потребителями как грубость, что в большей степени способствует их разочарованию и нежеланию в дальнейшем обращаться к услугам такой фирмы.

Индивидуализация подхода при работе с клиентами значительно способна повысить удовлетворённость потребителей от сделки с торговым агентом. Покупатели обожают индивидуальный подход и готовы за него платить. И порой это не требует от торгового агента особых усилий или затрат, а лишь повышение внимания к мелочам, важным для клиента.

Также решить проблему взаимоотношений менеджера по работе с клиентами с потенциальными покупателями позволит индивидуальность обращения. Люди становятся более внимательными и заинтересованными, если слышат свое имя. Им приятно, что на них обращают внимание. Подобный сервис способен создать длительные и удачные отношения для торгового агента.

Важно понимать, что создание хороших взаимоотношений с клиентами зависит от того, что торговый агент делает, а не сколько он за это платит. Например, возможность получения небольшого подарка при совершении покупки, способна значительно повысить лояльность клиентов.

Для возможности переубеждения потенциальных клиентов и продажи им своих товаров, торговому представителю необходимо иметь достаточно глубокие знания о продукте, разбираться не только в его преимуществах и возможных выгодах от приобретения, но и суметь объяснить технические характеристики товара, его свойства и качества.

Также торговым агентам важно уметь выделять ключевых клиентов, выгодных для компании. Часто сосредоточивание на таких клиентах требует придерживаться более строгой дисциплины. Клиенты подчасую

эмоциональны и требовательны, но они способны прощать. При работе с ключевыми клиентами легко получить претензии по ходу дела, а значит подход к работе с ними должен быть индивидуализированным [1].

Для большинства потребителей наилучшим показателем работы торгового агента является не количество потраченных ими денег, а времяпрепровождение. Клиент захочет вернуться и купить что-то еще, если будет полностью удовлетворён от времени, потраченного на приобретение данного товара. Это позволит торговому агенту установить долгосрочные отношения с клиентом. В тоже время, постоянное упоминание агентом при рекламе своего товара образа денег, делает потенциальных потребителей более эгоистичными.

Как бы это не казалось странным, но такие мелочи, как удачный жест или точно подобранное слово, способны сильно повлиять на исход сделки. Но все эти приемы не будут работать, если клиент совершенно не заинтересован в товаре. Так что главным для любого менеджера по работе с клиентами должен быть поиск потенциальных покупателей, заинтересованных в товаре. и уже после их удержание и развитие отношений.

Использованные источники:

1. Управление отношениями с ключевыми клиентами как конкурентное преимущество на рынке B2B. [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.kpilib.ru/article.php?page=655>
2. Гончарук В.А. Маркетинговое консультирование. [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.cfin.ru/marketing/goncharuk/08-2.shtml>

Рамазанова Л.Р.

студент 3 курса

факультет «Управления»

направление «Менеджмент»

Магомедова З.О., к.э.н.

научный руководитель, доцент

кафедра «Аудит и экономический анализ»

ФГБОУ ВПО «Дагестанский государственный университет»

Россия, г. Махачкала

СУЩНОСТЬ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РИСКА И СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ИССЛЕДОВАНИЮ РИСКА

В статье раскрыты подходы к определению «экономический риск», проведены исследования основ экономического риска как элемент хозяйственного механизма.

Ключевые слова: неопределенность и риск, сущность риска, экономические трактовки, управление рисками.

Риск присутствует во всех сферах жизнедеятельности общества. Он является одним из видов опасности, связанной с экономической, социальной и политической деятельностью людей, реально осознаваемой и вероятностно оцениваемой. Вследствие этого, мы систематически сталкиваемся с

экономическими, политическими, правовыми, экологическими, техническими, психологическими, социальными, медицинскими и многими другими видами рисков.

В своей статье я хочу сделать акцент на экономических рисках и современных подходах их исследования, так как они являются одними из наиболее опасных как для отдельных личностей, организаций, так и общества в целом.

Однозначного определения сущности риска не существует. Это связано с тем, что это явление имеет несколько несовпадающих, или же вообще противоположенных реальных основ, а также с тем, что риск всегда связан с субъектом и решениями, которые тот принимает [3].

В экономическом плане существует несколько определений риска:

Риск – это деятельность, связанная с преодолением неопределенности в ситуации неизбежного выбора, в процессе которой имеется возможность количественно и качественно оценить вероятность достижения предполагаемого результата, неудачи и отклонения от цели [4].

«Риск существует везде, где есть неопределенность будущего» – подчеркивают Я.Д. Вишняков и Н.Н. Радаев. И далее уточняют: «Риск – это неопределенность в отношении возможных потерь на пути к цели» [1].

Д.С. Гончаров подчеркивает: «Получение прибыли всегда сопряжено с определенным уровнем риска. Прибыль – своего рода награда за риск, и чем выше риск, тем выше ожидаемая прибыль» [2].

Чтобы выжить в условиях рыночных отношений, нужно решаться на внедрение инновационных, нетривиальных действий, а это усиливает риск. Для любого бизнеса важным является не избежание риска вообще (это практически невозможно), а предвидение, и по возможности, его максимальное снижение [5].

Наиболее эффективным является комплексный подход к исследованию рисков. С одной стороны, такой подход позволяет получать более полное представление о возможных результатах деятельности предприятия, т.е. обо всех позитивных и негативных неожиданностях его ожидающих, а с другой стороны, делает возможным широкое применение математических методов для анализа и оценки рисков. Такой подход позволит предприятию наиболее эффективно управлять факторами риска, которые сопутствуют в процессе всей его деятельности.

Риск является элементом хозяйственного механизма и проявляется в совокупности специфических форм, методов и способов воздействия на хозяйствующие субъекты, через которые реализуется процесс общественного воспроизводства. Анализ категории «экономический риск» позволяет утверждать, что в экономической плане имеют место три основных подхода к риску как экономической категории: управленческий, доходный и вероятностный.

С точки зрения управленческого подхода риск – это единство обстоятельств и индивидуально-групповых предпочтений или критериев

оценки ситуации, на основе которых принимается оперативное решение.

Представители доходного подхода придерживаются мнения о том, что риск - это угроза того, что предприниматель понесет потери в виде дополнительных расходов, на которые он не рассчитывал.

Вероятностный подход определяет риск как вероятность наступления событий с отрицательными последствиями в результате определенных решений или действий.

Выделяют четыре формы проявления экономического риска в системе хозяйственного механизма: инвестиционный, финансовый, коммерческий и производственный риски.

Инвестиционный риск включает кредитный, биржевой, процентный, операционный, временной, селективный и капитальный риски.

Финансовые риски – бюджетный, валютный, инфляционный и дефляционный.

К коммерческим рискам относятся: риски маркетинга, снабжения и сбыта.

К производственному - управленческие и планово-экономические риски, риски снижения объемов производства по техническим и технологическим причинам, риск увеличения издержек.

Методы оценки экономических рисков подразделяются на количественные и качественные, общие и специфические, формализованные и неформализованные. Оценку экономических рисков целесообразно проводить с использованием качественных методов: концептуальных переносов, аналогий, дерева решений, уместности затрат. А также количественных методов: сценариев, статистических методов и анализа финансовых показателей. Эти методы позволяют осуществить выбор одного из нескольких альтернативных вариантов хозяйственной деятельности, с минимальными затратами отказаться от хозяйственной операции; проводить мониторинг хозяйственной и производственной деятельности, а также заблаговременно подготовиться к наступлению рискованной ситуации, и максимально избежать ее.

Множество управленческих решений принимается в условиях риска, что обусловлено рядом факторов: элементами случайности, отсутствием полной информации, наличием противоборствующих тенденций и другие. Таким образом, проблема количественной и качественной оценки экономических рисков и управления рисками ввиду возможности больших потерь при реализации инновационной, финансовой, производственной, сервисной, хозяйственной управленческой и других видов деятельности является актуальной и требующей пристального внимания.

Риском нельзя управлять, его необходимо регулировать. Система регулирования экономического риска на микроуровне должна базироваться на следующих принципах: согласованность, объективность, непрерывность, комплексность, динамичность, способность к самоорганизации. Система регулирования экономического риска хозяйствующего субъекта выполняет

следующие функции:

1) организация работы системы, разработка и адаптация концепции регулирования риска;

2) организация системы информационных потоков, формирование информационного банка данных;

3) организация взаимодействия с управляющими подсистемами.

Для оценки уровня экономического риска необходимо использовать количественный и качественный подходы. В рамках обозначенных подходов, методы регулирования риска на уровне хозяйствующего субъекта объединены в четыре группы:

1. Уклонения - наиболее распространены в хозяйственной практике. Этими методами пользуются предприниматели, предпочитающие действовать наверняка, не рискуя.

2. Локализации - используют в тех сравнительно редких случаях, когда удастся достаточно четко и конкретно вычленивать, и идентифицировать источники риска. Выделив экономически наиболее опасный этап или участок деятельности, можно сделать его контролируемым и таким образом снизить уровень финального риска предприятия.

3. Диссипации - представляют собой более гибкие инструменты управления. Один из основных методов диссипации заключается в распределении общего риска путем объединения с другими участниками, заинтересованными в успехе общего дела.

4. Компенсации - еще одно направление борьбы с различными угрожающими ситуациями, связанное с созданием механизмов предупреждения опасности.

Таким образом, в практику регулирования экономических рисков хозяйствующих субъектов активнее должны входить методы компенсации риска (стратегическое планирование, активный маркетинг, мониторинг рынка, прогнозирование изменений экономической среды), так как они обеспечивают хозяйствующего субъекта информацией о состоянии и динамике изменений макро- и микросреды тем самым позволяя прогнозировать свою хозяйственно – производственную деятельность с учетом факторов риска.

Использованные источники:

1. Вишняков Я.Д., Радаев Н.Н. / Общая теория рисков: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. – М.: Издательский центр «Академия», 2007. – С. 368.

2. Гончаров, Д.С. Комплексный подход к управлению рисками для российских компаний / Д.С. Гончаров. – М.: Вершина, 2008. – С. 224.

3. Диев В.С. Философская парадигма риска // ЭКО. 2008. № 11. С. 27–39.

4. Шапкин А.С., Шапкин В.А. / Экономические и финансовые риски. Оценка, управление, портфель инвестиций – 9-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013. С.6.

5. Шапкин А.С., Шапкин В.А. / Теория риска и моделирование рискованных ситуаций: Учебник для бакалавров – 6-е изд. – М.: Издательско-торговая

корпорация «Дашков и К°», 2014. С.3.

*Рубан М.Н.
магистрант
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет
Шматко А.Д.
профессор*

*Балтийский государственный технический университет имени
Д.Ф. Устинова «ВОЕНМЕХ»*

*Институт проблем региональной экономики
ведущий научный сотрудник
Российская академия наук
Россия, г. Санкт-Петербург*

МЕТОДЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

В статье рассматривается проблема эффективности управленческой деятельности на российских предприятиях и методах ее повышения посредством применения принципов управления и методик, предлагаемых представителями школы научного менеджмента, классической школы, а также представителем современного менеджмента

Ключевые слова: менеджмент, производственный менеджмент, управление предприятием, научная организация труда, эффективность менеджмента.

После начала валютного кризиса в России, вызванным стремительным падением мировых цен на нефть в 2014 году, практически все существующие российские предприятия столкнулись с рядом не простых проблем. Девальвация рубля, которая привела к росту цен на импортное, а затем и на отечественное сырье и оборудование. Увеличение Центральным Банком России ключевой ставки, приведшее к увеличению стоимости кредитов. Все эти факторы приводят к удорожанию стоимости конечного продукта, производимого предприятиями. При этом возрастает уровень безработицы, уменьшаются реальные доходы населения, следовательно, падает покупательная способность населения и, соответственно, спрос на ту или иную продукцию.

Как известно, производительность труда в России практически в два раза меньше средневропейской, и в 2,5 раза меньше, чем в США. [1] Считается, что одни из основных причин такого уровня производительности российских предприятий является неэффективное производство и использование устаревших технологий. [2]

Раньше менеджмент предприятия мог себе позволить управлять предприятием, особо не прилагая больших усилий, и при этом неплохо чувствовать себя на рынке. Сейчас же для дальнейшего успешного

функционирования предприятия, а может и вообще существования, необходимо чтобы оно было более конкурентоспособно, чтобы продукция была лучше, чем у конкурентов или дешевле [5, 6].

Достижение конкурентоспособности невозможно без наличия эффективной управленческой деятельности на предприятии. Только высокоэффективная организация труда и современное высокотехническое оборудование может позволить предприятию развиваться и достигать высоких результатов.

Проблему эффективности предприятия может решить применение научного подхода к управлению производством [7, 8]. Первым, кто применил данный подход, является Фредерик Тейлор, основы теоретических положений концепции которого, были им изложены в его работе «Принципы научного менеджмента» в 1911 году, являясь обобщением его собственного практического опыта. Ф. Тейлором были выведены четыре принципа научной организации управления, соблюдения которых, как он утверждал, приведет к повышению прибыли для управленческого персонала, так и увеличение заработной платы работников.

Не смотря на то, что работам Ф. Тейлора уже больше ста лет и они практически являются основой в управлении производством, не на всех современных предприятиях используются принципы научной организации труда, изложенные Ф. Тейлором:

1. Разработка научных подходов к каждому элементу работы, которая выполняется отдельным работником
2. Управленцы производят тщательный отбор работников на научной основе, а после тренируют, обучают и развивают полученные навыки каждого отдельного рабочего
3. Осуществлять тесное сотрудничество с рабочими
4. Устанавливать практически равномерное распределение задач и ответственности между управленцами и рабочими [3]

Также менеджменту предприятия стоит обратить внимания на принципы управления, которые сформулировал Анри Файоль. А. Файоль является представителем классической школы управления, которая базируется на научном менеджменте Ф. Тейлора, но доработанном и усовершенствованном, отличительной особенностью которого является то, что в нем подвергается рассмотрению организация в целом и разработка подходов к повышению эффективности управления происходит с позиции организационной целостности.

А. Файоль изложил следующие принципы управления:

- | | |
|-----------------------------|------------------------------------|
| 1. Разделение труда | 8. Централизация и децентрализация |
| 2. Власть и ответственность | 9. Скалярная цепь |
| 3. Дисциплина | 10. Порядок |
| 4. Единоначалие | 11. Справедливость |
| 5. Единство руководства | 12. Стабильность рабочего места |
| 6. Подчиненность интересов | 13. Инициатива |

7. Вознаграждение персонала 14. Корпоративный дух

Основоположник современного менеджмента Питер Друкер, в отличие от большинства авторов работ о менеджменте, предлагает управляющему прежде всего научиться управлять самим собой, считая это самым правильным путем повышения управленческой эффективности. [4]

П. Друкер выделяет, что для любого управляющего существуют четыре основных реалий, также их можно назвать препятствия, которые очень сложно контролировать:

1. Время
2. Поток событий
3. Сложность взаимодействия с сотрудниками
4. Концентрация на внутренних процессах в ущерб внешним

По его мнению, данные препятствия создают основные помехи для эффективной деятельности управляющего. Поскольку полное устранение их невозможно, П. Друкер дает рекомендацию руководителям в первую очередь развить навык расстановки приоритетов, что поможет в любой ситуации сконцентрироваться на основной задаче и оптимально распределить время. Эффективность в управленческой деятельности - это не только лишь умение поступать целесообразно и правильно, но и следование комплексу определенных практических методик, которое должно стать обязательным в деятельности руководителя. П. Друкер определил пять методик выработки эффективного поведения:

Методика 1. Правила эффективного управления временем

Методика 2. Установка на конечный результат и глобальные цели

Методика 3. Развитие сильных сторон

Методика 4. Правила расстановки приоритетов

Методика 5. Принятие правильных решений

Важно понимать, что повышение эффективности управленческой деятельности предприятия не может производиться посредством использования лишь одной из рассмотренных методик или принципов. Только применение совокупности этих и других методик и принципов позволит создать высокоэффективную организацию труда.

Использованные источники:

1. ОЭСР: В России самая низкая в Европе производительность труда. [Электронный ресурс]/ М. Малыхин//Ведомости.-2015. Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/management/articles/2015/08/10/604195-oesr-nizkaya-proizvoditelnost>
2. Эффективная Россия: производительность как фундамент роста. McKinsey Global Institute // Российский журнал менеджмента 109 Том 7, № 4, 2009. С. 109–168
3. Тейлор Ф.У., Принципы научного менеджмента / Пер. с англ. А.И. Зак. - М : Журн. "Контроллинг" Изд-во стандартов, 1991. - 104 с.
4. Друкер П. Ф., Эффективный руководитель / Питер Друкер; пер. с англ. Ольги Чернявской. - Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2012. - 232 с.

5. Арсентьев А.И., Шматко А.Д. Влияние инноваций на эффективность деятельности промышленных предприятий (организационно-экономический аспект) // Экономика и предпринимательство - 2014 - № 9 (50) - с. 869-874.
6. Курбанбаева Д.Ф., Шматко А.Д. Модель функциональной зависимости основных макроэкономических показателей социально-экономической системы страны // Вестник экономической интеграции - 2011 - № 2 - с. 7-14.
7. Шматко А.Д. Использование методов управления качеством для обеспечения конкурентоспособности инновационных предприятий // Вестник экономической интеграции. 2009. Т. 1. С. 143-148.
8. Шматко А.Д. Развитие инфраструктурного обеспечения малого предпринимательства высшей школы в условиях инновационной экономики. Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора экономических наук / Санкт-Петербургский государственный университет экономики и финансов. Санкт-Петербург, 2012.

*Санчай М-К. С.
студент, 2 курс
экономический факультет*

*Иргит А. А.
студент, 2 курс
экономический факультет*

*Монгуш О. Н., к.э.н.
доцент*

*кафедра «Экономика и менеджмент»
Тувинский государственный университет
Россия, г. Кызыл*

СИСТЕМА МОТИВАЦИИ ТРУДА НА ПРЕДПРИЯТИИ

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению основных правил осуществления эффективной мотивации персонала.

Ключевые слова: *мотивация, мотивирование, система мотивирования, эффективность персонала.*

В основе отношения человека к труду, к преодолению его трудностей и достижению определенных результатов, как и в других видах активной деятельности человека, лежит мотивация – то, что побуждает его избрать именно этот вид труда, что его привлекает в нем, в какой степени привлекает, с какой полнотой побуждает его раскрывать свои способности, затрачивать силы, порой даже рисковать жизнью[4, с. 288].

Чем больших умственных достоинств, усилий, профессионализма, творчества требует от человека выполняемая работа, тем большую роль играет его собственный интерес, побужденный мотивом. Путь к эффективному менеджменту лежит через понимание побудительных сил работающих и максимальное внимание к их активации и направлению в нужное русло. Только так можно ожидать от них заинтересованности в труде, самоотдачи, высокой производительности и качества труда, а в целом –

получения доходности и прибыльности предприятия.

Побуждения к труду определяются внутренними и внешними психологическими причинами. Внутренние в своей основе связаны со сформированными у человека потребностями, интересами, увлечениями, ценностями жизни и другими компонентами направленности его личности. Чаще всего это мотивы профессиональной подготовленности и опыта, материальные, бытовые, социальные (патриотические, гражданские, моральные и др.), коллективистские, личностного роста, самоутверждения, подражания, мотивы опасений и случайные. Внешние причины связанные чаще всего с семьей, устройством жизни, её проблемами и планами, советами родителей и семейной традицией, воздействиями рекламы, возможностями трудоустройства, близостью-отдаленностью места работы, престижности и модности труда, содержание труда и др. Есть также стабильные, длительно действующие, но есть и меняющиеся, вплоть до ситуативных. Каждое действие и поступок индивида имеют свой мотив. Все это надо постоянно, умело и гибко, в соответствии с обстановкой и индивидуальными качествами каждого работника учитывать менеджеру.

В целом можно сформулировать ряд правил осуществления эффективной мотивации работников[3, с. 66]:

1. Мотивирование даёт результаты, когда подчиненные ощущают признание своего вклада в результаты работы, обладают заслуженным статусом. Обстановка и размер кабинета, участие в престижных конгрессах, функция представителя фирмы на важных переговорах, поездка за рубеж, неординарное обозначение должности – все это подчеркивает положение сотрудника в глазах коллег и посторонних лиц. Прибегать к этому методу стоит деликатно: частичное или полное лишение работника ранее предоставленного статуса приводит, как правило, к чрезвычайно бурным реакциям вплоть до увольнения.

2. Неожиданные, непредсказуемые и нерегулярные поощрения мотивируют лучше, чем прогнозируемые, когда они практически становятся неизменной частью заработной платы.

3. Положительное подкрепление результативнее отрицательного.

4. Подкрепление должно быть безотлагательным, что выражается в незамедлительной и справедливой реакции на действия сотрудников. Они начинают осознавать, что их неординарные достижения не только замечаются, но и ощутимо вознаграждаются. Выполненную работу и неожиданное вознаграждение не должен разделять слишком большой промежуток времени, чем больше временной интервал, тем меньше эффект. Однако поощрения руководителя должны, в конце концов, воплощаться в жизнь, а не оставаться в виде обещаний.

Мотивирование составляет основу организации успешной деятельности предприятия, оно превращает все формальное, планируемое, желательное для менеджмента в реальную деятельность персонала и требующийся качественный продукт. Мотивирование – одна из сложнейших и

специфичных задач психологической функции менеджмента, обеспечивающая включение побудительных сил и возможностей работников, их направление на достижение результатов, нужных предприятию и сочетающихся с интересами персонала.

На предприятии и в его структурах обязана создаваться, существовать и постоянно действовать система мотивирования персонала – взаимосвязанная совокупность факторов-стимулов (мотиваторов, стимулов) активизации всей его деятельности или конкретных достижений, актуальных и нужных в определенное время. Она должна функционировать непрерывно, совершенствоваться, обновляться, быть гибкой, индивидуализированной, в необходимых случаях ситуативной. Это хлопотный и психологически утонченный процесс, требующий от менеджера постоянной заботы и психологической квалификации[4, с. 289].

Использованные источники:

1. Власова Е. Система мотивации: как привлечь и удержать / Е. Власова, Т. Копачевская // Управление персоналом, 2010. №8. С. 19 – 25.
2. Ильин Е. П. Мотивация и мотивы: учеб. пособие, СПб.: Питер, 2011. – 508 с.
3. Корзенко Н. И., Зобнина М. Е. Вестник Челябинского государственного университета, 2012. №3 (257). Управление. Вып. 7.
4. Столяренко А. М. Психология менеджмента: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям « Менеджмент организаций», «Управление персоналом» и «Психология». – 2-е изд., испр. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 455 с.

Сефербекова Т.Н.

студент 2-го курса

Дагестанский Государственный Университет

Дагестан, г. Махачкала

HOW TO ATTRACT NEW CUSTOMERS TO THE RESTAURANT

Annotation: The article deals with some new and fresh ideas to attract new clients to a restaurant. The author underlines that restaurant's location, name and exterior and interior are the first things that entrepreneur should think about before the opening. Then, the author proposes some steps to continue success when the restaurant is open.

Keywords: restaurant, location, exterior and interior, pricing, delivery, discount.

It is very important for every restaurant to have many customers. That's why you should always think over possibility of attracting new customers. They are as important for the restaurant business as the regular ones. Any business can flourish without having new customers. This is needed to balance the old customers that are no longer coming to your restaurant for some or other reasons such as relocating or changing dining habits

Unfortunately, according to statistics 60 percent of restaurants fail in the first year. So, how to survive in such a severe competitive environment? In order to success it's necessary to use new and fresh restaurant promotion ideas that will make a future restaurant distinctive and successful and will attract customers.

Before you open a restaurant you should think about at least 3 things that will draw clients' attention: its location, its name, its exterior and interior.

With a restaurant, location is everything. You need a spot that draws crowds, is easily accessible, and has potential for growth. Try to market your restaurant in public places such as parks, shopping centers, supermarkets.

It is very important to choose a restaurant name. A good name should be easy to remember and spell. Pay attention to a theme or menu. For example, Chinese restaurants do this perfectly. Look at these names: Jade Palace or Fortune Fountain. Very often the name of a restaurant is connected with the owner's name or someone dear to it. What ever the meaning behind your restaurant's name, be ready to share it with the public, who love a good story. Fun names that have nothing to do with food are usually easy to remember, and pass on by word of mouth. But avoid trademarked restaurant names. If your last name is McDonalds, don't call your restaurant that. You are just asking for trouble.

Here are some interesting and unexpected restaurant names - Whale Wins, The Ravenous Pig, Honey Salt, Salty Tart, The Pig and The Lady, The Violet Hour, Take Root, The Pearl Mission, The Polar Gate.

The interior design of the restaurant serves more than what the food actually does. The interior and exteriors look reveal the quality of the service, so the exterior interface must look magnificent to attract attention. Here are the most common restaurant designs:

- *The restaurant with ancient character* has features walls filled with drawings and hanging crystal chandeliers, with a wooden model to maintain the intimacy and familiarity of the place.

- *The Oriental restaurant* depends on wooden furniture and decorations, as well as arabesque chairs or Arabic seating in one of its divisions, and Persian Carpet, candlesticks and small pieces of artifacts that are used for decoration.

- *The African restaurants* offer to the visitors the atmosphere of the presence in the African forests and consist of a range of natural materials, tissues and natural colors in its design to reflect the contemporary African character.

So, when your restaurant is open and works, you shouldn't stop at it ... Here are the next steps to continue your success:

- *Visit companies in your neighborhood*, introduce your restaurant to managers and directors and leave them the leaflet about your restaurant's offer.

- *Design leaflets for your restaurant's offer*. Make sure that your offer lasts at least for 30 days and make the conversation with your potential customers friendly and open.

- In order to stimulate your potential customers, you must *provide a discount of 20%* or you can also try *2 for 2 deals*. Giving people an extra incentive to try your restaurant for the first time is a great way to turn them into loyal

customers.

- For your restaurant promotion ideas we should not forget about a special *10% discount on delivery*.

- *Happy hour in your restaurant* is intended to boost business during the slow hours in the late afternoon Monday through Thursday, and often takes place between 4 PM and 8 PM.

- *Offer specials deals*. It is known that people after working day are tired and don't want to cook at home. They want to relax and have a bite in other place, in one restaurant for example. Then it will be better for you to offer late hour special deals to attract potential customers. For this business you may offer cocktails, finger foods, chicken dishes, chips, and various other foods at special discounted prices for such clients. So, everything is in your arms!

- *Use sports season* for restaurant promotion ideas. For example, provide a large screen TV for your guests to watch the games. Buy team t-shirts for your staff and combine them in a new wait staff dress code.

- *Birthday emails*. Birthday customers are great because they usually travel in groups. If you offer a free drink or dessert, you'll be getting the extra business of friends and family who are along for the celebration. The more locally-oriented and personal your restaurant, the better a birthday email strategy works.

- *Pricing*. It's always important that your pricing is reasonable, while still maintaining quality. When pricing your menu, consider the local economy and lifestyle.

Getting people through the front door is the first step. Giving them impeccable customer service and serving them your best food dishes is extremely important if you want these customers coming back again. All of your work attracting new customers will go to waste if you're not converting them into long term loyal customers.

Скороходова Л.А., к.э.н.

доцент

кафедра экономики

Уральский юридический институт МВД России

Шаламова Е.Ю.

курсант 2 курса

факультет подготовки сотрудников полиции

Россия, г. Екатеринбург

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ: ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ ОЦЕНКИ

Аннотация: в статье рассмотрены современные подходы к оценке конкурентоспособности предприятий в настоящих экономических условиях, определены факторы, определяющие конкурентоспособность предприятий, представлены основные стратегические матрицы, позволяющие оценить конкурентное положение предприятия на рынке.

Ключевые слова: конкурентоспособность, факторы

конкурентоспособности предприятия, стратегические матрицы оценки конкурентного положения предприятия на рынке.

Abstract: The article deals with modern approaches to assessing the competitiveness of enterprises in these economic conditions, the factors that determine the competitiveness of enterprises, are the main strategic matrix to assess the competitive position of the company on the market.

Keywords: competitiveness, enterprise competitiveness factors, matrix strategic assessment of the competitive position of the enterprise in the market.

Конкурентоспособность выступает одной из важнейших характеристик, которая позволяет оценить уровень развития конкретной экономики. Она имеет особое значение и для перспектив развития как государственной экономики в целом, так и экономики отдельных регионов и предприятий.

К окончательному переходу к рыночной экономике в России осуществляется «борьба» как на внешних, так и на внутренних рынках: между иностранными предприятиями и отечественными производителями, а также между отдельными предприятиями и организациями.

Как для экономики государства, так и для экономики отдельного предприятия, конкурентоспособность является основой дальнейшего развития, поскольку она выступает важным оценочным показателем не только состояния, имеющегося на данный момент, но и показателем перспектив.

В литературе имеется широкий круг толкования понятия конкурентоспособность через различные показатели. Конкурентоспособность предприятия — это способность противостоять на рынке изготовителям и поставщикам аналогичной продукции (конкурентам) как по степени удовлетворения своими товарами или услугами конкретной потребности потребителей, так и эффективности производственной, маркетинговой и финансовой деятельности [3].

В связи с этим возникает необходимость определения субъектов и объектов конкурентоспособности. Субъектами могут выступать конкретные люди, предприятия, отрасли, регионы и страны, которые способны влиять на уровень своих конкурентоспособных преимуществ и приводить его в желаемое состояние.

Объектом конкурентоспособности выступает товарная продукция предприятия, которая не обладает свойством самостоятельного изменения и развития. Уровень конкурентоспособности продукта определяется тем, какие качества привнесены в него производством. Данные процессы проходят под воздействием субъекта, в результате которого продукция приобретает качество, привлекательность, ценность.

Следует отметить, что между субъектом и объектом в условиях конкурентоспособности существует особая взаимосвязь. Так, конкурентоспособность продукта определяется воздействием субъекта на

него, его способностями, качествами, умениями и квалификацией. Если взглянуть на ситуацию с другой стороны, то можно сделать вывод о том, что продукт является средством «обратной связи». С его помощью субъект может оценить необходимость производимой продукции для потребителя, степень его отставания от конкурирующих товаров; понять, что нужно изменить и сделать, чтобы его товар смог конкурировать с другими товарами на рынке и в итоге мог приносить прибыль.

Говоря об экономической сущности конкурентоспособности, следует отметить факторы, определяющие её. Техничко-экономические факторы зависят от производительности, наукоемкости производства, фондоотдачи, фондовооруженности предприятия. Коммерческие факторы определяют условия продажи продукции предприятия на конкретном рынке и включают в себя конъюнктуру рынка, затраты на рекламу, а также сервисные услуги, предоставляемые покупателям. Нормативно-правовые факторы определяют соответствие товара требованиям стандартов и законодательству.

Таким образом, от конкурентоспособности предприятия зависит возможность получения высокой прибыли в имеющихся условиях. В связи с этим перед предприятиями стоит задача по достижению такого уровня конкурентоспособности, который бы позволил достаточно длительное время получать такую прибыль.

Оценка конкурентоспособности в условиях сложившейся экономической ситуации и курса на импортозамещение является особо актуальной. При оценке имеющихся свойств, делается заключение о возможности соперничать предприятию с конкурентами, а также определяется его положение на рынке, что является важнейшим итогом оценки конкурентоспособности.

Исходя из того, что конкурентоспособность и её оценка являются комплексными категориями, круг характеристик, которые подлежат исследованию, определяется целями анализа, возможностью применения на практике полученной информации, а также методологией проводимого исследования. В данном ключе следует заметить, что каждое предприятие обладает большим количеством свойств, которые могут быть подвержены исследованию, однако, как было замечено ранее, их круг определяется, в основном, целями исследования.

В ходе исторического развития менялись и критерии оценки конкурентоспособности предприятий. В начале XX вв. предприятиям удавалось поддерживать высокий уровень конкурентоспособности за счет производства с наименьшими затратами, поскольку разнообразие в товарном ассортименте отсутствовало, таким образом, основным критерием оценки эффективности производства было соотношение доходов и расходов. Научно-технический прогресс, внедрение новых технологий, расширение ассортимента товаров, а также рост потребностей населения стали предпосылкой для роста конкуренции среди предприятий. Способы производства, направленные на снижение расходов, сокращение персонала,

увеличение производительности не давали прежних результатов. Таким образом, к 50-м годам XX вв. добавляется новый критерий – организационная и управленческая эффективность, которая поставила необходимость стратегического управления и планирования деятельности предприятия, что является актуальным и в настоящее время.

В связи с зарождением данного критерия возник новый подход к обеспечению конкурентоспособности предприятий, который основывался на стратегиях конкуренции. Данный подход на основе анализа конкурентных преимуществ дает лишь качественную оценку, но не дает количественного выражения результатов.

Наряду с данным подходом в ходе развития истории для оценки конкурентоспособности предприятия была введена система качества, которая впоследствии стала формальным способом оценки, требующим лишь сертификата соответствия. Получение прибыли также нельзя считать критерием конкурентоспособности предприятия, поскольку для российских предприятий типовыми являются ситуации, когда при наличии прибыли предприятие является неплатежеспособным, т.е. не может погасить свои текущие обязательства, и, наоборот, имея убытки, предприятие аккуратно рассчитывается с поставщиками, сотрудниками, государством и кредиторами [5].

В настоящее время существует мнение, что конкурентоспособность предприятия должна оцениваться на основе роста благосостояния собственников, иначе - стоимости предприятия. В таком случае высокая конкурентоспособность может быть определена как положительная разность между вложенным капиталом и стоимостью этой доли при возможной продаже организации.

Однако для более глубокого изучения факторов, влияющих на конкурентоспособность, для оценки их эффективности и вклада в достижение общей цели организации необходимо проведение более детального анализа.

Наиболее известные на сегодняшний день модели и методы оценки конкурентоспособности организации можно разделить на две группы аналитические и графические методы. Классификация методов оценки конкурентоспособности организации представлена на рисунке 1 [6].



Рисунок 1 - Методы оценки конкурентоспособности предприятий

Кратко рассмотрим итоги, получаемые при помощи графических методов оценки.

Матрица БКГ, построенная на основе достоверных данных точно показывает положение предприятия, не определяя причин такого положения и не делая прогноза на будущее время.

Модель «Привлекательность рынка – преимущества конкуренции» при своей статичности и невозможности оценить качественные показатели, позволяет установить место фирмы среди других конкурентов и выработать дальнейшие стратегии.

Матрица Портера не дает конкретных рекомендаций по достижению конкурентных преимуществ, но графически структурирует этапы достижения конкуренции.

Метод многоугольника конкурентоспособности является эффективным в ситуации, при которой необходимо оперативно оценить текущее положение организации среди конкурентов, однако она не дает прогноза, а также присутствует сложность при определении исходных данных и расчете показателей.

Что касается аналитических методов оценки, то модель рейтинговой оценки позволяет выстроить иерархию предприятий на основе их достижений в финансовой и других отраслях деятельности. Оценка на базе анализа «4Р» осуществляется экспертами, которые сравнивают конкурентов по следующим факторам: продукт, цена, продвижение на рынке, каналы сбыта. Методика оценки конкурентоспособности фирмы Ж.Ж. Ламбена основана на следующих индикаторах: относительная доля рынка, отличительные свойства товара, издержки, степень освоения технологий, каналы товародвижения, а также имидж компании. В результате оценки данных факторов оценивается уровень конкурентоспособности предприятия от высокого до низкого. Оценка

конкурентоспособности предприятия на основе исследования внутренней среды в двух направлениях: определение перечня внутренних факторов и оценка их влияния на эффективность деятельности предприятия, а также определение сильных и слабых сторон.

Одним из наиболее эффективных методов, который достаточно полно отражает преимущества и недостатки предприятия, является SWOT-анализ.

В рамках данного анализа производится оценка сильных и слабых сторон в конкурентной борьбе, возможностей предприятия, а также угроз. Показатели конкурентоспособности анализируются и оцениваются по нескольким направлениям, которые включают в себя финансы, производство, организационно-управленческий аспект, маркетинг, кадровый состав и уровень используемых технологий [2].

Данные направления деятельности предприятия детально исследуются, в результате чего по каждому направлению отражается место предприятия, занимаемое на рынке, от 1 до 5, где 1 свидетельствует о лучшем положении на рынке, 2 – показатели хозяйственной деятельности выше среднего, стабильное развитие предприятия, 3 – предприятие соответствует стандартам, однако находится на среднем уровне, 4 – отмечается ухудшение показателей хозяйственной деятельности, 5 – предприятие в кризисном положении.

Следует отметить, что данный метод является универсальным и адаптивным, то есть предприятие или иной объект может быть оценено по другим направлениям. Кроме того, данный метод используется как для оперативной оценки текущего положения, так и для долгосрочного стратегического планирования.

Общая схема для проведения SWOT-анализа представлена на рисунке 2.

	ВОЗМОЖНОСТИ	УГРОЗЫ
СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ	СИВ	СИУ
СЛАБЫЕ СТОРОНЫ	СЛВ	СЛУ

Рисунок 2 - Матрица для проведения SWOT-анализа

Поле СИВ отражает, какие сильные стороны необходимо задействовать предприятию, чтобы получить результат от своих возможностей. Поле СЛВ показывает, какие возможности могут компенсировать слабые стороны. Поле СИУ показывает, какие сильные стороны необходимо использовать предприятию для того, чтобы противостоять возникшим угрозам. Поле СЛУ отражает, какие слабые стороны необходимо ликвидировать, для того чтобы предотвратить угрозу [2].

Анализ современной литературы показал, что SWOT-анализ является одним из наиболее гибких, удобных и простых в использовании методов, при помощи которого можно оценить не только сильные и слабые стороны предприятия, его возможности и угрозы, но и конкурентоспособность предприятия.

Таким образом, одно из важнейших свойств конкурентоспособности – возможность соотношения качественных характеристик к количественным.

Признавая возможность конкурентоспособности быть измеренной, следует подчеркнуть, что к настоящему моменту не предложена шкала измерений, единогласно признанная профессиональным сообществом [4].

Использованные источники:

1. Федеральный закон от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции» // Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 28.03.2014)
2. Арутюнова Д.В. Стратегический менеджмент: учебное пособие. - Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2010. – С. 71.
3. Габибова М.Ш. Пути повышения конкурентоспособности предприятия // Актуальные вопросы экономики и управления: материалы III междунар. науч. конф. (г. Москва, июнь 2015 г.). — М.: Буки-Веди, 2015. — С. 85-87.
4. Демченко С.Г. Повышение конкурентоспособности продукции промышленных предприятий – адекватный ответ на западные санкции: методологический подход // Актуальные проблемы экономики и права». - 2015.- № 1. - С. 11.
5. Кротков А.М. Конкурентоспособность предприятия: подходы к обеспечению, критерии, методы оценки // Маркетинг в России и за рубежом. – 2010. - № 6. – С. 121-134.
6. Хасанов Р. Методика оценки конкурентоспособности предприятия. – М.: Синергия, 2009. – 127 с.

*Скуря Н.Г.
студент 4 курса
факультет экономики и менеджмента
Уфимский институт (филиал)
ФГБОУ ВО РЭУ им. Г. В. Плеханова
Россия, г. Уфа*

ФАКТОРНЫЙ АНАЛИЗ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ПРОДАЖ НА ПРИМЕРЕ РОЗНИЧНОЙ СЕТИ ПАО «МАГНИТ»

В статье изучается термин «рентабельность продаж», приводятся примеры различных факторов, влияющих на нее.

Ключевые слова: рентабельность продаж, факторы, прибыль от продаж, выручка от продаж, себестоимость, коммерческие расходы.

В современном мире каждая организация своей целью ставит достижение максимальной прибыли. На пути к этому может возникнуть множество проблем, одной из них может стать банкротство предприятия в связи с низкой платежеспособностью по долгам и обязательствам. Для того чтобы этого не произошло, необходимо своевременно проследивать значение такого показателя как рентабельность.

Для того чтобы выяснить каковы причины определенного вида изменений показателей рентабельности проведем ее факторный анализ и выясним какие факторы оказывают на нее существенное воздействие [2].

Для того чтобы провести оценку всей деятельности розничной сети «Магнит» необходимо провести факторный анализ рентабельности продаж дочерних предприятий и выяснить какие же факторы повлияли на сложившуюся ситуацию. В таблице 1 представлены исходные данные для анализа факторов повлиявших на рентабельность продаж.

Таблица 1

**Исходные данные для факторного анализа рентабельности продаж
(млн. руб.)**

Показатель	Период			Отклонение	
	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2013 г. к 2012 г.	2014 г. к 2013 г.
Выручка от продаж	448 661	579 695	763 527	131 034	183 832
Себестоимость	329 609	414 432	543 007	84 823	128 575
Коммерческие расходы	4 836	5 636	8 912	801	3 276
Прибыль от продаж	114 216	159 627	211 609	45 411	51 982
Рентабельность продаж, %	25,457	27,536	29,024	2,079	1,488

Расчет влияния факторов произведем способом цепных подстановок (формула 1), обозначив индексом «0» - данные базисного периода (2013 г.), индексом «1» - данные отчетного периода (2014 г.).

$$R_{\text{продаж}} = (BP - C - KP) : BP, \quad (1)$$

где BP – выручка от продаж, руб.; C – себестоимость, руб.; KP – коммерческие расход, руб.; ПП – прибыль (убыток) от продаж, руб.

$$R_{\text{продаж}0} = (BP_0 - C_0 - KP_0) / BP_0 = (579695 - 414432 - 5636) / 579695 = 27,5 \%;$$

$$R_{\text{продаж}1\text{усл.}} = (BP_1 - C_0 - KP_0) / BP_1 = (763527 - 414432 - 5636) / 763527 = 44,98\%;$$

$$R_{\text{продаж}2\text{усл.}} = (BP_1 - C_1 - KP_0) / BP_1 = (763527 - 543007 - 5636) / 763527 = 28,1 \%;$$

$$R_{\text{продаж}1} = (BP_1 - C_1 - KP_1) / BP_1 = (763527 - 543007 - 8912) / 763527 = 27,7 \%;$$

$$\Delta R_{\text{продаж}} (BP) = R_{\text{продаж}1\text{усл.}} - R_{\text{продаж}0} = 44,98\% - 27,5\% = +17,48 \%;$$

$$\Delta R_{\text{продаж}} (C) = R_{\text{продаж}2\text{усл.}} - R_{\text{продаж}1\text{усл.}} = 28,1\% - 44,98\% = -16,88 \%;$$

$$\Delta R_{\text{продаж}} (KP) = R_{\text{продаж}1} - R_{\text{продаж}2\text{усл.}} = 27,7\% - 28,1\% = -0,4 \%.$$

Итого совокупное влияние данных факторов составило: + 0,2 %.

Далее проведем оценку влияния общей торговой площади и количества всех магазинов розничной сети «Магнит» на её чистую выручку (табл. 2). Так как чистая выручка непосредственно влияет на рентабельность продаж, то можно будет выяснить как изменение этих двух факторов повлияет и на рентабельность [1].

Таблица 2

Оценка влияния факторов на чистую выручку

Наименование показателя	Период			Влияние на чистую выручку	
	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2013 г.	2014 г.
Чистая выручка, млн. руб.	448 661	579 695	763 527	-	-
Количество магазинов сети, шт.	6 884	8 093	9 711	86 599	127 215
Общая торговая площадь сети, тыс. м ²	2 549,3	3 011,4	3 590,6	-	-
Средняя торговая площадь одного магазина, тыс. м ²	0,370	0,372	0,370	2 359,1	-4 039,2
Чистая выручка на 1 м ² торговой площади розничной сети, млн. руб.	176	192,5	212,6	42 075	60 656,3
Средняя чистая выручка одного магазина, млн. руб.	65,2	71,6	78,6	-	-

Из таблицы 2 можно сделать вывод, что на протяжении рассматриваемого периода произошло увеличение количества магазинов на 2 827 штук, что повлияло на увеличение чистой выручки за данный период на 213 814,9 млн. руб. (86 599,7 млн. руб. в 2013 году и 127 215,2 млн. руб. в 2014). В 2014 году незначительно снизился показатель средней торговой площади одного магазина, за счет чего чистая выручка снизилась на 4 039,2 млн. руб. Увеличение чистой выручки, приходящейся на 1 м² торговой площади позволило увеличить чистую выручку на 60 656,3 млн. руб. в 2014 году, при этом общее совокупное влияние факторов в 2014 году составило 183 832,3 млн. руб.

Из всего выше сказанного можно сделать вывод, что увеличение количества магазинов, общей торговой площади и чистой выручки, приходящейся на 1 м² торговой площади, положительно сказывается на рентабельности продаж, увеличивая ее.

Таким образом, можно сделать вывод, что показатели рентабельности имеют множество факторов оказывающих на них как положительное, так и отрицательное влияние, и своевременный анализ данных факторов может послужить основанием для прогнозирования определенной ситуации в будущем, для того чтобы не допустить банкротства.

Использованные источники:

1. Энциклопедия менеджмента. Официальный сайт [сайт]. URL: <http://www.pragmatist.ru>
2. Энциклопедия экономиста. Официальный сайт [сайт]. URL: <http://www.grandars.ru>

Страхов М.В.
магистрант 2 курса
факультет «Экономика и менеджмента»
Белгородский университет кооперации, экономики и права
Россия, г. Белгород

РОЛЬ РУКОВОДИТЕЛЯ В РАЗВИТИИ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО КЛИМАТА ТРУДОВОГО КОЛЛЕКТИВА

Статья посвящена рассмотрению вопроса влияния личности руководителя на социально-психологический климат в трудовом коллективе. Проводится анализ психологических исследований ученых по данной тематике, а также проводится социальное исследование преобладающего стиля руководства на исследуемом предприятии. Приведена гипотеза исследования о зависимости успешности организации от психической устойчивости руководителя и его сотрудников.

Ключевые слова: личность руководителя, социально-психологический климат, стиль руководства, тревожность, управление персоналом.

The article considers the issue of the influence of the head of the person on the socio-psychological climate in the workplace. The analysis of psychological research scholars on the subject, as well as conduct social research predominant leadership style on the test facility. Shows the hypothesis of the study of the dependence of the success of the organization of the mental stability of the manager and his staff.

Keywords: identity of the head, socio-psychological climate, management style, anxiety, control of personnel.

Повышение эффективности работы организации зависит, с одной стороны, от личности руководителя, с другой стороны, от психологического состояния трудового коллектива организации. Несомненно, что руководитель оказывает огромное влияние практически на все факторы, определяющие развитие социально-психологического климата в коллективе. От личности руководителя, от его влияния зависит многое – и кадровый отбор, поощрение и наказание сотрудников организации, продвижение по кадровой лестнице, организация труда работников [3].

Эффективное управление основывается на целом комплексе приемов и методов, которые использует руководитель для воздействия на подчиненных и в процессе общения с ними. Стиль управления будет непосредственно проявляться в определенном характере взаимоотношений руководителя и подчиненных.

При этом стиль руководства коллективом – это интегральная характеристика индивидуально-психологических особенностей и способностей человека руководить, а также наиболее часто применяемые им способы и средства управленческой деятельности, которые будут системно характеризовать его способности и особенности решения задач управления.

В социальной психологии проблеме активности руководителя, его

творческого участия в делах коллектива уделяли внимание Е. С. Кузьмин (1990) и А. Л. Свенцицкий; в работах А.Г. Ковалева (1975), В.Н. Мясищева (1995) рассматривались вопросы организаторских способностей руководителя. Коллективом, работавшим под руководством Л.И. Уманского (1980), был внесен наиболее крупный вклад в проблематику изучения влияния стиля руководства на социально-психологический климат в коллективе. В своих исследованиях они описывали природные предпосылки организаторских способностей, структуру, качества и свойства личности организатора, а также специфические свойства, индивидуальные различия личности способного руководителя, динамическую структуру личности с точки зрения ее организаторских возможностей.

Особенности управленческой деятельности как конечного звена в системе управления людьми рассматривал в своих работах Л. И. Уманский. Разработке функций руководителя уделяли внимание Аверченко Л. К., И. Ансофф (1998), Е. Е. Ведернов (1998), Залесов Г. М., Мокшанцев Р. И., Николаенко В. М. (1997), К. А. Волкова (1990), Ю. Н. Емельянов, Е. С. Кузьмин, А. Г. Ковалев (1990) и др.

В условиях современной экономики растущий интерес вызывает существующий в трудовом коллективе социально-психологический климат. Актуальность данной проблемы обусловлена прежде всего тем, что возросли требования к уровню психологической включенности человека в его непосредственную трудовую деятельность. Кроме этого, наблюдается тенденция усложнения психической жизнедеятельности людей, постоянным ростом их личностных притязаний и стремлений. Поэтому развитие и совершенствование социально-психологического климата трудового коллектива – это задача развертывания прежде всего социального и психологического потенциала всего общества и каждой личности в отдельности, создания наиболее полноценного образа жизни людей [5].

Гипотезой нашего исследования послужило предположение о том, ведущей психологической детерминантой успешности организации является показатель психической устойчивости руководителя и сотрудников структурных подразделений. В исследовании приняли участие руководители и сотрудники ОАО «Энергомашстрой».

Сопоставив теоретические данные относительно особенностей стиля руководства и особенностей коллектива, мы пришли к выводу о целесообразности рассмотрения параллельных характеристик руководителя и сотрудников и их взаимообусловленности. Модель эмпирического исследования влияния стилевых особенностей руководителя на социально-психологический климат коллектива, по нашему мнению, может выглядеть следующим образом (рис. 1).

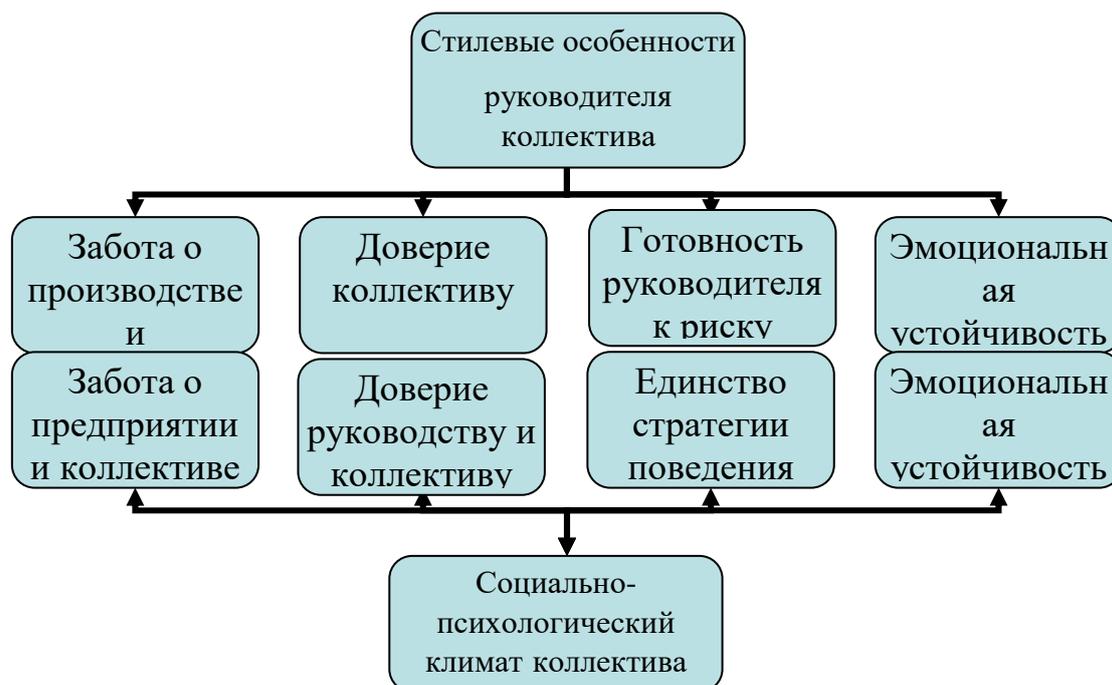


Рис. 1. Теоретическая модель исследования влияния стилевых параметров руководителя на социально-психологический климат коллектива

Первой задачей нашего исследования явилось распределение участников эксперимента по группам в соответствии с типами руководителя. нами была проведена методика «Конструктивный рисунок человека из геометрических фигур» А. А. Алексеева и Л.А. Громовой. Проведенный анализ результатов исследования показал, что преобладающее количество руководящего состава распределилось по четырем группам.

Таблица 1

Распределение испытуемых по типам руководителя

Тип рук. Кол-во исп.	«интуитивный»	«ответственный исполнитель»	«руководитель»	«тревожно-мнительный»
Количество испытуемых, в %	8%	42%	20%	30%

Из таблицы следует, что ведущими типами руководителей являются: ответственный исполнитель, руководитель, тревожно-мнительный и интуитивный типы. Других типов в выборке испытуемых не выявлено.

Среди руководителей в общей выборке преобладает количество руководителей типа «ответственный исполнитель». Вторую позицию занимают руководители «тревожно-мнительного типа». Тип «руководитель» отнесен к третьей позиции из четырех.

Для руководителей типа «Ответственный исполнитель» характерно: при принятии ответственных решений ему свойственны частые колебания. Они более ориентированы на «умение делать дело», высокий профессионализм, имеют высокое чувство ответственности и

требовательности к себе и другим, высоко ценят правоту, то есть характеризуются высокой чувствительностью к правдивости. Этот тип часто страдает соматическими заболеваниями нервного происхождения вследствие перенапряжения.

Руководитель типа «Тревожно-мнительный» характеризуется разнообразием способностей и одаренностей (от тонких ручных навыков до литературной одаренности). Обычно людям данного типа тесно в рамках одной профессии, они могут поменять ее на совершенно противоположную и неожиданную, иметь также хобби, которое, по сути, является второй профессией. Физически не переносят беспорядок и грязь. Обычно конфликтуют из-за этого с другими людьми. Отличаются повышенной ранимостью и часто сомневаются в себе. Нуждаются в мягком подбадривании.

Тип «Руководитель», занимающий третью позицию, имеет склонность к руководящей и организаторской деятельности. Этот тип в большей степени ориентирован на социально значимые нормы поведения, обладает даром хороших рассказчиков, который основывается на высоком уровне речевого развития. Хорошо адаптируется в социальной сфере, доминирование над другими удерживает в определенных границах.

Поскольку из характеристики данных типов становится очевидным преобладание в личностных особенностях управленцев личностной тревожности, мы провели исследование по выявлению данного свойства личности испытуемых.

Результаты исследования взаимосвязи типов руководителя и уровня тревожности, представленные нами в таблицах, свидетельствуют о таких закономерностях как влияние типа руководителя на уровень тревожности.

Таблица 2

Показатели тревожности руководителей в соответствии с психологическими типами по методике Тейлора

Тип рук.	«Интуитивный»			«Ответственный исполнитель»			«Руководитель»			«Тревожно-мнительный»		
	В	С	Н	В	С	Н	В	С	Н	В	С	Н
Кол-во исп. Количество испытуемых, в %	54	46	0	52	42	6	6	41	53	83	30	0

Результаты исследования уровней тревожности подтверждают наши предположения о том, что тип руководителя обладает определенным уровнем тревожности. Наиболее высокий уровень тревожности обнаружен в выборке испытуемых типа «тревожно-мнительный» (83%), далее «интуитивный» (54%). Наименьший уровень тревожности продемонстрировали испытуемые типа «руководитель». В данной группе высокий уровень обнаружен только среди 12% испытуемых.

Таким образом, проведенный количественный и качественный анализ результатов проведенного исследования позволил нам сделать следующие выводы:

1. Исследование стиля управления руководителя показало, что в группе испытуемых, занимающих руководящие должности – минимальное количество людей, которых можно отнести к типу «руководитель». Проведенный анализ результатов исследования показал, что преобладающее количество руководящего состава распределилось по четырем группам. Ведущими типами руководителей являются: ответственный исполнитель, руководитель, тревожно-мнительный и интуитивный типы. Других типов в выборке испытуемых не выявлено. Среди руководителей в общей выборке преобладает количество руководителей типа «ответственный исполнитель». Вторую позицию занимают руководители «тревожно-мнительного типа». Сам тип «руководитель» отнесен к третьей позиции из четырех.

2. Тип руководителя обладает определенным уровнем тревожности. Наиболее высокий уровень тревожности обнаружен в выборке испытуемых типа «тревожно-мнительный», далее «интуитивный». Наименьший уровень тревожности продемонстрировали испытуемые типа «руководитель».

3. Наиболее высокий уровень тревожности обнаружен в выборке испытуемых типа «тревожно-мнительный» (83%), далее «интуитивный» (54%). Наименьший уровень тревожности продемонстрировали испытуемые типа «руководитель». В данной группе высокий уровень обнаружен только среди 12% испытуемых.

Анализ результатов диагностики уровня тревожности показал, что в выборке руководителей количество руководителей с высоким уровнем тревожности составляет всего 6%. В то же время, в выборке сотрудников количество испытуемых с высоким уровнем тревожности составило 20%. Среди руководителей низкий уровень тревожности продемонстрировало 50% испытуемых, среди сотрудников лишь 10%.

Средние показатели уровней общей тревожности в двух выборках испытуемых руководителей и сотрудников распределились следующим образом: высокий уровень тревожности продемонстрировали 11,5 %, средний – 58,5%, низкий уровень – 30%.

Исходя из полученных результатов, можно предположить, что высокая уверенность в себе и своих действиях руководителей ОАО «Энергомашстрой» может способствовать повышению уровня тревожности сотрудников коллектива.

Использованные источники:

1. Абульханова-Славская, К.А., Брушлинский, А.В. Философско-психологическая концепция С.Л. Рубинштейна: к 100-летию со дня рождения. – М.: Наука, 2000. - 248 с.
2. Аникеев, Н.П. Психологический климат в коллективе. / Н.П. Аникеев. – М.: Просвещение, 2009. – 156 с.
3. Ведернов, Е.Е. Психологические проблемы управления / Е.Е. Ведернов. – М.: Экономика, 2009. – 215 с.
4. Веснин, В.Р. Практический менеджмент персонала. / В.Р. Веснин.– М., Юрист, 2008. – 196 с.

5. Прихожан, А.М. Формы и «маски» тревожности. Влияние тревожности на деятельность и развитие личности. / А.М. Прихожан // Тревога и тревожность. – СПб.: Питер, 2011. – 155 с.

*Сушко В.В.
студент 2 курса
факультет «Экономический»
Заика В.В.
студент 2 курса
факультет «Экономический»
Россия, г. Краснодар*

РОЛЬ ЛОГИСТИКИ В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Аннотация. Статья посвящена изучению роли логистики в управлении предприятием в современных условиях. Рассмотрена технология так называемого бережливого производства в логистической системе. Выделены возможные пути повышения эффективности логистики на предприятии.

Ключевые слова: логистика, управление, предприятие, бережливое производство, логистическая система, закон Парето, эффективность, затраты, товарные потоки.

*Sushko V.V.
Student
2 course, the faculty of Economic
Russia, Krasnodar
Zaika V.V.
Student
2 course, the faculty of Economic
Russia, Krasnodar*

THE ROLE OF LOGISTICS IN ENTERPRISE MANAGEMENT

Abstract. The article is devoted to studying the role of logistics in enterprise management in modern conditions. The technology of the so-called thrift production logistics system is considered. Possible ways of improving the efficiency of logistics in the enterprise are noted.

Keywords: logistics, management, enterprise, thrift production, logistic system, Pareto efficiency, costs, trade flows.

В современном мире происходит стремительный рост производства, расширение номенклатуры товаров, производимых различными предприятиями, а также расширение сетей торговли (оптовой и розничной), совершенствование данной системы, создание складов, что, в свою очередь, влияет на рост товарооборота предприятия. Все это повышает роль логистики в управлении предприятием.

Более того, в настоящее время нельзя представить какое-либо торговое или производственное предприятие, не занимающееся решением задач

логистики. Так, логистика в деятельности предприятия позволяет оптимизировать товарные, финансовые и информационные потоки на предприятии, а также, по утверждению Т. Аллегри, «существенным образом сократить временной интервал между приобретением сырья и полуфабрикатов и поставкой готового продукта потребителю, способствует резкому сокращению материальных запасов» [1].

Актуальность изучения роли логистики в управлении предприятием также связано с тем, что, по данным Международного валютного фонда, затраты на логистику составляют на уровне предприятий – от 4 % до более чем 30 % доходов, у европейских предприятий этот показатель колеблется в пределах от 9 % до 11 % [2].

Система логистики на предприятии является одним из наиболее сложных и вместе с этим четко работающих механизмов, объединяющих в себе различные элементы. Работа данного механизма без перебоев значительным образом определяется точно отмеренной работой каждого его составляющего элемента, залогом которой является безупречность используемых техник и технологий, что, таким образом, определяет необходимость изучения механизма работы системы логистики на каждом предприятии.

Наконец, актуальность изучения роли логистики в управлении предприятием обусловлена процессом глобализации самого производственного и товарного сектора [3], в связи с чем возрастает значение логистики на любом предприятии, так как значительную часть затрат зачастую составляют, например, расходы на транспорт. Так, если предприятие с целью сокращения затрат на производство ищет наиболее дешевые ресурсы за пределами страны, то в данном случае значительно повышается доля затрат на логистику.

Изучением проблемы организации системы логистики на предприятии занимаются многие современные российские и зарубежные исследователи, среди которых можно отметить работы таких ученых, как Д. Бауэрсокс, Дж. Вагнер, Д. Силвер, Т. Клосс, Т. Уайтин, Ю. А. Аникин, И. Н. Омельченко, О. Д. Проценко, А. М. Гаджинский и многие другие. Анализ теоретических источников позволяет сделать вывод о том, что разработка проблемы организации системы логистики осуществляется посредством усовершенствования разнообразных компонентов целостной логистической системы предприятия.

Наряду с этим, в связи с широтой и многоаспектностью данной проблемы, необходимо комплексное изучение функций и целей применения системы логистики на предприятии в каждом отдельном конкретном случае, что, таким образом, обуславливает актуальность исследовательской проблемы.

Логистика представляет собой важную работу, которая раскрывает широкие способности с целью использования как человеческих, так и материальных ресурсов, которые, в свою очередь, оказывают влияние на

национальное производство в целом.

Логистическое управление в существенной мере влияет на положение финансово-экономического, а также законодательного обеспечения в условиях современной рыночной экономики. Данное обстоятельство необходимо, прежде всего, отнести к рынку автотранспортных услуг, учреждения хозяйства склада, формированию автотранспортных служб в организациях-посредниках.

Тем не менее, работа в области логистики никак не ограничивается только лишь данными тенденциями, она является более многогранной. Логистическая работа, кроме того, содержит в себе деятельность по руководству кадровым обеспечением предприятия, торговую деятельность, организацию систем информации и т.д.

Особенная новизна подхода логистики в управлении предприятием связана с ограниченным взаимоотношением всех перечисленных сфер деятельности с целью формирования гармонично связанных товаропроводящих организационных систем, при этом легких в управлении и проявляющих высокий уровень эффективности в работе.

Практика высокоразвитых стран в экономической сфере и крупных предприятий в России показывает, что логистика занимает важную нишу в бизнес-процессах современных предприятий. Эффективное развитие разнообразных бизнес-процессов, их способность к конкуренции как на внешних, так и на внутренних рынках в значительной степени определяется сформированной системой логистики предприятия и развитостью менеджмента логистики предприятия в целом.

Логистика представляет собой часть процесса системы поставок предприятия, в которой эффективное планирование, выполнение и контроль над ее главными этапами, включает в себе также и хранение, и движение товаров и продукции производимых предприятием. Кроме того, логистическая система предприятия включает в себя направленность сопряженных с этим услуг и информационных потоков с места поставки вплоть до конечного потребителя, с осуществлением всех требований клиента.

Транспорт является одной из главных составляющих логистической системы предприятия, так как ни одна организация не может должным образом функционировать без услуги доставки готовых товаров и производимой продукции потребителям. Действия в области логистики управления ресурсами позволяет обеспечить высокий уровень приспособленности предприятия и затраты времени на реорганизационный процесс или процесс производства в соответствии с внешними факторами воздействия.

Взаимодействие различных компонентов логистической системы предприятия производится сразу на нескольких уровнях: финансовом, экономическом, промышленном и т.д. Применение логистической системы позволяет ускорить процедуру получения информационных данных и

увеличивает уровень сервиса производственного цикла.

К примеру, мировые транспортно-экспедиторские предприятия, специализирующиеся на экспресс-доставке, среди которых можно отметить TNT, UPS, Federal Express, Schenker – BTL, Ryder, Lesnay, DHL производят существенное количество операций логистики, при этом, производя процесс интеграции логистических функций на территориальных зонах [4]. Это в свою очередь, позволяет организациям-производителям готовых товаров и отправителям грузов уменьшить расходы, которые связаны с транспортировкой и хранением товаров, а также повысить качество логистического сервиса организации в целом.

Применение логистических систем в управлении предприятием представляет собой эффективный способ сокращения количества издержек на транспортные расходы и складское хранение, а также позволяет обеспечить высокую степень конкурентоспособности любого предприятия.

Логистические принципы активно используются в процессе функционирования зарубежных предприятий и бизнес-структур. Однако, в условиях современного российского пространства развития производства, в условиях высокой конкуренции, сложностью и быстротой экономических процессов, существует необходимость проведения анализа и переосмысливания принципов функционирования предприятий. Актуальным способом решения этой проблемы может стать использование концепций логистики на российских предприятиях.

Анализ опыта деятельности таких предприятий, как, например, Toyota, IBM, Jonson & Jonson, Coca-Cola, Philip Morris, Motors, General Ford Motors и т.д., позволяет сделать вывод о том, что применение логистической концепции позволяет обеспечить высокую степень конкурентоспособности товаров и услуг, производимых предприятием. При этом, эффективность деятельности предприятия, которое применяет принципы логистики в производственном цикле, может достигаться посредством понижения себестоимости продукции, повышения ее надежности и качества поставок.

Верная организация принципов логистики может также принести организации следующие преимущества: увеличение эффективности производства продукции, сокращение затрат на трудовую деятельность и на потери рабочего времени, а также повышение рентабельности производственного цикла предприятия.

Однако, важно отметить, что неверная организация логистической систему управления предприятия может привести к ряду существенных потерь. Так, к последствиям неправильно организованной системы логистики предприятия относятся: понижение качества обслуживания клиентов и потребителей продукции, увеличение затрат на эксплуатацию производственного оборудования, неэффективное функционирование материальных потоков на предприятии и многое другое.

В условиях российской экономической системы, довольно редкой является практика логистических систем организации сбыта продукции,

которая касается рационального перераспределения товарных и материальных потоков, а также организации эффективных схем доставки материалов и ресурсов производства, создания центров распределения и т.д. Более того, логистика организации системы сбыта на российском рынке применяется с участием зарубежных инвестиций. В этой связи, необходим пересмотр принципов и технологий логистических систем российских предприятий.

В современной практике функционирования предприятий можно выделить несколько основных путей повышения эффективности логистики на предприятии.

Первый путь связан с усилением взаимодействий между структурно-функциональными элементами предприятия посредством повышения эффективности и качества разнообразных экономических механизмов, применение которых, в свою очередь, является средством обеспечения взаимодействия и координации между структурно-функциональными подразделениями на предприятии.

Второй путь обусловлен необходимостью формирования определенного уровня координации во взаимодействии структурно-функциональных подразделений предприятия посредством организационных изменений и преобразований в структуре управления. В результате достижения такого уровня функционирования предприятия, каждая сфера логистики позволит повысить эффективность деятельности структурно-функциональных подразделений в совокупности и каждого по отдельности.

Третий путь связан с возможным повышением деятельности логистики предприятия с помощью применения на предприятии специализированной электронно-вычислительной техники и программного обеспечения, таких как, например, системы планирования необходимости в материальных ресурсах или системы планирования и распределения ресурсов и материалов предприятия.

Для повышения эффективности функционирования предприятий, производительности, повышения качества производимых товаров, снижения издержек и потерь производства необходимо использование технологий так называемого бережливого производства в логистической системе, таких, как система 5S, принцип автономизации и принцип «точное время», канбан и многие другие, доказавшие свою эффективность в применении логистики управления зарубежных предприятий.

Применение принципов бережливого производства в систему логистики предприятия даст возможность форсировать процедуру оказания услуг логистики: хранение, доставка продукции клиентам предприятия. На темп оказания услуг логистики оказывает влияние излишек незавершенного производственного цикла – более 90 % [5] работы находится в состоянии простоя, таким образом, обуславливая значительные затраты.

Важно отметить, что, несмотря на очевидные достоинства логистических систем в функционировании предприятия, издержки

представляют собой одну из наиболее значительных статей расхода, уступая место материальным затратам производства.

Для системы логистики является справедливым закон Парето. Так, в соответствии с данным законом, в процессе логистических услуг 80 % задержек являются результатом менее 20 % действий. При этом, решением проблем задержек в логистике являются: нахождение 20 % действий; сокращение времени производственного цикла на 80 %; обеспечение своевременности поставок на уровне 99 % [5].

Введение в процесс логистики управления предприятием принципа «точно вовремя», который активно применяется в бережливом производстве, позволит достичь, во-первых, исключение потерь на этапе производства, переизбытка запасов продукции и времени ожидания, во-вторых позволит значительно снизить затраты и себестоимость товаров, и, наконец, в-третьих, повысить качество сервиса логистики предприятия.

В настоящее время, предприятия, перешедшие на организацию системы производственного цикла в соответствии с логистическими принципами, могут рациональным образом организовать цикл производства предприятия, производить закупку материалов и сырья, отбирать поставщиков, а также самостоятельно организовывать производственные процессы.

Однако, на фоне существенного повышения заинтересованности логистикой со стороны предприятий на сегодняшний день существует недостаточный уровень восприятия логистики общественностью в России. Между тем, практический опыт зарубежных стран иллюстрирует стратегически важную роль логистики в управлении зарубежными предприятиями. Так, с системой логистики связано получение 20-30 % валового национального продукта промышленно развитых стран. Сокращение на 1 % логистических издержек эквивалентно 10 %-ному увеличению объема продаж предприятия [6].

На сегодняшний день в России функционирует центр DAMU–Logistics, который был создан с применением наиболее эффективных европейских технологий и оборудования логистики. В России происходят кардинальные изменения в области обеспечения технологии производства крупных производственных предприятий расходными материалами и другими производственными ресурсами. Неконтролируемое накопление запасов, неэффективное управление поставками, пренебрежительное отношение к развитию материальной базы и системой координации логистической инфраструктуры предприятий привело к повышению затрат. Более того, накопление нерешенных проблем в блоке логистики приводит к обострению сбоев в основном производственном цикле российского рынка.

Все это обуславливает необходимость внедрения логистических систем в производственный цикл предприятий в России. Так, в качестве возможных путей организации предприятием своей работы с применением принципов логистики, можно отметить, во-первых, необходимость создания отделов, организующих функционирование логистических систем на предприятиях,

во-вторых, покупка отдельных услуг в области логистики у сторонних предприятий, которые предоставляют логистические услуги (например, хранение, транспортировка и т.д.), и, в-третьих, покупка логистических услуг, основанных на долгосрочных контрактах.

В последнем случае это порождает возникновение стратегических альянсов: стороны, которые связаны с услугой доставки (сюда относятся как отправитель, так и получатель продукции) договариваются об использовании общей организации, предоставляющей услуги логистики, т.е. о введении в производственный цикл «третьей стороны».

При этом, организация, которая предоставляет логистические услуги, является ответственной за процесс координации и интеграции работы всей сети. Таким образом, данные шаги позволят повысить эффективность работы предприятия на всех этапах производства за счет перераспределения обязанностей и полномочий.

Однако, на данный момент на современных предприятиях классические функциональные сферы логистики, такие, как, например, управление закупками, перевозка и транспортировка, производственное планирование, сбыт продукции и т.д., интегрировались на основании общего программно-информационного основания и формируют платформу организационной информационной системы. Это, в свою очередь, связано с тем, что информационные технологии в современных логистических системах представляют собой ключевой ресурс любого процесса интеграции.

В заключение важно отметить, что, на основании изучения роли логистики в управлении предприятием, можно сделать вывод о необходимости разработки стратегии развития логистической системы российских предприятий, включающих в себя стратегию развития организации как на текущий момент, так и в долгосрочном периоде. Это позволит внедрить систему логистики управления предприятиями в качестве полноценной организационной системы. При этом, блоками стратегии внедрения логистической системы могут выступать такие структурные элементы, как формулировка целей и задач логистики в долгосрочной перспективе, цикл работ с поставщиками ресурсов и материалов, программа долгосрочной модернизации и развития каналов поставки товаров и т.д.

Таким образом, внедрение логистики в управлении предприятием позволит уменьшить товарные запасы, ускорить процесс оборачиваемости оборотных средств, понизить себестоимость товаров и издержек логистики, обеспечить потребительские запросы в вопросах качества товаров и услуг и сопутствующем сервисе.

Использованные источники:

1. Аллегри Т. Транспортно-складские работы / Пер. с англ. Ю.К. Трубина. М.: Машиностроение, 2013. – 518 с.
2. Стаханов В.Н. Промышленная логистика. М.: Наука, 2011. – 96 с.
3. Гелета И.В., Захарченко И.Э. Пути повышения конкурентоспособности предприятия// Гуманитарные научные исследования. 2015. № 7-2 (47). С. 143-

146.

4. Коломейцев Г. Опыт организации производственной логистики // Логистика и система. 2014. № 1. С. 23-27.

5. Палагин Ю.И. Логистика. Планирование и управление материальными потоками. СПб.: Политехника, 2012. – 630 с.

6. Портнова Д.С. Роль и значение логистики в деятельности предприятия. // Nauka-rastudent.ru. – 2015 – № 06 (18). [Электронный ресурс]. – URL: <http://nauka-rastudent.ru/18/2729/> (дата обращения 01.06.2016).

*Тарасова Е.А.
студент 4 курса*

*факультет «Информационные системы и технологии»
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования «Поволжский государственный
университет телекоммуникаций и информатики»
Россия, Самарская область, г. Самара*

**ОПТИМИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОИЗВОДСТВЕННО-
ТЕХНИЧЕСКОГО ОТДЕЛА ООО «СВГК» ФИЛИАЛА
«НОВОКУЙБЫШЕВСКГОРГАЗ» ЗА СЧЁТ РАЗРАБОТКИ И
ВНЕДРЕНИЯ ПРОГРАММЫ ЭЛЕКТРОННОГО
ДОКУМЕНТООБОРОТА «ПОМОЩНИК ПТО»**

Статья посвящена оптимизации деятельности производственно-технического отдела ООО «СВГК» филиала «Новокуйбышевскгоргаз» за счёт разработки и внедрения программы электронного документооборота «Помощник ПТО» на предприятие. В статье рассматриваются современные способы и методы оптимизации деятельности предприятия, представлен выбор средств разработки и языка программирования. А также приводится описание программы электронного документооборота «Помощник ПТО» для оптимизации деятельности производственно-технического отдела.

Ключевые слова: оптимизация, электронный документооборот, производственно-технический отдел, разработка, внедрение, язык программирования.

*Tarasova E.A., student
Federal state budgetary educational institution of higher education
"Volga State University of Telecommunications and Informatics"
4th year, Department of "Information Systems and Technologies"
Russia, Samara region, Samara*

**OPTIMIZATION OF ACTIVITY PRODUCTION AND TECHNICAL
DEPARTMENT OF "SVGK" BRANCH
"NOVOKUYBYSHEVSKGORGAZ" DUE TO THE DEVELOPMENT AND
IMPLEMENTATION OF THE PROGRAMME OF ELECTRONIC
DOCUMENT "ASSISTANT PTO"
SECTION : MODERN TECHNOLOGY MANAGEMENT
ORGANIZATION**

The article is devoted to optimization of the production and technical department of "SVGK" branch "Novokuybyshevskgorgaz" due to the development and implementation of electronic document management program, "Assistant PTO" on the company. The article deals with modern methods and techniques of optimization of the enterprise, a selection of development tools and programming languages. And outlines "Assistant PTO" electronic document management software for the optimization of production and technical department.

Keywords: optimization, electronic document management, production and technical department, development, implementation, programming language.

Сегодня невозможно представить ни одну организацию без современной вычислительной техники и средств автоматизации. Автоматизированные информационные системы не только коренным образом изменили облик организаций, стиль их работы, но и обеспечили высокую мобильность и многочисленные возможности эффективности деятельности. Конечной целью использования автоматизированных информационных систем на предприятии является оптимизация деятельности. Оптимизация деятельности – это комплекс мероприятий, направленный на повышение эффективности подразделения или предприятия в целом. В результате предпринятых действий предприятие начинает демонстрировать затрату меньшего времени на обработку документов, повышение производительности, улучшение качества, снижение затрат, увеличение прибыли и сокращение численности персонала.

Любая деятельность компании включает большое количество документов и официальных бумаг, все они требуют обработки и выполнения над ними каких-либо видов операций. Чтобы повысить качество работы предприятия с документами, необходимо улучшить документооборот, то есть оптимизировать его. Под оптимизацией документооборота понимается совокупность правил и технологий организационного и технического характера, направленных на работу с документами предприятия. Конечно первым делом, оптимизация документооборота предполагает экспертизу ценности документов, имеющихся на предприятии, то есть разбор и систематизацию всей документации фирмы, как архивной, так и текущей. Это необходимо сделать для того, чтобы исключить из документооборота организации повторные, либо взаимоисключающие документы. Оптимизация документооборота также включает в себя создание архивов, как материальных, так и электронных, отвечающих всем требованиям архивного законодательства страны, обеспечивающих надёжность хранения ценной документации. Создание электронных архивов и различных баз данных позволяет наиболее эффективно оптимизировать документооборот любой современной компании. Именно цифровые архивы и электронные базы данных способны обеспечить сотрудникам быстрый и удобный поиск необходимых документов.

Так как документооборот – это сложный технологический процесс

перемещения документов по пунктам, на которых осуществляются творческая работа с документами (подготовка проектов документов, оформление, согласование документов, утверждение, подписание) и их техническая обработка (сортировка документов, обработка для пересылки по почте, анализ, сканирование, регистрация, копирование, предварительное рассмотрение, подпись, передача из одной инстанции в другую), организовать движение документов оптимальным образом можно только с применением технических средств.

К техническим средствам относятся средства организационной техники (копировально-множительная техника, фальцевальные, маркировальные аппараты) и средства компьютерной техники, предоставляющие широкие возможности для подготовки документов, проведения электронного согласования, обеспечения документооборота, организации оперативного хранения документов. Применяя компьютерную технику, организации могут использовать системы электронного документооборота, текстовые и табличные редакторы (Word, Excel), электронную почту, факс и другие приложения.

Внедрение электронной системы документооборота также является значимым шагом в сторону автоматизации работы организации. В результате предпринятых действий предприятие начинает демонстрировать увеличение эффективности предприятия, затрату меньшего времени на обработку документов, повышение производительности, увеличение количества обрабатываемых документов. Таким образом, проблема оптимизации деятельности предприятия является актуальной и вызывает огромный интерес у исследователей.

Оптимизацию деятельности рассмотрим на примере производственно-технического отдела ООО «СВГК» филиала «Новокуйбышевскгоргаз». «Средневожская газовая компания» является одной из крупнейших и старейших в России. Данная компания существует с 1943 года. Основное направление компании безопасное и бесперебойное газоснабжение потребителей. Как и многие предприятия, СВГК имеет распределённую филиальную структуру, включающую десять филиалов, которые расположены практически по всей территории Самарской области, и в том числе «Новокуйбышевскгоргаз». Производственно-технический отдел филиала «Новокуйбышевскгоргаз» является структурным подразделением филиала. ПТО осуществляет техническое планирование нового строительства систем газоснабжения городского округа Новокуйбышевск и прилегающих сёл и деревень.

В работе производственно-технического отдела ежедневно обрабатывается большое количество документов. Сотрудники каждый день заполняют извещения и квитанции, работают с актами и сметами, каждый месяц заполняют реестры выполненных работ, а в конце года должны предоставить итоговые и сводные таблицы реестров выполненных работ за год. Работникам приходится вручную заполнять все эти документы, на все это

уходит большая часть рабочего времени. В каждом документе содержатся объёмные описательные части, математические формулы и вычисления. Для удобства выполнения преобразований над такими документами их хранят в формате Excel. Проанализировав существующую систему электронного документооборота производственно-технического отдела ООО «СВГК» филиала «Новокуйбышевскгоргаз», было принято решение, что она требует оптимизации.

Мы живём в век информационных систем и технологий и программирования, а так как программирование хорошо приспособлено для решения задач оптимизации деятельности предприятий. Следовательно, необходимо разработать программу, которая должна сократить объём времени, затрачиваемый на заполнение данных типов документов. Работа в данной программе должна сказаться на повышении эффективности отдела путем увеличения количества обрабатываемых документов.

Для того чтобы определиться с языком программирования для разработки программы «Помощник ПТО», необходимо провести сравнительный анализ языков. Сравнительный анализ делался на примере трёх наиболее распространённых на сегодня языка программирования: Java, C++, C#. Каждый язык подходит для реализации конкретной задачи, например, Java также главный язык разработки приложений для смартфонов и планшетов Android. C++ является наиболее трудным языком из представленных, но зато это прекрасный выбор для разработки настольного программного обеспечения, используемого каждый день пользователями, многофункциональных игр, а также приложений, требующих большого объёма памяти для работы. Язык C# самый популярный язык сейчас для разработки офисных приложений для Windows. Проведя анализ трёх языков программирования и исходя из того, что задачей данной работы является создание программы электронного документооборота для оптимизации деятельности производственно-технического отдела ООО «СВГК» филиала «Новокуйбышевскгоргаз», работающего в операционной системе Microsoft Windows и имеющего базу данных отдела, был сделан вывод, что язык программирования C# наиболее точно подойдёт для реализации данной задачи. Он является одним из популярных языков программирования, простым, безопасным, молодым и объектно-ориентированным. Хорошо организован, строг, большинство его конструкций логичны и удобны. Программировать на данном языке можно в двух интегрированных средах разработки: Visual Studio и SharpDevelop, но наиболее современной и оптимальной является среда Visual Studio, так как на сегодняшний день она Visual Studio является действительно мощной средой разработки программного обеспечения и неоспоримо одним из лидирующих продуктов на рынке программных средств, а также является самым популярным, качественным и оптимальным средством разработки программного обеспечения. Данная среда уже была установлена на моём компьютере. Для разработки программы «Помощник ПТО» лишь необходимо было обновить

Visual Studio до последней версии Visual Studio Community 2015.

В ходе разработки системы электронного документооборота «Помощник ПТО» были разработаны формы для создания окна приветствия, главного окна программы, окна ввода логина и пароля, окна выхода из программы; разработана система авторизации, которая предполагает подтверждение правильности ввода логина и пароля. Проводилась работа с базой данных Microsoft Access, в которой хранятся логины и пароли сотрудников производственно-технического отдела, благодаря этому доступ к этой программе ограничен. При вводе логина и пароля система обращается к базе данных Microsoft Access и проверяет правильность ввода логина и пароля.

Данная программа предоставляет ряд возможностей, а именно: открытие документа, его закрытие, основанные на использовании компонента Windows, который основан на Internet Explorer. Этот компонент открывает внутри себя веб-страницы и другие документы. Это реализуется с помощью метода `webBrowser.Navigate`, который загружает документ в указанном расположении в элемент управления. Загрузка документа в БД, выгрузка документа из БД - это реализовано с помощью адаптера таблиц `TableAdapter`, обеспечивающего связь между программой и базой данных. Загружается файл в базу данных вместе с информацией о дате и времени загрузки - `DateTime.Now` - текущие дата и время, а также кем была произведена загрузка документа - `CurrentUser.Код`.

В итоговой версии программы реализовано три вида обработки документов: для документа извещение-квитанция обработчик Извещение-квитанция, для документа реестры выполненных работ обработчик Годовой отчет, для набора документов смета, акт, квитанция обработчик Проектно-сметная документация. Которые реализованы с помощью функций копирования данных, использование функции вычисления стоимости выполненных работ, функции взятия процента от числа и функция автоматической записи числа, записанного цифрой, в число прописью.

По окончании разработки системы электронного документооборота данная программа была внедрена в производственно-технический отдел филиала «Новокуйбышевскорггаз». Разработанная программа «Помощник ПТО» оказала положительное влияние на оптимизацию деятельности ПТО. Производительность отдела повысилась, что сказалось на увеличении количества обрабатываемых документов и затрате меньшего времени на обработку документации.

Таким образом, внедрение систем электронного документооборота на предприятие способствует увеличению эффективности деятельности, уменьшению времени, затрачиваемого на обработку документации, повышению производительности, улучшению качества работы персонала, снижению затрат и увеличению прибыли предприятия.

Использованные источники:

1. Библиофонд - электронная библиотека студента [Электронный ресурс] /

Режим доступа: <http://bibliofond.ru/view.aspx?id=560641>, свободный. – Загл. с экрана.

*Трегубенко З.С.
студент 2 курса
факультет «Финансы и кредит»
Россия, г. Краснодар*

УПРАВЛЕНИЕ КОНФЛИКТАМИ В ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация: Организация — это большая совокупность людей, которые имеют свое мнение, характер, амбиции. Также им присуще обращать внимание на условия, в которых они работают. Все это может привести к возникновению конфликта в организации, поэтому необходимо знать, как возникают конфликты.

Abstract: Organization - is a large body of people who have their own opinion, character, ambition. it is also inherent to pay attention to the conditions in which they work. This can lead to a conflict in the organization, so it is necessary to know how conflicts arise.

Ключевые слова: конфликт, организация, бойкот

Keywords: conflict, organization, boycott

Конфликты существуют столько, сколько существует человек. Теория менеджмента утверждает, что управление конфликтом является одной из важнейших функций руководителя. По мнению специалистов, в области управления персоналом, в среднем руководители тратят 20% своего рабочего времени на изучение и улаживание различного рода конфликтов. Изменить отношение к конфликтам — значит поменять взгляд на жизнь. В трудных ситуациях не всегда нужно искать безупречное решение. Такой поиск поставит нас в безвыходное положение, может оказаться нецелесообразным. Необходимо искать решение, которое изменит не только ситуацию, но и поведение и мышление. Конфликтным процессом в организации вполне можно управлять.

Мастерство управления конфликтом основывается на знаниях руководителя о природе, технологии и особенностях соответствующего инструментария. Начальный этап работы с конфликтом — выявление его появления.

Любой руководитель предприятия заинтересован в том, чтобы конфликт был как можно быстрее преодолен, так как его последствия могут принести моральный и материальный ущерб. У всех конфликтов есть несколько причин. Основными причинами конфликта являются ограниченность ресурсов, которые нужно делить, взаимозависимость заданий, различия в целях, различия в представлениях и ценностях, различия в манере поведения, в уровне образования, а также плохие коммуникации.

Главная ошибка, которую может допустить руководитель в кризисной ситуации, — это игнорирование конфликтов, которые возникают в коллективе. В подобной ситуации возможны следующие неправильные

действия: критическая оценка событий, несоблюдение интересов работников, предъявление претензий. [2, с 155]

Обычно человек вступает в конфликт лишь в значимой для него ситуации, когда не видит возможности ее изменить. Но в большинстве случаев он старается не усложнять отношений и сохранять сдержанность.

Есть мнение, что проблема трудовых конфликтов у большинства фирм состоит в том, что противники ошибаются по поводу мотивации других и не склонны договориться с союзниками об условиях их участия в конфликте и условиях разрешения конфликта с противниками. Конфликты, могут возникать по разным причинам и также по-разному влиять на состояние дел в фирме. Она предостерегает руководителей организаций от игнорирования проблем, возникающих на фирме, так как последствия такого безразличия могут стать разрушительными.

В условиях конфликта важно проявлять интерес к работникам и заботу о них, никогда не откладывать проблемы, а поддерживать сотрудничество в рамках предприятия. Простые схемы разрешения конфликта не всегда эффективны, а часто даже ухудшают его, переводя из категории бурно развивающихся в категорию вялотекущих, обостряющихся без видимых очертаний периода полного разрешения.

Также существует мнение, что в наше время конфликты желательны. Вся проблема заключается в умении управлять ими. Проблема конфликта заключается в том, какую позицию в нем занимает руководитель, знает ли он сильные и слабые стороны организации. Самой большой ошибкой руководителя становится игнорирование проблемы. Конфликты могут развиваться по-разному, следовательно, возможны различные методы их преодоления.

Наиболее эффективным способом разрешения конфликтов являются переговоры. Возможности переговоров крайне высоки. Можно сделать вывод: эффективная стратегия переговоров - это стратегия согласия, поиска и приумножения общих интересов, и умение их сочетать, таким образом, который не будет впоследствии вызывать желание нарушить достигнутое соглашение.

В реальной жизни руководителям различного ранга просто не хватает культуры переговорного процесса, навыков ведения переговоров, желания вступить в коммуникацию с оппонентом. Поэтому необходимо изучать конфликтные ситуации, основываясь на опыте специалистов. Умение управлять конфликтом – это залог успеха руководителя в его деятельности.

Понятие конфликта принадлежит не только к обыденному сознанию, но так и к науке, наделяющей его своим специфическим смыслом. Конфликты возникают постоянно: в транспорте, в магазине, в близком кругу, предприятии или организации.

Конфликты присущи практически всем активно функционирующим организациям, поскольку каждый работающий в ней владеет собственными целями, стремлениями, интересами, личными качествами. В общем

понимании конфликт – это отсутствие согласия между двумя и более сторонами, которыми выступают как организации, так и конкретные лица. Под конфликтом следует понимать столкновение противоположно направленных тенденций в психике отдельного человека, во взаимоотношениях людей и их формальных и неформальных объединений, обусловленное различием взглядов, позиций и интересов [3.с.280]

В практике известно четыре основных типа конфликтов: внутриличностный, межличностный, конфликт между личностью и группой, межгрупповой.

Внутриличностный конфликт. Может возникнуть в результате того, что производственные требования не согласуются с личными потребностями или ценностями.

Межгрупповой конфликт. Из-за различия целей начинают конфликтовать друг с другом функциональные группы внутри организации.

Межличностный конфликт. Самый распространенный тип конфликта. В организациях он проявляется по-разному. Межличностный конфликт может также проявляться и как столкновение личностей. Люди с различными чертами характера, взглядами и ценностями иногда просто не в состоянии ладить друг с другом. Как правило, взгляды, и цели таких людей отличаются в корне.

Между личностью и группой. Между отдельной личностью и группой может возникнуть конфликт, если эта личность займет позицию, отличающуюся от позиции группы.

В деятельности организации всячески объединяются аспекты нашей жизни: технические, психологические, социальные, экономические. При этом все эти аспекты отражаются на работе коллектива, его продуктивности, настроении, взаимоотношении работников.

Причины конфликтов бывают разные. Большое значение имеет сама ситуация, в которой конфликты возникают и развиваются. В одних случаях она способствует конфликту, в других – тормозит его, сдерживающее инициативу противоборствующих сторон. Избегать конфликтов практически невозможно, любая ситуация, связанная с ограничением ресурсов, подлежащих распределению, ведет к возникновению напряженности. Появление информации, приемлемой для одной стороны и неприемлемой для другой, стимулирует некорректное поведение некоторых сотрудников. К основным причинам возникновения конфликтов относят: объективные источники конфликта, псевдообъективные и эмоциональные. [4.с.20]

К основным способам разрешения конфликтов относят:

Избегание, уклонение. При этой стратегии поведения действия менеджера направлены на то, чтобы выйти из ситуации не уступая, но и не настаивая на своем, воздерживаясь от вступления в споры и дискуссии. В ответ на предъявленные ему требования или обвинения такой руководитель переводит разговор на другую тему. Он не берет на себя ответственность за решение проблем, не хочет видеть спорных вопросов, не придает значения

разногласиям, отрицает наличие конфликта или же вообще считает его бесполезным, старается не попадать в ситуации, которые провоцируют конфликт.

Принуждение — в этом случае высокая напористость сочетается с низкой кооперативностью. Действия менеджера направлены на то, чтобы настоять на своем. Противоборство подразумевает восприятие ситуации как победу или поражение, занятие жесткой позиции и проявление сопротивления в случае противоборства партнера. Такой руководитель заставит принять свою точку зрения любой ценой.

Сглаживание — слабая напористость сочетается с высокой кооперативностью. Действия руководителя в ситуации конфликта направлены на сохранение хороших отношений. Ради этого он готов уступить, пренебречь своими интересами, стремиться поддерживать другого, не задевать его чувств, учитывать его аргументы. [1, с 200]

Конфликты неизбежны в жизни организации, и нужно научиться ими управлять, необходимо полагаться на опыт, теоретические и практические знания. Кроме того, надо уметь вовремя предупреждать их возникновение, совершенствуя отношения в коллективе, поощряя работников, улучшения условий труда. Тогда возникающие конфликты будут не негативным явлением, а стимулом для движения и развития организации вперед.

Использованные источники:

1. Актуальные вопросы экономики и менеджмента: теория и практика: материалы 1 Международной научно-практической конференции (г.Краснодар, 14 мая 2015г.)/отв.ред.О.В.Белицкая .Краснодар, КСЭИ.2015.- 162с.
2. Менеджмент: учеб.пособие/П.Ф.Парамонов, И.Е.Халявка, Ю.Е.Стукова. - Краснодар: КубГАУ, 2015. -173с.
3. Мнушко З.Н. Менеджмент и маркетинг в фармации. Ч.1. – Харьков: Изд-во НФаУ: Золотые страницы, 2014. – 360 с.
4. Сельченко В.М. Прикладная конфликтология.- Мн.: Харвест, 2013

Троценко В.М., к.э.н.

доцент

*кафедра «Организации производства
и предпринимательства в АПК»*

*Пермская государственная сельскохозяйственная академия имени
академика Д.Н. Прянишникова*

Малеева Я.Д.

студент 4 курса

факультет «Экономики, финансов и коммерции»

Россия, г. Пермь

ОЦЕНКА ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

В статье выявляется значение показателей, характеризующих финансовую устойчивость предприятия. Рассматриваются основные виды

финансовой устойчивости хозяйствующего субъекта. Применяются показатели для расчета оценки финансовой устойчивости. По результатам проведенного анализа финансовой устойчивости определены факторы, негативно влияющие на финансовое положение предприятия, и предложено мероприятие по повышению финансовой устойчивости.

Ключевые слова: финансовая устойчивость, финансовые коэффициенты, платежеспособность, баланс предприятия, методика анализа.

The article reveals the importance of indicators characterizing the financial stability of the enterprise. The main types of financial stability of the entity. Indicators are used to calculate the assessment of financial stability. According to the results of the analysis of financial stability the factors affecting financial position of the company, and proposed measures to increase financial stability.

Key words: financial stability, financial ratios, solvency, balance sheet, method of analysis.

Финансовая устойчивость предприятия тесно связано с перспективной его платежеспособностью. Ее анализ дает возможность определить финансовые возможности предприятия на соответствующую перспективу. [1] Для обеспечения современного уровня конкурентного производства необходима стабильная деятельность организации, в связи с чем актуализируется проблема обеспечения финансовой устойчивости. Это требует дальнейшего изучения методического обеспечения оценки финансовой устойчивости, прогнозной аналитической работы организации, связанной с выявлением и предотвращением финансовых затруднений. Применение эффективных методик оценки финансовой устойчивости организации позволит разработать рекомендации по ее повышению и расширить возможности информационно-аналитического обеспечения управления хозяйствующим субъектом. [3]

Финансовая устойчивость является одной из важнейших характеристик финансового состояния организации, она отражает такое состояние финансовых ресурсов, при котором предприятие, свободно маневрируя денежными средствами, способно путем эффективного их использования обеспечить бесперебойный процесс производства и реализации продукции, а также затраты по его расширению и обновлению. Определение границ финансовой устойчивости предприятий относится к числу наиболее важных экономических проблем, т. к. недостаточная финансовая устойчивость может привести к неплатежеспособности предприятий и отсутствию у них средств для развития производства, а избыточная — будет препятствовать развитию, отягощая затраты организации излишними запасами и резервами. [2]

Следовательно, понятие «финансовая устойчивость» более емкое и комплексное, включающее в себя не только характеристику финансовой независимости, но и, по крайней мере, характеристику платежеспособности организации. В реальности хозяйствующий субъект, имеющий достаточный

уровень финансовой независимости, но с явно низким или неудовлетворительным уровнем платежеспособности вряд ли следует признавать финансово устойчивым.

Таблица 2. – Сокращенная форма бухгалтерского баланса ООО Агрофирма «Труд» за 2013- 2015гг.

Показатели	2013 год		2014 год		2015 год		Изменение 2015г к 2014 г., тыс. руб
	Сумма, тыс. руб.	Уд. вес, %	Сумма, тыс.руб	Уд. вес, %	Сумма, тыс. руб.	Уд. вес, %	
Актив							
I. Внеоборотные активы	677 431	72,907	671 356	63,771	732 664	68,049	61 308
II. Оборотные активы	251 742	27,093	381 394	36,228	334 008	31,022	-47 386
БАЛАНС	929 173	100	1 052 750	100	1 076 672	100	23 922
Пассив							
III. Капитал и резервы	637 010	68,557	771 814	73,314	819 078	76,075	47 264
IV. Долгосрочные обязательства	254 146	27,352	247 640	23,523	217 703	20,22	-29 937
V. Краткосрочные обязательства	38 017	4,091	33 296	3,1628	39 891	3,7050	6 595
БАЛАНС	929 173	100	1 052 750	100	1 076 672	100	23 922

Информационной базой для проводимого анализа финансовой устойчивости являются данные одного из сельскохозяйственного предприятия по переработке продукции животноводства, производства продукции растениеводства и выращивание племенных сельскохозяйственных животных с условным именованим ООО Агрофирма «Труд» за 2013 – 2015 гг. (таб. 2).

По данным таблицы 2, можно сказать, что активе в период 2013 – 2015 гг. произошло снижение доли внеоборотных активов на 4,9%, а доля оборотных активов наоборот увеличилась на 3,9%. В пассиве доля капитал и резервы за 2013 – 2015 гг. увеличилась на 7,5%, долгосрочные обязательства за 2015 год уменьшились на 7,4%, краткосрочные обязательства тоже уменьшились на 0,39%.

Таблица 3. – Значения показателей финансовой устойчивости ООО Агрофирма «Труд».

Показатель	Способ расчета по данным баланса	Года		
		2013	2014	2015
Собственные оборотные средства	стр.1300 - стр. 1100	-40421	100458	86414
Запасы, тыс. руб	стр.1210	179576	245455	250000
ДЗК всего, тыс. руб	стр.1400	254146	247640	217703
Коэф. финансовой независимости	стр. 1300/стр.1600	0,69	0,73	0,76
Коэф. финансовой	(стр.1300+стр.1400)/стр.1600	0,95	0,97	0,96

устойчивости				
Коэф. маневренности	(стр.1300-стр.1100)/стр.1300	-0,06	0,13	0,11
Коэф. обеспеченности оборотных активов собственными средствами	(стр.1300- стр.1100)/стр.1200	-0,16	0,26	0,25
Коэф. обеспеченности запасов собственными средствами	(стр.1300-стр.1100)/стр. 1210	-0,23	0,41	0,35

Расчетные значения коэффициентов финансовой устойчивости по анализируемому предприятию представлены в табл.3. Из ее данных можно сделать вывод, что ООО Агрофирма «Труд» является финансово устойчивым. Это подтверждается весомыми значениями коэффициентов финансовой независимости и финансовой устойчивостью. За 2014-2015 год заметно видно выросли показатель маневренности с – 0, 06 до 0,13, но к 2015 году он снизился на 0,02. Он указывает на уровень гибкости использования собственных оборотных средств предприятия, т. е. какая часть собственного капитала закреплена в денежных средствах, позволяющих маневрировать ими в течение года. Коэффициент обеспеченности оборотных активов собственными средствами на 2015 год значение составило (0,25), что удовлетворяет норматив ($>0,1$), превышающее рекомендуемую максимальную границу (0,26), что характеризует независимую финансовую политику акционерного общества по отношению к внешним кредиторам.

Отрицательным моментом стал коэффициент обеспеченности запасов собственными средствами, который показывает, что по 2013 - 2015 год показатель не удовлетворяется нормативу (0,6 – 0,8), то есть это говорит о том, что запасы компании частично формируются из собственных источников.

Проведенный анализ показал, что ООО Агрофирма «Труд» является финансово устойчивым, но как мы видим по анализу предприятию не хватает достаточности собственных оборотных средств для покрытия запасов. Исходя из этого можно предложить предприятию такое мероприятие как ускорение оборачиваемости капитала в оборотных активах. В результате ускорения оборачиваемости капитала в текущих активах, произойдет его относительное сокращение на рубль оборота.

Ускорение оборачиваемости капитала может быть достигнуто за счет:

- 1) сокращения продолжительности производственного цикла благодаря интенсификации производства, что может быть достигнуто за счет уменьшения периода оборота запасов, уменьшения периода оборота незавершенного производства, уменьшения периода оборота готовой продукции.

Для сокращения времени нахождения средств в запасах необходимо ликвидировать сверхнормативные запасы, использовать их более рационально;

- 2) сокращения времени нахождения средств в дебиторской задолженности, которое может быть получено за счет ускорения инкассации

дебиторской задолженности, рефинансирования дебиторской задолженности, подачи имущественного иска на должника в арбитражный суд. Ускорение инкассации дебиторской задолженности может быть следствием уменьшения сроков предоставляемого коммерческого и потребительского кредита.

Исходя из вышесказанного можно сделать вывод, что оценка финансовой устойчивости должен показать наличие или отсутствие у предприятия возможностей по привлечению дополнительных заемных средств, способность погасить текущие обязательства за счет активов разной степени ликвидности. Любое предприятие, владея методикой экономического анализа форм бухгалтерской (финансовой) отчетности, может проводить такой анализ и регулировать структуру имущества и источников, управлять ими с целью их оптимизации и, следовательно, повышения эффективности финансово — хозяйственной деятельности в целом. Если крупные и средние предприятия занимаются анализом отчетности, и для этого в их структуре есть соответствующие службы. То малые предприятия не всегда владеют подобной методикой и не всегда правильно используют приемы экономического анализа. Анализ финансовой отчетности должен использоваться на постоянной основе в качестве периодического мониторинга (еженедельно, ежемесячно, ежеквартально и т. д.) деятельности предприятия.

Использованные источники:

1. Грачев А.В. Анализ и управление финансовой устойчивостью предприятия: от бухгалтерского учета к экономическому. М.: Финпресс, 2012. 206 с.
2. Селезнева Н.Н., Ионова А.Ф. Анализ финансовой отчетности организации: учеб. пособие. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Юнити-Дана. 2013. 583 с
3. Шеремет А.Д. Комплексный анализ хозяйственной деятельности. М.: ИНФРА-М, 2013. 416 с.

Троценко В.М., к.э.н.

доцент

*кафедра «Организации производства
и предпринимательства в АПК»*

*Пермская сельскохозяйственная академия имени
академика Д.Н. Прянишникова*

Рыжкова Я.В.

студент 4 курса

факультет «Экономики, финансов и коммерции»

Россия, г. Пермь

ЗНАЧЕНИЕ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

В данной статье раскрывается сущность и значение финансовых результатов деятельности предприятия. Также рассматривается значимость и роль проведения анализа финансовых результатов

предприятия, так как он является важнейшей частью анализа финансового состояния предприятия. Проведен анализ таких показателей как прибыль и рентабельность, так они являются важными составляющими финансовых результатов предприятия.

Ключевые слова: финансовый результат предприятия, прибыль, рентабельность, убытки, выручка, товар, продукт.

In this article the author reveals the essence and significance of the results of operations of the company. Also discusses the importance and role of analysis of financial performance of the company, as it is a crucial part of the analysis of the financial condition of the company. The analysis of such indicators as profit and profitability, they are important components of the financial results of the company. Key words: financial result of the enterprise, profit, profitability, profit, loss, revenue, product, product.

Получение хороших финансовых результатов является основной целью деятельности каждого предприятия. В финансовых результатах отражаются все стороны деятельности предприятия: это уровень его технологии и организации производства, эффективность системы управления, контроль уровня затрат и уровня реализационных цен, особенности хозяйственного механизма и государственное регулирование развития определенной отрасли, учитывая ее значение для развития экономики страны.

Формированию сущности понятия финансовых результатов предприятия посвящены работы ученых Билыка В.Г., Бутынца Ф.Ф., Мочерного С.В., Олейника А.В. и других. Однако понятие «финансовый результат» ученые трактуют по-разному, поэтому следует более подробно рассмотреть сущность финансового результата.

Г. В. Савицкая отмечает, что «финансовые результаты деятельности предприятия характеризуются суммой полученной прибыли и уровнем рентабельности»: «прибыль – это часть чистого дохода, который непосредственно получают субъекты хозяйствования после реализации продукции». [5, с. 134]

В. В. Бочаров рассматривает порядок формирования финансовых результатов предприятия (прибыли), систематизируя статьи, входящие в отчет о прибылях и убытках и показывая формирование прибыли от валовой до нераспределенной (чистой) прибыли (непокрытого убытка) отчетного периода [2, с. 86].

На основании данного анализа определений понятия «финансовый результат», попробуем дать общее определение понятию «финансовый результат». Таким образом, финансовый результат – обобщающий показатель анализа и оценки эффективности или неэффективности деятельности предприятия на определенных этапах его развития.



Рисунок 1 - Признаки классификации финансовых результатов предприятия

Рассмотрим наиболее часто встречаемые классификационные признаки финансовых результатов предприятия (рисунок 1)

В современном понимании прибыль — это обобщающий показатель для деятельности предприятия, в котором отражаются и рост объема производства, и повышение качества продукции, и сокращение затрат [3, с.13].

Итак, мы разобрались с понятием финансовых результатов и выяснили, что одним из финансовых результатов служит прибыль предприятия.

Эффективность хозяйственной деятельности выражается экономической категорией рентабельности. Рентабельность в общем виде выступает как доходность, прибыльность. То есть получение прибыли позволяет говорить об эффективности организации и осуществления хозяйственной деятельности. [4, с.62].

Представим пример расчета показателей рентабельности на примере ООО Вознесенский за 2014-2015г. (таблица 1). Основным видом деятельности компании является Растениеводство в сочетании с животноводством (смешанное сельское хозяйство). Также Вознесенский, ООО работает еще по 10 направлениям.

Таблица 1-Показатели рентабельности ООО Вознесенский за 2014-2015г,%

Показатели	На 31 декабря 2014г.	На 31 декабря 2015г.	Изменение 2015 к 2014г
Общая рентабельность активов	13,1	16,2	3,1
Рентабельность активов по чистой прибыли	13,1	16,2	3,1

Рентабельность производственных активов	27,5	32	4,5
Рентабельность собственного капитала	17,9	18,3	0,4

Таким образом, из данной таблицы можно сказать, что наблюдается рост показателей рентабельности предприятия ООО Вознесенский, это говорит об эффективности финансовых результатов предприятия.

Показатели рентабельности используют для сравнительной оценки эффективности работы отдельных предприятий и отраслей, выпускающих разные объемы и виды продукции. Эти показатели характеризуют полученную прибыль по отношению к затраченным производственным ресурсам. Выделяют основные задачи анализа финансовых результатов деятельности: [3, с.17].

- регулярный контроль выполнения планов реализации продукции и получения прибыли;
- определение воздействия объективных и субъективных факторов на финансовые результаты;
- выявление резервов увеличения размера прибыли и рентабельности;
- оценка работы предприятия по использованию возможностей увеличения прибыли и рентабельности;
- разработка мероприятий по использованию выявленных резервов.

Таким образом, финансовый результат предприятия представляет собой показатель деятельности организации за определенный временной период. В экономической теории получение прибыли, т.е. положительного финансового результата, выделяют в качестве основной цели всех коммерческих предприятий. Вся производственная деятельность предприятия, все хозяйственные процессы, происходящие внутри него, оказываются подчиненными этой главной цели.

Использованные источники:

1. Бланк И. А. Финансовый менеджмент. Учебник. Теория и практика, Издательство: Перспектива, 2011. - 656 с.
2. Бочаров В.В. Финансовый анализ. краткий курс. 2-е изд. — СПб.: Питер, 2014. —240 с.: ил
3. Вагазова Г. Р., Лукьянова Е. С. Сущность финансовых результатов деятельности предприятия // Молодой ученый. — 2015. — №11.3. — С. 13-15.
4. Лысов И. А. Понятие, сущность и значение финансовых результатов предприятия // Вестник НГИЭИ – 2015.- № 3 (46) – С. 60-64.
5. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник / Савицкая Г. В. — М.: Инфра — М, 2013. — 384с.
6. Толкачева Н. А. Финансовый менеджмент: курс лекций / Н. А. Толкачева. — М.: Директ-Медиа, 2014. — 144 с.

*Халявка И. Е., к.э.н.
доцент
кафедра «Экономика организаций»
Кубанский государственный аграрный университет
Мелик М.Д.
студент 3 курса
факультет «Финансы и кредит»
Россия, г. Краснодар*

ВАЖНОСТЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ПОТОКОВ В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ

***Аннотация:** В статье раскрывается сущность понятий «информация» и «информационный поток», рассматривается значение информации в рамках управления предприятием. Одним из значимых инструментов повышения эффективности деятельности организации и сокращения издержек может послужить установка глобальной навигационной спутниковой системы (ГЛОНАСС). Авторы изучили рынок предоставления услуг системы ГЛОНАСС, описали основные проблемы, возникающие при ее установке.*

***Ключевые слова:** информация, информационный поток, ГЛОНАСС, логистика.*

*Melik M. D., student,
Khalyavka I. E., Cand. Econ. Sci., associate professor,
Kuban State Agrarian University, Krasnodar, Russia*

THE IMPORTANCE OF INFORMATION FLOWS IN THE ENTERPRISE MANAGEMENT

***Abstract:** The article reveals the meaning of «information» and «information flow» concepts, considers the value of information within the enterprise management. One of the most important tools to increase the efficiency of organization and to reduce costs can become the global navigation satellite system's (GLONASS) installation. Authors studied the market of GLONASS-services, described basic problems, appearing with its installation.*

***Keywords:** information, information flow, GLONASS, logistics.*

С течением времени значение и роль такого фактора производства, как информация, постоянно возрастает. Сегодня общепризнано, что предприятие не может осуществлять эффективную деятельность без наличия достоверной, актуальной, полной информации. Она является базой для любого управленческого процесса и, следовательно, напрямую связана с принятием управленческих решений.

Наряду с информацией появляется понятие «информационный поток», которое имеет особое значение в области логистики. Так, информационный поток рассматривается в качестве совокупности обращающихся в логистической системе или между логистической системой и внешней средой сообщений, необходимых для управления и контроля за логистическими операциями.

На сегодняшний день развитие логистики требует внедрения информационно-компьютерных технологий. Реализация многих целей логистики будет недоступна без использования современных технологий (быстродействующих компьютеров, локальных вычислительных сетей, телекоммуникационных систем и информационно-программного обеспечения).

Значение информационных потоков в логистике обуславливается следующими причинами:

- для покупателя товаров и услуг информация о статусе заказа является необходимой. Исходя из возможности предоставления этой информации организацией, потребитель будет выбирать поставщика;

- с позиции управления запасами в логистической цепи наличие полной и достоверной информации позволяет сократить потребность в запасах и трудовых ресурсах за счет уменьшения неопределенности спроса;

- информация увеличивает гибкость логистической системы относительно того, как, где и когда можно использовать ресурсы для достижения конкурентных преимуществ.

Одним из источников информации для осуществления управленческой деятельности на предприятии является глобальная навигационная спутниковая система (ГЛОНАСС).

Первые работы по созданию ГЛОНАСС были начаты в 1976 году, 24 сентября 1993 года система была официально принята в эксплуатацию, но только 17 декабря 2015 года было объявлено об ее окончательном создании. Такая длительность обусловлена сложностью проводимых работ, многочисленными летными испытаниями запуска спутников на орбиту и ограничениями финансирования. Первые системы были далеко не совершенны: неточность определения координат, спутники часто ломались и местоположение можно было узнать примерно раз в 2 часа.

ГЛОНАСС - это спутниковая система навигации, разработанная по заказу Министерства обороны СССР и служащая для определения местоположения объектов. Как объект мы рассмотрим автотранспорт.

Принцип работы системы заключается в том, что на транспорте устанавливается специальное навигационное оборудование, терминал автоматически определяет местоположение, скорость, маршрут автомобиля, состояние подключенных датчиков и направление движения автотранспорта с помощью приемника спутниковых навигационных систем ГЛОНАСС. Затем терминал автоматически или по запросу пользователя передает собранную информацию по беспроводным каналам связи. Весь объем навигационной и технической информации поступает на сервер системы ГЛОНАСС, где она проходит обработку и сохраняется в базе данных.

Использование ГЛОНАСС для слежения за автомобилем позволяет оптимизировать работу, снизить затраты на топливо на любом предприятии, обладающем единицами транспорта.

Мониторинг транспорта помогает контролировать:

1. перемещение, которое осуществляется при помощи установки трекеров;
2. скоростной режим при помощи автотрекера;
3. режим работы и отдыха при помощи тахографа;
4. расход топлива при помощи датчик уровня топлива (ДУТ);
5. безопасность водителя и груза (имеется тревожная конопка);
6. обеспечение связи с водителем и другое.

ГЛОНАСС имеет 24 спутника, 8 из которых в одной плоскости, среднюю погрешность 3-6 м и покрытие 100% территории России и 60% территории всего мира.

Существует множество различных компаний, предлагающих услуги по установке и обслуживанию систем мониторинга транспорта и контроля расхода топлива, например: «ЭТР-юг», «ГЕОМИР», «КИ-системы», «Кронас» и др.

Однако, попытки привлечения и использования различных источников информации, а в том числе и приборы мониторинга и контроля, сталкиваются с рядом сложностей и даже проблем.

В последнее время и сегодня активно развиваются новые логистические технологии. И ведущую роль здесь играют информационные системы и приборы. Стоит помнить, что основной идеей логистики является планирование, управление и контроль предпринимательской деятельности и всех ее материальных и информационных потоков.

Использование систем ГЛОНАСС конечно повышает эффективность работы предприятия, но здесь условием будет являться оперативное реагирование служащих на получаемую информацию. Зачастую даже при обнаружении нарушений работники, ответственные за контроль, относятся халатно и не уничтожают «корень зла». Тем самым значение использования приборов мониторинга и слежения сходит на нет.

Огромной проблемой для всех предприятий, владеющих данными установками, является наличие множества приемов обмана оборудования. Здесь решающая роль также достается сотрудникам, а особенно водителям. Служащие прибегают к воровству, вандализму, заявляют свои права о неприкосновенности личной жизни, а также к различным мошенническим приемам. Водители повреждают антенны, перекрывают сигналы с помощью магнитов для того, чтобы оборвать связь контроллера со спутником, пытаются отрезать ГЛОНАСС-приемник от навигационной сети, заливают терминал водой, и все это для того, чтобы безнаказанно сливать топливо, расходовать его, отъезжая по своим делам и т.д. Здесь возникает необходимость в надежном профессиональном менеджменте и установке дополнительных защищающих устройств, что влечет дополнительные расходы.

Говоря о последующих тратах, следует отметить при использовании ГЛОНАСС-оборудования. В первую очередь, это ежемесячная абонентская плата за связь. По нашей оценке рынка, мы можем сказать, что обычно она составляет 200-600 руб. в месяц на единицу оборудования. Вдобавок, могут

возникнуть расходы за обслуживание при поломках.

Несмотря на наличие проблем, установка ГЛОНАСС-приборов носит позитивный характер. При правильном контроле работы с оборудованием, своевременной оснащённости защитными средствами достижение эффективного результата обеспечено.

Использованные источники:

1. Официальный сайт Информационно-аналитического центра координатно-временного и навигационного обеспечения [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.glonass-iac.ru/>, свободный.
2. Официальный сайт компании МСС ГЛОНАСС [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.mssglonass.ru/kak-eto-rabotaet/>, свободный.

Харитонов Р.А.

студент

РГСУ

Россия, г. Москва

ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ (НА ПРИМЕРЕ ООО «СЕРВИСМОНТАЖИНТЕГРАЦИЯ»)

Аннотация

В рамках данной статьи проведено исследования особенностей разработки и продвижения рекламной кампании на примере ООО «СервисМонтажИнтеграция». В связи с этим рассмотрены основные этапы разработки рекламной кампании, определены методы и средства проведения данных мероприятий.

Рекламная деятельность является неотъемлемой частью функционирования любого коммерческого предприятия. На сегодняшний день мы наблюдаем рынок переполненный, насыщенный товаропроизводителями, в котором все сложнее выделиться и занять устойчивую позицию на рынке. Даже обладая лучшими техническими решениями в производстве и наилучшим товаром на выходе – нет гарантии успешной обратной связи с покупателями. Средством сообщения между производителем и потребителем является маркетинг, который побуждает второго к действиям, в нашем случае – приобретения товара или услуги. В России маркетинговые коммуникации набирают обороты и стремительно развиваются, демонстрируя креативные возможности человеческой мысли. Каждый производитель стремится преподнести свой товар с лучшей стороны и максимально непохожей на остальных, т.к. свежая информация для потребителя выглядит намного привлекательней.

На первый план выходит оценка коммерческой эффективности, т.е. ориентация на потребительские предпочтения, учет особенностей конкурентов, знание рынка. Нельзя не согласиться с Л. В. Уховой, что потребители оценивают в первую очередь коммуникативную эффективность рекламного сообщения, а рекламодатели ориентируются на экономические

параметры. Для рекламодателей на первый план выходят поведенческие и когнитивные аспекты эффективности, а для потребителей – эмоциональные. Это несовпадение приводит к снижению эффективности рекламной деятельности.

Экономическая эффективность рекламы - это результат, полученный после применения того или иного рекламного средства или проведения целой кампании. В самой простой интерпретации (и самой распространенной) его можно определить, как разницу между дополнительным доходом от реализации продукции как результата рекламы и затрат на нее, к тому же такая разница должна быть положительной.

Рынок дистрибьюторов электрооборудования стремительно развивается, конкуренция возрастает с каждым месяцем. В будущем конкуренция усилится, и компаниям придется серьезно работать над эксклюзивностью своих концепций.

Необходимым и важным показателем является рекламная деятельность предприятия, которая была проанализирована. Были выявлены такие положения: дистрибьютор ведет слабую рекламную деятельность, большую роль играют прямые продажи, квалифицированность персонала из продвижения можно назвать только - пресса и интернет реклама.

Существует много методик оценки эффективности рекламной деятельности, что связано с многоаспектностью и многозадачностью данного феномена. Среди общепринятых классификаций можно отметить деление на количественные и качественные методы, а также выбор метода оценки коммуникативной эффективности рекламной деятельности в зависимости от ее этапа.

В процессе исследования была изучена деятельность ООО «СервисМонтажИнтеграция» - компания одна из крупных дистрибьюторов электрооборудования в Казани. При анализе были затронуты его структура, особенности работы, предоставляемые услуги, проведен анализ сильных и слабых сторон, возможностей и угроз для предприятия. К сильным сторонам следует отнести широкий спектр товаров, хорошая репутация компании, обширная клиентская база и т. д. К слабым сторонам - слабая рекламная активность, сложность в использовании скидок и бонусов. Возможностями для ООО «СервисМонтажИнтеграция» являются: экономическая стабильность, рост платежеспособности населения, развитие информационных технологий и т.д. Угрозы для ООО «СервисМонтажИнтеграция» - ужесточение монопольного законодательства, усиление конкуренции. Основная проблема компании - это низкая рекламная активность.

Была проанализирована рекламная деятельность предприятия, особенности позиционирования и особенности фирменного стиля, дизайн рекламных материалов. Как такого фирменного стиля у компании ООО «СервисМонтажИнтеграция» не было. Компания использовала вместо логотипа, свое полное название. Шрифт в названии является классическим,

без засечек. Классические шрифты вызывают чувство доверия, обладают хорошо выраженной формой, намекающей на неоклассическую традицию и преемственность. Стабильность, вот что именно хотела показать компания своим клиентам.

Было уже сказано, что у компании очень низкая рекламная активность, по сравнению с предприятиями такого же уровня, как и ООО «СервисМонтажИнтеграция». Основным средством продвижения других компаний это реклама в пресса, интернет реклама (информация на собственном корпоративном сайте), наружная реклама. Вся полиграфическая, сувенирная продукция, рекламные материалы выполняются с использованием элементов фирменного стиля.

В качестве объекта продвижения была выбрана сама компания ООО «СервисМонтажИнтеграция». Была проанализированы визуальная идентификация компании и сделаны выводы, исходя из которых была разработана программа продвижения компании ООО «СервисМонтажИнтеграция».

Исходя из полученной информации, были поставлены коммуникативные цели: осведомить потенциальную целевую аудиторию как о самой компании, так и о товарах. В зависимости от поставленных целей в рамках креативной стратегии была разработана концепция продвижения для выделенных сегментов рынка.

Основная идея рекламной кампании заключается в том, чтобы потребитель точно знал о том где можно приобрести электрооборудование, о деятельности компании. Визуальная составляющая рекламных сообщений - это изображения электрооборудования, контрастность цветов, яркость.

Для программы продвижения разработаны следующие материалы:

- макеты наружной рекламы (биллборды и растяжки);
- макеты полиграфической рекламы (буклет и корпоративный журнал);
- модуль для прессы;
- сувенирная продукция (фирменные кружки, зажигалки и т.д.).

Был разработан логотип компании, и выбран фирменный цвет, в рамках этого будет идти вся программа продвижения ООО «СервисМонтажИнтеграция».

Разработанные рекламные материалы могут быть использованы после окончания программы продвижения, например, полиграфическая продукция в дальнейшем может быть представлена на выставках. Так же данная креативная стратегия может быть применена на другие средства рекламы.

ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ПРОЕКТА РАЗРАБОТКИ ПРОДУКЦИИ

Обеспечение качества в проекте, является основой управления качеством. При соблюдении всех норм и стандартов, предприятия должны ориентироваться на принцип - «качество – прежде всего» [1].

Обеспечение управления качеством проекта разработки продукции означает гарантирование самого высокого уровня, который позволит потребителю с уверенностью приобретать продукцию, которая будет полностью удовлетворять всем его требованиям.

Управление качеством в разработке продукции является очень важным аспектом, особенно для производства. Менеджмент качества в рамках управления проектом разработки продукции – это система методов и средств, которые будут направлены на выполнение требований и ожиданий заказчиков проекта, к качеству самого проекта и его продукции. Реализация системного подхода осуществляется в виде создания стандартизированных СМК, которые представляют собой совокупность документированных методик и средств планирования, обеспечения и контроля качества, выполняемых специально назначенными структурными единицами предприятия [2].

На рисунке 1 представлены фазы управления качеством проекта.



Рисунок 1 - Фазы контроля качества в управлении проектом

В управление проектами разработки продукции входит: определение требований и удовлетворение различных потребностей клиентов, уравнивание конкурирующих ограничений проекта, а также качество, расписание, риски, бюджет и ресурсы.

Если один из факторов изменится, то с большой долей вероятности будет затронут как минимум еще один фактор. Мнение заинтересованных сторон проекта о наиболее важном факторе, могут разделяться. Это приводит к повышению сложности проекта. Также дополнительные риски вызывают изменение требований, которые предъявляют к проекту. В целях достижения успеха проекта команда должна быть способна уравновесить эти требования.

После накопления более подробных и специфичных знаний, осуществляется переход к детализации и улучшению плана. Последовательная разработка позволяет, команде по управлению проектом, в течении всего жизненного цикла проекта разработки, осуществлять управление на самом детальном уровне.

Количество фаз, а также их необходимость зависят от своего размера, сложности фазы и ее влияния на проект. Стоит отметить, что все фазы имеют схожие характеристики. Но несмотря на то, что многие проекты могут иметь схожие названия фаз со схожими результатами, лишь немногие из них идентичны [3].

В управлении качеством проекта разработки продукции существует ряд факторов, которые могут послужить причинами задержки проекта:

- задержка документации/разрешений;
- задержка поставок материалов/оборудования;
- недостаток коммуникации;
- недостаток отчетности;
- недостаточная подготовка;
- прочее (т.к. проект разработки продукции находится на стадии выполнения, бывает сложно, в реальном времени, собрать информацию о причинах его задержки).

Таким образом, для оценки частоты возникновения каждой из причины задержки проектов, необходимо опросить специалистов в сфере управления проектами, которые на основе личного опыта, оценят вероятность появления каждой из причин.

Использованные источники:

1. Мазур, И. Управление проектами/ И. Мазур, В. Шапиро, Н. Ольдерогге – М.: Экономика, 2001. – 573с.
2. Милошевич, Д. Набор инструментов для управления проектами/ Д. Милошевич; Пер.с англ. Мамонтова Е. – М.: ДМК Пресс, 2006. – 725 с.
3. Володин В.В. Управление проектами: учеб. пособие / В.В. Володин. - Москва: ММИЭИФИП, 2006. – 181с.

*Чекарь В.Н., к.э.н.
доцент
Курочкин В.Н.
студент 2 курса магистратуры
Азово-Черноморский инженерный
институт-филиал Донского ГАУ
Россия, г. Зерноград*

ПРЕДПОСЫЛКИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ОБЪЕМОМ ПРИБЫЛИ КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Аннотация. В настоящее время актуальным вопросом является теоретическое обоснование стратегического развития коммерческих организаций и в России в связи с санкциями и падением ВВП. Установлено, что современному состоянию Российской экономики адекватна стратегия управления объемом прибыли коммерческих организаций по принципу «сбор урожая», что подтверждается данными Росстата по сокращению производства, ВВП и численности рабочих мест.

Ключевые слова. Стратегический менеджмент, управление коммерческими организациями, экономический анализ, финансовая устойчивость. финансовый анализ, прибыль, рентабельность, кризис.

Стратегическое управление (менеджмент) является быстро развивающейся областью науки и практики управления, возникшей в ответ на возрастание динамизма внешней среды бизнеса в период кризисных явлений в настоящее время. Как справедливо отмечает И.А. Канушина [1, с. 36], в Российской практике традиционно считается, что эффективность деятельности любого предприятия характеризует прибыль, которая отражает текущие цели и на которую в большей степени обращают внимание руководители предприятий, что влияет и на психологию топ-менеджеров, ориентируя их на приоритеты выживания предприятия: данная стратегия является адекватной антикризисной мерой.

Целью статьи является анализ теоретических предпосылок стратегического управления объемом прибыли коммерческих организаций в сложившихся кризисных явлениях Российской экономики.

Как известно из указанной теории, для коммерческих организаций в период кризиса наиболее приемлемой является стратегия целенаправленного сокращения: данные стратегии реализуются тогда, когда фирма нуждается в перегруппировке сил после длительного периода роста или в связи с необходимостью повышения эффективности, когда наблюдаются спады в экономике, структурная перестройка [2, с. 73]. В этих случаях фирмы прибегают к использованию стратегий целенаправленного и спланированного сокращения производства. Известны четыре типа стратегий целенаправленного сокращения бизнеса:

отказ от долгосрочного взгляда на бизнес в пользу максимального получения доходов в краткосрочной перспективе (стратегия сбора урожая);

стратегия сокращения расходов — поиск возможностей уменьшения издержек и проведение соответствующих мероприятий по сокращению затрат;

стратегия сокращения — коммерческая организация закрывает или продает одно из своих подразделений или бизнесов для того, чтобы осуществить долгосрочное изменение границ ведения бизнеса;

стратегия ликвидации — предельный случай стратегии сокращения в случае невозможности вести бизнес.

Стратегия сбора урожая применяется по отношению к бизнесу, который не может быть прибыльно продан, но может принести доходы во время сбора урожая: предусматривает сокращение затрат на закупки, рабочую силу и максимальное получение дохода от распродажи имеющегося продукта и продолжающегося сокращения производства. Это стратегия рассчитана на то, чтобы при постепенном сокращении бизнеса добиться за период его сокращения получения максимального объема прибыли: «выжать все соки».

Стратегия сокращения расходов, как и стратегия сокращения, предполагает поиск вариантов снижения затрат [3, с. 443–450]. В девяностые и нулевые годы сельскохозяйственные предприятия Ростовской области создавали перерабатывающие отрасли, но, несмотря на рост выпуска продукции и расширения ассортимента, выявились негативные тенденции: снижение до минимума денежных поступлений от собственных продаж, критически низкая рентабельность продукции, неполная загруженность производственных мощностей мясопереработки из-за высокой стоимости сырья или его недостатка. Негативным оказался внешний фактор – закупки мясного сырья конкурентами за рубежом по низким ценам (от 30 до 60 руб/кг, при себестоимости собственного производства не менее 90 руб/кг) [4, с. 56–70]. В настоящее время в связи с ростом курса доллара ситуации не изменилась в лучшую сторону по причинам роста стоимости фуражного зерна пропорционально стоимости валюты и высокой ценой входа (подписания договоров) с ритейлерами на поставку продукции переработки растительного и животного сырья, опережающий рост постоянных расходов и цен на материалы и комплектующие (например, значимого повышения стоимости топливно-смазочных материалов и электроэнергии, средств защиты растений в 2,5–3 раза, минеральных удобрений в 2 раза, сельскохозяйственной техники и оборудования, запчастей к ним в 2,2раза).

В таких условиях в своем большинстве консалдинговые фирмы и топ-менеджеры сошлись во мнении: необходима концентрация управления и капитала, должен существовать корпоративный центр для осуществления стратегического управления бизнесом, а отдельные производства должны быть выделены в самостоятельные бизнес-единицы; необходим рост производительности труда и снижение операционных затрат. Наиболее очевидный путь решения – сокращение персонала (по данным Росстата в Ростовской области сократилось с 1909,6 тыс. чел в 2014 г. до 1075,0 в 2016 г.) и уменьшение фонда оплаты труда, увеличение рабочего времени замена

постоянного персонала сезонными работниками (на период полевых работ), увольнение работников животноводства, которые не могут быть сезонными, соответственно ликвидация поголовья продуктивного скота [5, с. 434–443].

Часть бизнесменов, столкнувшись с неразрешимой проблемой развития производства в условиях недоступности финансовых ресурсов, неработающем финансовом рычаге (из-за высокой ставки кредитования), и еще функционирующем операционном рычаге, пришли к стратегии сбора урожая, которая предусматривает отказ от долгосрочного взгляда на бизнес в пользу максимального получения доходов в краткосрочной перспективе и применяется в случае, когда фирма не может быть прибыльно продана, но может принести доходы во время сбора урожая. Данная стратегия предполагает сокращение затрат на закупки, рабочую силу и максимальное получение объема от распродажи имеющегося продукта: например, выращивание только прибыльных культур в ущерб агротехнике и севообороту, полное сокращение животноводства. Реализация данной стратегии связана со снижением производственных затрат, повышением производительности, сокращением найма и увольнением персонала, с закрытием убыточных мощностей [6, с. 566–569].

В реализации выбранной стратегии увеличения объема прибыли важным фактором является выбор рыночной позиции [7, с. 1019–1025]. Необходимо совершенствование комплекса маркетинга коммерческих организаций и их финансовой структуры, формирование: центров финансового учета и финансовой ответственности, центра финансового учета, центра финансовой ответственности; центра прибыли (профит-центр), центра затрат. Менеджеры центра прибыли должны контролировать объем реализации объема полученной прибыли.

В заключение можно отметить следующие. Наиболее очевидный путь решения возникших во время кризиса проблем – сокращение персонала и уменьшение заработной платы, он предполагает рост производительности труда и снижение операционных затрат. Необходима концентрация управления и капитала, создание центров для осуществления стратегического управления бизнесом, выделение отдельных производств в самостоятельные бизнес-единицы, что возможно при формировании холдинговых структур. Современному состоянию Российской экономики адекватна стратегия управления объемом прибыли коммерческих организаций по принципу «сбор урожая», что подтверждается данными Росстата по сокращению производства, ВВП и численности рабочих мест.

Использованные источники:

1. Канушина И.А. Стратегическое управление прибылью. – Современный бухгалтерский учет. – 2007. – № 6. – С. 35–38.
2. Панов А.И. Стратегический менеджмент /А.И. Панов, И.О. Коробейников, В.А. Панов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 302 с.
3. Курочкин В.Н. Управление показателями рентабельности коммерческой организации. – Экономика и социум, 2013. – № 4. – С. 443–450.

4. Курочкин В. Н. Анализ тенденций развития АПК Ростовской области. – Вестник аграрной науки Дона, – 2014. – №4.– 2014. – С. 56–70.
5. Курочкин В.Н., Роот А.М. Управление финансовой устойчивостью коммерческой организации. – Экономика и социум, 2013. – №4. – С. 434–443.
6. Курочкин В.Н. , Грициенко Т.Ю. Теория анализа финансовых результатов и результативности коммерческой организации в период санкций. – Экономика и социум, 2016. – №2, – С. 566–569.
7. Курочкин В.Н., Волохов Н.Н., Мохирев Е.В. Факторный анализ прибыли коммерческой организации сервиса. – Экономика и социум. – 2015. – № 3 (16). – С. 1019–1025.

Чекарь В.Н., к.э.н.

доцент

Курочкин В.Н.

студент 2 курса магистратуры

Азово-Черноморский инженерный

институт-филиал Донского ГАУ

Россия, г. Зерноград

СОДЕРЖАНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ КОММЕРЧЕСКИМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ

Аннотация. В настоящее время актуальным вопросом является теоретическое обоснование стратегического развития коммерческих организаций и в России в связи с санкциями и падением ВВП. Установлено, что современному состоянию Российской экономики адекватна стратегия управления объемом прибыли коммерческих организаций по принципу «сбор урожая», что подтверждается данными Росстата по сокращению производства, ВВП и численности рабочих мест.

Ключевые слова. Стратегический менеджмент, управление коммерческими организациями, экономический анализ, финансовый анализ, финансовая устойчивость. прибыль, кризис.

Содержание стратегического управления коммерческими организациями – актуальная задача для агропромышленного комплекса, когда происходит рекомбинация хозяйственных и управленческих структур, развиваются горизонтальные и вертикальные связи, идут процессы интеграции, кооперирования и концентрации производства и переработки сельскохозяйственной продукции.

Цель работы: анализ содержания стратегического управления коммерческими организациями.

В результате анализа состояния данного вопроса было установлено, что при изучении стратегического управления значимо понимание роли высших менеджеров. Оно наиболее полно представлено в работе Т. Питерса и Р. Уотермена «В поисках эффективного управления», созданной на глобальном сравнительном исследовании организации жизнедеятельности в ведущих на

начало-середины 80-х компаний мира и компаний, которые начали отставать («былых» лидеров). В результате было выделено восемь факторов организации экономической деятельности: 1) – немедленная и каждый раз особенная реакция на возникающие проблемы (в таких компаниях часто создают временные творческие коллективы и создают для них творческие условия); 2) – большое внимание работе с клиентами (всё время изобретаются новые сервисы и применяются принцип: клиенту фирмы должно быть хорошо и интересно); 3) – поддерживается самостоятельность, энтузиазм, предприимчивость сотрудников; 4) – считается, что производительность труда в первую очередь зависит от взаимоотношений в коллективе и рабочей атмосферы, от заинтересованности в общем деле всех работников (работники должны есть общее дело, которое они считают своим); 5) – у компании должна быть своя миссия в мире, в соответствии с которой сотрудниками осмысливаются итоги её деятельности и своё собственное пребывание в компании (эта «миссия» – плод постоянного обсуждения людьми в компании этого вопроса, миссия постоянно обновляется); 6) – у компании должно быть одно своё основное дело, которое хорошо изучено (те, кто так диверсифицируется, неизменно отстают); 7) – руководители не возносятся над подчинёнными. (управленческая структура проста и немногочисленна, кабинеты маленькие, в одежде нет кичливого богатства); 8) – большая автономность подразделений компании, гибкость организационной структуры, создание временных подразделений. Они отмечали, что практически с любой выдающейся компанией ассоциируется сильный лидер, роль которого в становлении компании огромна. Такой лидер должен обитать ясным пониманием миссии компании, внушать уважение, быть наделенным магнетизмом, чтобы заражать своей энергией всю компанию».

Данный вопрос актуален в наши дни при стратегическом управлении коммерческими организациями: недавно Т. Питерс провел повторное глобальное исследование и установил, что на сегодня у ведущих корпораций мира все эти тенденции сохранились и усугубились, причем ещё более значимыми стали гибкость и креативность: в ведущих фирмах всё время придумывают что-то новое, даже если старое было вполне хорошо.

В нашем исследовании исходили из известной истины: сущность стратегического менеджмента заключается в ответе на три важнейших вопроса: «В каком положении предприятие находится в настоящее время? В каком положении оно хотело бы находиться через три, пять, десять лет? Каким способом достигнуть желаемого положения?» Для ответа на первый вопрос менеджеры должны хорошо понимать текущую ситуацию, в которой находится предприятие, прежде чем решать, куда двигаться дальше. Второй вопрос отражает такую важную особенность стратегического менеджмента, как его ориентация на будущее. Для ответа на него необходимо четко определить, к чему стремиться, какие цели ставить.

По своему предметному содержанию стратегическое управление

коммерческими организациями обращается лишь к основным, базисным процессам на предприятии и за его пределами, уделяя внимание не столько наличным ресурсам и процессам, сколько возможностям наращивания стратегического потенциала предприятия. В основе стратегического менеджмента лежат стратегические решения, которые: ориентированы на будущее; сопряжены со значительной неопределенностью, поскольку учитывают неконтролируемые внешние факторы, воздействующие на предприятие; связаны с вовлечением значительных ресурсов и могут иметь чрезвычайно серьезные, долгосрочные последствия для предприятия. К числу стратегических решений можно отнести: реконструкцию предприятия; инновации; управление организационными изменениями; совершенствование структуры производства и управления, новые формы организации и оплаты труда, взаимодействия с контрагентами); выход на новые рынки сбыта; приобретение, слияние предприятий и т. д. Например, выход коммерческой организации на новые рынки относится к числу стратегических решений и обладает всеми присущими им особенностями: оно направлено на перспективные цели, связанные с будущими возможностями; имеется несколько альтернативных вариантов реализации этого решения (работать с посредниками или самостоятельно, с какими именно посредниками); у этого решения достаточно высок риск; успех в его реализации во многом будет зависеть от качественной проработки всех взаимосвязанных вопросов [2, с. 4-6].

Вместе с тем объективно оценить целесообразность чанного решения до его реализации не представляется возможным: Г. Минцберг, проведший фундаментальное исследование по изучению труда руководителей высшего звена, называет три образа действий при формулировке стратегии, которые определяются личностью и системой ценностей высшего руководства: предпринимательский, адаптивный и плановый.

Предпринимательский образ действий: стратегия формулируется сильной личностью, делается акцент на возможностях (существующие проблемы вторичны). Направления стратегического развития определяются видением собственника, доминирующая цель: рост компании.

Адаптивный образ действий или обучение посредством опыта, при этом процесс разработки стратегии может быть спонтанным или управляемым: стратегии определяются динамикой роста коммерческой организации, затрагивая большое число людей, которые могут наполнить новым смыслом, изменить поведение предприятия в целом, такой образ действий типичен для многих крупных корпораций [3, с. 36–45].

При плановом образе действий стратегическое управление состоит как в активном поиске новых возможностей, так и в оперативном решении существующих проблем, причем в процессе принятия стратегических решений используется системный анализ [4, с. 84–93]. Отметим, что высшие менеджеры часто имеют дело с парадоксом стратегического управления. С одной стороны, обязанность высших менеджеров состоит в том, чтобы

обеспечить эффективность функционирования предприятия и получение ожидаемой прибыли. С другой стороны, они должны быть способны осуществить быстрый маневр под воздействием внешних угроз и возможностей. К сожалению, многие руководители, преуспевшие в обеспечении эффективного функционирования предприятия, оказываются и менее подготовленными к изменениям внешней среды.

Использованные источники:

1. Панов А.И. Стратегическое управление коммерческими организациями /А.И. Панов, И.О. Коробейников, В.А. Панов. – М.: ЮНИТИ– ДАНА, 2015. – 302 с.
2. Сотов С.С. Стратегическое планирование. – М.: Лаборатория книги, 2010. – 52 с.
3. Гречко М.В., Курочкин В.Н. Самоорганизация социально-экономических систем: концептуальные основы, аксиоматика. – Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2015. – № 32 (317). –С. 36– 45.
4. Системный подход к исследованию отраслевой экономики. – Вестник аграрной науки Дона. – 2013. – № 3 (23). – С. 84– 93.

Чекарь В.Н., к.э.н.

доцент

Курочкин В.Н.

студент 2 курса магистратуры

Азово-Черноморский инженерный институт-филиал Донского ГАУ

Россия, г. Зерноград

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫМ АКЦИОНЕРНЫМ ОБЩЕСТВОМ

Аннотация. Авторы научных работ при определении понятия стратегического управления концентрируют внимание на взаимосвязи внутренней среды предприятия с внешним окружением путем создания и поддержания определенных взаимоотношений между ними, однако не раскрывают условий установления этих взаимоотношений, которые существенно отличают стратегическое управление: стратегия означает построение желаемого будущего предприятия, причем, как правило, это будущее неоднозначно и имеет стратегические альтернативы в своем развитии.

Предлагается стратегия роста предполагает создание аналитической группы независимых экспертов и профессиональных специалистов, использующих системный анализ [и системный подход. При стратегическом управлении коммерческой организацией следует учитывать закономерности развития и функционирования сложных организационных систем.

Ключевые слова: стратегическое управление, системный подход, экономический анализ, финансовая устойчивость, акционерное общество.

Особого внимания заслуживает рассмотрение практики стратегического управления сельскохозяйственным производством на региональном уровне. Именно под воздействием региональных процессов в АПК складывается деятельность сельскохозяйственных товаропроизводителей, представляющих собой первичное звено аграрной экономики. Динамично меняющаяся социально-экономическая ситуация в Краснодарском крае требует формирования целостной и отлаженной системы стратегического управления в акционерных обществах.

Вопросы теории и практики стратегического управления нашли отражение в работах как зарубежных ученых: И. Ансоффа, А.А. Томпсона, А.Дж. Стрикленда, Мэскона М.Х., Альберта М., Хедоури Ф. и др., так и отечественных: О.С. Виханского, А.Н. Люкшинова, Е.В. Серовой, Е.С.Строева, В.А. Добрынина, А.С. Иванова, А.П. Зинченко, Ю.Б. Королева, Г.Б. Клейнера, Н.А. Пиличева, М.М. Жигалина, И.Г. Ушачева, и других.

Румянцева З.П., Саломатин Н.А., Акбердин Р.З. пишут: «Стратегическое управление связано с постановкой целей организации и с поддержанием определенных взаимоотношений с окружающей средой, которые позволяют ей добиваться поставленных задач, и соответствуют ее внутренним возможностям». Шендел и Хаттен рассматривали стратегическое управление как «процесс определения (установления) связи». Более полное определение стратегического управления дает О. Виханский.

Существует ряд определений стратегического управления, предложенные его разработчиками, в которых делается упор на те или иные аспекты и особенности стратегического управления. Так, Г.Б.Клейнер, В.Л.Тамбовцев, Р.М.Качалов рассматривают стратегическое управление как «систему управления предприятием, основанную на разработке и реализации стратегии предприятия». По мнению Ю.Гусева «стратегическое управление - это реализация стратегии во времени и управление процессом ее реализации с учетом новых обстоятельств». Однако данные определения в большей степени характеризуют технологию стратегического управления, но не раскрывают его цели и сущности. В них не отражается приоритетность интересов и влияние среды в процессе стратегического управления.

Некоторые Цель - теоретическое обоснование и выработка практических рекомендаций по формированию системы стратегического управления сельскохозяйственным производством в региональном АПК на пример ПАО «Радуга» Краснодарского края.

Объектом исследования является система стратегического управления сельскохозяйственным акционерным обществом.

Методы исследования. Теоретической и методологической основой исследования послужил комплексный системный подход к исследованию проблем стратегического управления.

Применялись следующие методы исследования: монографический, аналитический, экономико-статистический, расчетно-конструктивный.

Как процесс, стратегическое планирование включает четыре вида деятельности (функции стратегического планирования).

К ним относятся: распределение ресурсов, адаптация к внешней среде, координация и регулирование хозяйственных процессов, организационные изменения. Стратегическое планирование имеет свою технологию. Процесс стратегического планирования включает следующие этапы:

- определение миссии предприятия (сельскохозяйственные ПАО);
- формулирование целей и задач функционирования предприятия;
- анализ и оценку внешней среды;
- анализ и оценку внутренней структуры предприятия;
- разработку и анализ стратегических альтернатив;
- выбор стратегий.

Процесс стратегического управления кроме стратегического планирования включает также реализацию стратегии, оценку и контроль реализации стратегии. Рассмотрим основные компоненты стратегического планирования.

Определение миссии предприятия - этот процесс состоит в установлении смысла существования предприятия, его предназначения, роли и места в рыночной экономике. *Формулирование целей и задач функционирования предприятия.* Цели и задачи должны отражать уровень, на который необходимо вывести деятельность по обслуживанию потребителей. Они должны создавать мотивацию людей, работающих в фирме. Несмотря на ситуационность в выборе целей, можно указать на ряд направлений, в рамках которых сельскохозяйственные предприятия могут устанавливать свои цели. К ним относятся:

- доходы сельскохозяйственные предприятия (величина дохода, прибыль, доход на акцию и т.п.);
- эффективность (издержки, себестоимость, рентабельность, производительность, материалоемкость и т.п.);
- положение на рынке (доля рынка, объем продаж, относительная доля рынка, доля отдельных продуктов и т.д.);
- ресурсы сельскохозяйственные предприятия, включая финансовые, материальные, трудовые (структура и величина основного и оборотного- капитала, активы сельскохозяйственные предприятия, кредиторская и дебиторская задолженность и т.д.);
- производственная мощность предприятия;
- продукция (номенклатура, ассортимент, показатели качества, конкурентоспособность, величина затрат на НИОКР, сроки разработки и освоения);
- организационные изменения в фирме (касающиеся штатного расписания, производственной структуры, функциональных обязанностей работников);
- качество работы с покупателями (скорость обслуживания, число жалоб, количество претензий и рекламаций и т.д.);

- социальная ответственность сельскохозяйственные предприятия (благотворительная деятельность, защита окружающей среды и т.п.);
- потребности сотрудников (оплата труда, условия труда и отдыха, социальное развитие коллектива);
- развитие сельскохозяйственные предприятия (темпы роста хозяйственной деятельности).

Процедура формулирования стратегии и выбора альтернатив состоит из следующих этапов: оценка существующей стратегии; собственно фаза формулирования; планирование риска; выбор стратегических альтернатив. Рассмотрим подробнее эти пункты.

Остановимся на стратегия роста [3, с. 72-74]. Стратегия роста впервые подробно была разработана Игорем Ансоффом. Им же была построена модель роста предприятия. Она состоит из пяти этапов:

Стадия планирования, проникновения, ускоренный рост, переходная стадия, начальная стратегия. Целью начальной стратегии является умеренный рост для того, чтобы обеспечить предприятию выход на оптимальную эффективность.

Для условий финансовых санкций значима *стратегия стабилизации*, которая направлена на достижение раннего выравнивания объёма продаж и прибылей с последующим их повышением, то есть с переходом на следующий этап роста. В зависимости от скорости падения, предприятие может использовать один из трёх наиболее вероятных подходов:

- экономия с чётким намерением быстрого оживления;
- сдвиги в продолжительном спаде с меньшими надеждами на быстрое оживление;
- стабилизация, когда необходимы долговременные программы для достижения сбалансированного состояния предприятия на рынке.

В аграрном секторе отмечается стабильный рост производства основных видов сельскохозяйственной продукции.

За последние годы развитие растениеводства характеризуется положительной динамикой. За период 2000 – 2014 годов вся посевная площадь края увеличилась на 572,0 тыс. га. Доля обрабатываемой пашни в общей площади пашни на 1 января 2015 г. составила 97,43 процента.

В последние годы растет спрос на мировом рынке на продукцию растениеводства. Краснодарский край является крупнейшим экспортером продовольственных товаров и сельскохозяйственного сырья на Юге России. Положительным фактором в развитии экспорта является то, что выход на внешние рынки обеспечивает региональным сельхозпроизводителям сбыт продукции по мировым ценам.

В свою очередь повышается рентабельность и инвестиционная привлекательность растениеводства, что стимулирует наращивание объемов производства. Производство молока в Краснодарской крае в целом сохраняет положительную динамику.

На конец апреля 2016 года поголовье крупного рогатого скота в

хозяйствах всех сельхозпроизводителей (сельскохозяйственные организации, хозяйства населения, крестьянские (фермерские) хозяйства), по расчетам, составило 542 тыс. голов (99,8% к концу апреля 2015 года), из них коров – 217 (99,6%); свиней – 459 (118%), овец и коз – 229 тыс. голов (103%).

Производство мяса (скот и птица на убой в живом весе) в хозяйствах всех сельхозпроизводителей в январе-апреле т.г. составило 155 тыс. тонн (105% к аналогичной дате прошлого года), молока – 450 тыс. тонн (104%), яиц - 534 млн. штук (109%) [2].

На долю хозяйств населения, крестьянских (фермерских) хозяйств и индивидуальных предпринимателей приходилось 27% производства мяса, 34 – молока и 42% – яиц.

За январь-апрель т.г. в сельскохозяйственных организациях (без субъектов малого предпринимательства) от одной коровы надоено 2304 килограмма молока (105% к соответствующему периоду 2015г.). В среднем от одной курицы – несушки получено 103 яйца (104% к уровню января-апреля 2015г.).

В первую очередь в Краснодарском крае планируется развитие производства сельскохозяйственного сырья для обеспечения загрузки имеющихся и вводимых в эксплуатацию новых производственных мощностей в зависимости от потребностей предприятий пищевой и перерабатывающей промышленности. Обеспечение достаточных объемов продукции животноводства и растениеводства позволит наращивать выпуск продуктов питания с высокой добавленной стоимостью и в дальнейшем реализовывать новые инвестиционные проекты по глубокой переработке сельскохозяйственного сырья и производству продуктов питания. Точками экономического роста, которые смогут обеспечить приток новых инвестиций в развитие агропромышленного комплекса Краснодарского края, станут территориальные кластеры: агропищевой, винодельческий и рыбоперерабатывающий. Пищевая промышленность формирует 31 - 34 процента всего промышленного производства в Краснодарском крае, а вклад Кубани в общероссийское производство продуктов питания достигает 5 %. При этом в период с 2010 по 2013 год в отрасли наблюдается устойчивая тенденция роста объемов производства пищевой продукции. В пищевой промышленности Краснодарского края функционируют более 2200 предприятий, из них 200 относятся к категории крупных и средних. В отрасли производится более 2500 наименований продуктов питания, из которых свыше 40 % - перспективные разработки, соответствующие европейским стандартам качества. В структуре производства пищевых продуктов преобладают масложировая, молочная, мясная, сахарная, плодоовощная и консервная промышленность. В составе экспортируемых Краснодарским краем товаров доля пищевых продуктов, включая сельскохозяйственное сырье, составила в среднем за последние 5 лет (с 2009 по 2013 год) около 20 %. За последние годы рынок продуктов питания в России развивался быстрыми темпами.

В ПАО «Радуга – высокая производительность труда. Каждый механизатор обрабатывает 367,04 га, что достигнута за счет приобретения новой техники, и превышает значение 2010 г. в 1,11 раза. Это выше среднего значения по краю, таких результатов они достигают тем, что в напряженные периоды ежедневно, без выходных, работают значительно дольше, чем установлено требованиями трудового кодекса. Высока доля работников, непосредственно не занятых в сельскохозяйственном производстве – 76,38% от числа занятых. Прочими видами деятельности занят каждый пятый. Структура севооборота не соответствует научно обоснованному, не возделывается ряд важных культур.

Убыточность с каждым годом возрастает, несмотря на рост выручки от продаж с 359620 тыс. до 508 143 тыс. руб. Лучший год по реализации товарной продукции – 2012, когда сумма выручки достигла 581848 тыс. руб. согласно данным отчета о финансовых результатах ОАО «Радуга».

Убыточность связана с тем, что себестоимость продукции возрастало в большей степени, чем выручка, также имеют место выплаты по кредитам банков, которые достигли 78 тыс. руб. Показатели финансовой устойчивости характеризуют положение предприятия «Радуга» как неустойчивое. Имеются все признаки надвигающегося банкротства.

Исследование финансового положения показало, что при достаточном обеспечении предприятия трудовыми и материальными ресурсами, благоприятными природными условиями, отработанной технологией производства продукции растениеводства и животноводства, дающей высокие привесы и урожай, предприятие находится в сложном экономическом и финансово неустойчивом состоянии.

Развитие кризисной ситуации на предприятии требует от менеджеров проведения ряда организационных мероприятий.

Предлагается стратегия роста [4, с. 98-108], она роста впервые подробно была разработана И. Ансоффом и предполагает создание аналитической группы независимых экспертов и профессиональных специалистов, использующих системный анализ [5, с. 824-834] и системный подход [6, с. 84-93], концентрация власти, кардинальный пересмотр принятых форм стратегического управления ПАО: рекомендуется такое организационное мероприятие, как преобразование должности главного экономиста в должность зам. директора по финансовым вопросам, поставив перед ним задачу выхода из финансового кризиса, прежде всего взыскать, совместно с юристом, дебиторскую задолженность. При стратегическом управлении коммерческой организации следует учитывать закономерности развития и функционирования сложных организационных систем [7, с. 34]. Также необходима финансовая дисциплина и экономическая безопасность, поэтому службу финансового директора следует укрепить специалистом по экономической безопасности, например, выпускником АЧИИ. Уже только это мера – ужесточение платёжной и финансовой дисциплины - позволит выйти на рентабельность производства и реализации сельскохозяйственной

продукции.

В плане сокращения дебиторской задолженности значимо определение надежности заказчиков и поставщиков, их платежеспособности, дееспособности и неэффективности. Реализация предложенных мер позволит вернуть 278,9 тыс. руб, кредиторской задолженности, увеличить выручку от реализации на 523, 9 тыс. руб, в итоге получить вместо убытков прибыль не менее миллиона рублей.

В реализации выбранной стратегии увеличения объема прибыли важным фактором является выбор рыночной позиции: необходимо совершенствование комплекса маркетинга коммерческих организаций и их финансовой структуры, формирование: центров финансового учета и финансовой ответственности, центра финансового учета, центра финансовой ответственности; центра прибыли (профит-центр), центра затрат. Необходима концентрация управления и капитала, создание центров для осуществления стратегического управления бизнесом, выделение отдельных производств в самостоятельные бизнес-единицы, что возможно при формировании холдинговых структур. Менеджеры центра прибыли должны контролировать объем реализации объем полученной прибыли. Необходимо укрепление кадрами отдела маркетинга и поднятие его роли в определении стратегии управления.

Использованные источники:

1. Закон Краснодарского края от 29.04.2008 № 1465-КЗ (ред. от 28.11.2014) «О Стратегии социально-экономического развития Краснодарского края до 2020 года». // <http://admkrain.krasnodar.ru/>
2. Официальный сайт Росстата / <http://www.gostevushka.ru/gb/firmy/20937.html>
3. Панов А.И. Стратегическое управление коммерческими организациями / А.И. Панов, И.О. Коробейников, В.А. Панов. – М.: ЮНИТИ– ДАНА, 2015. – 302 с.
4. Курочкин В.Н. Методологические аспекты исследования вопросов управления развитием социально-экономических систем. - Вестник аграрной науки Дона. - 2010. - № 2.- С. 98-108.
5. Курочкин В.Н., Филимонова Е.В. Совершенствование методики анализа и оценки финансового положения коммерческой организации / В.Н.Курочкин, Е.В.Филимонова. - Экономика и социум. - 2014. - № 4 (13). - С. 824-834.
6. Системный подход к исследованию отраслевой экономики. – Вестник аграрной науки Дона. – 2013. – № 3 (23). – С. 84– 93.
7. Курочкин В.Н. Эффективность и надежность функционирования сложных организационных систем. – Ростов-на-Дону: Ростиздат, 2010. – 494 с.

Ширинова А.У.
студент 4 курса
институт международных отношений
Пятигорский государственный университет
Россия, г. Пятигорск

СПОСОБЫ ПРЕОДОЛЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕФОРМАЦИИ СОТРУДНИКОВ МИГРАЦИОННОЙ СЛУЖБЫ КАК ПРОФИЛАКТИКА КОНФЛИКТОВ

Статья посвящена эффективной профилактике конфликтов. В ней рассматриваются способы преодоления и предотвращения профессиональной деформации сотрудников миграционной службы. Принципиально важное место в жизни каждой отдельной личности занимает его профессиональная деятельность как особое направление социальной жизни человека и как наиболее эффективный механизм его личностного развития. Именно профессиональная деятельность личности во многом определяет и детерминирует социальное формирование человека, основные особенности его образа жизни, личностных установок и поведения. При определенных условиях, специфика профессиональной деятельности человека может вызывать развитие определенных негативных явлений в психологической структуре личности, и это может привести к деформации личности человека как таковой.

Понятие профессиональной деформации, причины и ее виды в своих работах исследовали М.В. Баробанова, Р.В. Козьяков, Л.И. Мирнова [1]. Такие смежные понятия как эмоциональное истощение, выгорание, стресс, утомление эмоциональное истощение, выгорание, стресс, утомление рассматривали О.Ф. Волочаева, И.С. Миллер, И.А. Чумак. и др. [2].

В каждой отдельной профессии можно выделить существование своего отдельного комплекса психотравмирующих факторов, которые имеют одновременно как общую для всех и единую природу, так и специфическую природу, связанную со спецификой каждой отдельной профессии. Наиболее сложные неблагоприятные поражения личности человека как работника характерны для профессий, в рамках которых преобладает система взаимодействия по типу «человек – человек», например, сотрудникам Органов внутренних дел, сотрудникам федеральной миграционной службы и других организаций [3].

Профессиональная деятельность сотрудника миграционной службы, вне зависимости от наличия широкой номенклатуры разнообразных видов исполняемой в рамках данной организации деятельности, можно отнести к профессиям, в которых повышена степень моральной ответственности за жизнь и развитие отдельных людей, широких групп населения и всего социума в целом. Перманентные стрессовые ситуации, которым работник подвергается в процессе осуществления взаимодействия со своим клиентом, а также острая необходимость постоянного понимания и осознание сути социальных проблем, с которыми сталкивается клиент, личная уязвимость и

наличие других деструктивных морально-психологические факторов оказывают негативное воздействие на психологическое здоровье сотрудника миграционной службы.

Ключевым и важным направлением работы ФМС является контроль над соблюдением режима нахождения иностранцев и лиц без гражданства, правил использования и привлечения к работе иностранных граждан, противодействие незаконной миграции [4].

Из описания деятельности миграционной службы стоит сделать вывод о том, что сама специфика деятельности весьма напряженная. Постоянное общение с людьми, не всегда говорящих на русском, может привести к созданию стрессовых ситуаций. Постоянное напряжение приводит к усталости и утомлению, что в свою очередь подвергает сотрудника к профессиональной деформации.

Основываясь на теоретических знаниях, мы хотим предложить эмпирическое исследование, которое поможет нам вывести уровень профессиональной деформации у работников в сфере миграционной службы разных возрастов и далее позволит дать ряд рекомендаций по ее предотвращению.

Главное и особое значение в диагностике профессиональной деформации сотрудников миграционной службы, состоит в вопросе правильного подбора и выбора методов получения и сбора информации, так как именно от точности и корректности информации зависит правильная постановка диагноза, выбор эффективной коррекционной работы. На основе всего изученного материала нами была разработана программа для выявления наличия профессиональной деформации у сотрудников миграционной службы и последующей коррекционной работы.

Мы провели социологический опрос сотрудников федеральной миграционной службы по Кабардино-Балкарской республике. Основной целью нашего исследования являлось определение уровня профессиональной деформации сотрудников миграционной службы и ее влияния на возникновение межличностных конфликтов, с последующим предоставлением ряда рекомендаций по ее предотвращению. Всего в исследовании приняли участие 50 человек разных возрастов. Возрастной состав членов коллектива: от 27 до 52 лет.

В результате нашего исследования было выяснено, что у большинства сотрудников профессиональная деформация развивалась путем эмоционального истощения, понижением уровня стрессоустойчивости, а так же снижением уровня адекватного реагирования на конфликтные ситуации. Часть сотрудников в силу своего небольшого стажа имели более адекватную оценку своего состояния. Профессиональная деформация у них находится на стадии формирования. По результатам эмпирического исследования можно сделать вывод о том, что сотрудники со стажем свыше 8 лет наиболее подвержены эмоциональному выгоранию, а эмоциональное выгорание является разновидностью профессиональной деформации. Поэтому следует

сказать, что сотрудники со стажем более 8 лет более подвержены профессиональной деформации, у них возникла сложность в проведении четкого разграничения между своей работой и жизнью вне работы. В течение тренинга большая часть сотрудников пришла к выводу, что часто стресс, испытываемый на работе, переносится на их семью, друзей и близких.

С учетом полученных результатов мы составили программу мероприятий, основной целью которой является определение уровня профессиональной деформации сотрудников миграционной службы и ее влияния на возникновение межличностных конфликтов, с последующим предоставлением ряда рекомендаций по ее предотвращению.

Сроки реализации программы рассчитываются на 4 дня. На проведение работы планируется отводить 2 часа. Проводить все тренинги стоит после 10.00 часов утра, на наш взгляд, это самое благоприятное время.

Первый день можно назвать просветительским. Он разделен на два этапа: теоретический и практический.

Теоретический этап включает в себя непосредственное знакомство с работниками. А именно: приветственное слово; оглашение правил работы в группе; опрос работников часто ли они конфликтуют с окружающими, сталкивались ли они вообще с понятием профессиональной деформации, задумывались ли они о том, что профессия может влиять и менять их, как они решают свои разногласия, возникающие из-за непонимания их внутреннего состояния. Данный опрос позволит разобраться в уже существующих познаниях сотрудников и поможет в выборе стратегии при разрешении конфликта, что в дальнейшем облегчит работу с сотрудниками. Так же на данном этапе сотрудникам следует заполнить анкету и тесты, предоставленные нами. Анкета позволит ознакомиться с сотрудниками поближе и определить уровень удовлетворенности работой, что в свою очередь поможет узнать психологическую атмосферу коллектива. Так же тесты позволят определить стили поведения в конфликтных ситуациях, а так же особенности характера. Оглашение результатов будет проходить на следующий день, при этом будет проходить только общая огласка результатов, тем кто заинтересовался после встречи будет уделено время для индивидуальной консультации.

Практический этап первого дня направлен на:

- развитие осознания и принятия своих чувств;
- работу с отрицательными чувствами;
- изучение эффективных способов снятия внутреннего напряжения.

Сотрудникам будут предложены упражнения на осознание своих чувств, а так же игра, которая поможет в выработке реакции на внешние раздражители.

Второй день разделен на два этапа.

Целью теоретического этапа является знакомство сотрудников с симптомами стресса, депрессии, эмоционального выгорания, утомления, а так

же рассмотрение вопросов: «Сталкивались ли сотрудники с данного вида симптомами? Возникали ли недопонимания, разногласия на почве усталости, утомления?». Так же будет проводиться разъяснение кризисов, которые возникают на разных этапах развития профессионала, что поможет сотрудникам лучше понять свое поведение и поведение окружающих, а так же разобраться в причинах конфликтов возникающих на данной почве. На данном этапе сотрудникам будет предложено пройти тест, который позволит определить уровень эмоционального выгорания.

Практическая часть второго дня будет состоять из игры, которая позволит найти выходы из ситуаций недопонимания между сотрудниками и клиентами, так же она даст возможность сотрудникам побывать на месте клиентов и осознать, что сложность и раздражение возникает не только у сотрудников. Практический этап включает в себя ряд упражнений, направленных на выяснение способов управления собственными эмоциями, снятие эмоционального напряжения, умение останавливать поток мыслей.

Теоретическая часть третьего дня направлена на рассмотрение технологий урегулирования межличностных конфликтов. В рамках занятия необходимо провести устный опрос, «какие на данный момент существуют технологии урегулирования межличностных конфликтов». Стоит наглядно отобразить основные причины возникновения конфликтов. Также в рамках данной беседы необходимо рассмотреть основные причины возникновения межличностных конфликтов между профессионалом и социумом, чтобы в дальнейшем на основе данного материала показать способы поведения человека в конфликтных ситуациях. Так же в течение данной беседы выясняются, к каким методам разрешения и предупреждения конфликта прибегают сотрудники, знают ли они о методах поведения в конфликтных ситуациях. Вывести закономерность между возникновением профессиональной деформации личности и повышением уровня конфликтов в его жизни. Так же обсудить и разобрать понимают ли сотрудники, что профессиональная деформация может привести к повышению конфликтогенности. Предложить пройти еще один тест, который поможет определить уровень стрессоустойчивости.

Целью практической части является ознакомление со способами управления межличностными конфликтами. На этом этапе проводятся упражнения, которые смогут четко показать умения эффективного поведения в конфликтных ситуациях и обучат правильному выбору эффективных стратегий разрешения межличностных конфликтов, позволяющих конструктивно решать возникающие проблемы.

Последний завершающий четвертый день направлен на формирование у сотрудников навыков эффективного подавления в себе симптомов профессиональной деформации, выработку стратегии поведения в конфликтных ситуациях. Предлагается провести устный опрос, который поможет понять степень усвоения материала, озвучить все результаты по проведенным тестированиям, озвучить выводы и подвести итоги всей

программы. Необходимо спросить мнение сотрудников о тренинге в целом.

Данный курс способствует предотвращению влияния профессиональной деформации сотрудников УФМС на возникновение межличностных конфликтов.

На основе всех результатов работы и изученного материала в целом нами были разработаны рекомендации:

1. Конкретизировать и определить долгосрочные и краткосрочные цели. Это поможет определить рамки действий человека, что в значительной степени повысит долгосрочную мотивацию. Достижение краткосрочных целей повысит уровень самовоспитания.

2. Использовать «тайм-ауты». Для того, чтобы обеспечить физическое и психическое благополучие необходимо периодически брать «тайм-ауты», т.е. отдыхать от работы и иных нагрузок.

3. Овладеть умениями и навыками саморегуляции. К примеру, определение настоящих целей может помочь при сбалансировании профессиональной деятельности и личной жизни.

4. Развивать профессиональные качества и стремиться к самосовершенствованию.

5. Избегание ненужной конкуренции. Но слишком высокий уровень конкуренции на рабочем месте может привести к ухудшению здоровья сотрудников, создает напряжение и тревогу.

6. Эмоциональное общение. Если у сотрудника есть возможность высказаться и проанализировать собственные чувства и эмоции, то в это в значительной мере приведет к вероятности снижения "выгорания".

7. Поддержание хорошей спортивной формы. Между телом и разумом существует тесная взаимосвязь.

Подводя итоги всему вышесказанному, следует указать на то, что нам удалось изучить профессиональную деформацию сотрудников миграционной службы; выявить ее причины; рассмотреть виды реагирования на конфликтные ситуации; выявить выбранные сотрудниками стратегии поведения в конфликтных ситуациях и научить направлять любой конфликт в позитивное русло, чего можно добиться только при признании своей деформации и умении предотвратить ее. Предложенные нами рекомендации способствует снижению влияния профессиональной деформации сотрудников УФМС на возникновение межличностных конфликтов.

Использованные источники:

1. Баробанова, М.В. Изучение психологического содержания синдрома «эмоционального сгорания»// Вестник МГУ - сер.14, Психология. – 2012. – №1. – С.23-42; Козьяков, Р.В. Психофизиология профессиональной деятельности. Краткий конспект лекций / Р.В. Козьяков. – М.: Директ-Медиа, 2013; Мирнова, Л.И. Профессиональная деформация сотрудников органов внутренних дел как одна из причин нарушения им прав и свобод человека в ходе осуществления судебной деятельности // Следователь. – 2011. – №8 – С.45 -58.

2. Волочаева О.Ф., Косов Г.В., Рахно Н.В., Соловьева Е.А. Политические процессы в контексте геоинформационной парадигмы: механизмы, векторы развития. – Ставрополь, 2012; Миллер, И. С. Студент как субъект конфликта: некоторые прикладные следствия анализа картины студенческой саморефлексии / И. С. Миллер // Общество: социология, психология, педагогика. – 2015. – № 1. – С. 23-28; Миллер И.С., Константинова А.С., Чекменев Д.С., Чумак И.А. Студент как субъект конфликтов в сфере высшего образования. – Ставрополь: Ставролит, 2014.
3. Безносков, С.П. Профессиональная деформация личности / С.П. Безносков. – СПб.: Речь, 2011. – 242 с.
4. Задачи и функции УФМС России по Кабардино-Балкарской Республике [Электронный ресурс] // Управление ФМС России по Кабардино-Балкарской республике. – Электрон. дан. – Режим доступа: https://07.fms.gov.ru/about/Zadachi_i_funkcii_UFMS_Rossii_po_Kabardi

Шоломицкий Д.Ю.
магистрант
Петрукович Н.Г., к.э.н.
научный руководитель, доцент
Полесский государственный университет
Республика Беларусь, г. Пинск

ПРОЦЕНТНЫЙ СВОП КАК ИНСТРУМЕНТ ХЕДЖИРОВАНИЯ ПРОЦЕНТНОГО РИСКА БАНКА

Наличие у банка открытой позиции по процентному риску означает, что активы и обязательства, чувствительные к изменению процентных ставок, не совпадают. При такой структуре баланса банк может понести потери процентной прибыли из-за неблагоприятного движения процентных ставок на рынке. В случае совпадения таких активов и обязательств позиция была бы закрытой, т.е. у банка отсутствовал бы процентный риск[1].

Например, если кредитный портфель банка на сумму 1 млрд. долл. США сформирован из кредитов с плавающей ставкой (привязка к 3-месячной ставке LIBOR в долл. США), а ресурсами являются привлеченные средства банков-нерезидентов на сумму 600 млн. долл. США с привязкой к 3-месячной ставке LIBOR и депозиты клиентов на сумму 400 млн. долл. США с фиксированной ставкой, то банк имеет открытую позицию по процентному риску на сумму 400 млн. долл. США. В таком случае уменьшение процентных ставок на 1 процентный пункт приведет к недополучению процентной прибыли на сумму 4 млн. долл. США за год.

Следовательно, для устранения или уменьшения риска банку необходимо полностью или частично закрыть позицию. Это можно сделать как при помощи непосредственного управления балансовыми активами и пассивами (on-balance sheet adjustment), так и при помощи управления внебалансовыми позициями (off-balance sheet adjustment), или хеджирования.

Хеджирование предполагает открытие противоположной позиции для

компенсации рисков. Хеджирование, как правило, связывают с инструментами срочного рынка (производными финансовыми инструментами, или деривативами).

Инструментами хеджирования процентного риска могут являться процентные свопы (interest rate swap, или IRS), процентные фьючерсы и форварды (futures/forward rate agreement, или FRA), опционы.

Рассмотрим подробнее механизм процентных свопов.

Процентный своп – производный финансовый инструмент в форме соглашения между двумя сторонами об обмене денежными потоками в будущем (замена одной формы процентных платежей на другую)[2]. На практике такие платежи неттингуются и одна из сторон выплачивает разницу указанных выше платежей, то есть делается только один платёж, а не два встречных.

Сделка своп является гибким инструментом, который можно настраивать под нужды участников сделки.

Распространены следующие типы процентных свопов:

fixed – for – floating, или фиксированная ставка на плавающую (в одной или двух валютах);

floating – for – floating, или плавающая ставка на плавающую (в одной или двух валютах);

fixed – for – fixed, или фиксированная ставка на фиксированную (только в двух валютах).

Объектом хеджирования может выступать как одна конкретная сделка (например, банк может застраховаться от риска увеличения процентных платежей по крупному депозиту или выпущенной облигации с плавающей ставкой, если заключит процентный своп, по которому будет выплачивать фиксированные платежи и получать плавающие), так и портфель активов или обязательств (например, имея портфель депозитов физических лиц с фиксированной ставкой и прогнозируя снижение процентных ставок на финансовом рынке, банк может заключить процентный своп, по которому будет выплачивать плавающие платежи и получать фиксированные).

Вернемся к примеру, рассмотренному ранее. Предположим, что в данной экономической ситуации банк не может спрогнозировать движение процентных ставок в будущем и решает полностью исключить процентный риск. Для этого банк может заключить процентный своп *fixed – for – floating* в долларах США на условную сумму 400 млн. (платежи будут рассчитываться от этой условной суммы), по которому – с одной стороны – он будет совершать в пользу контрагента по сделке платежи по плавающей ставке (с привязкой к 3-месячной ставке LIBOR в долларах США) и – с другой – будет получать от контрагента фиксированные платежи по установленной в момент совершения сделки ставке. Таким образом с точки зрения процентных платежей банк добьется полного совпадения активов и обязательств, чувствительных к изменению ставок, тем самым нивелируя процентный риск.

Хеджирование процентного риска посредством производных

финансовых инструментов – достаточно распространенная практика риск-менеджмента в развитых финансовых системах.

Преимуществом хеджирования процентного риска свопом является то, что таким способом открытую позицию по риску можно быстро откорректировать или закрыть, в отличие от непосредственного управления активами и обязательствами (изменение кредитной или процентной политики, реструктуризация кредитных и депозитных портфелей), на что может потребоваться время. Оперативное управление процентным риском посредством заключения процентных свопов позволит банку поддерживать уровень процентного риска в соответствии с его риск-профилем и в случае необходимости корректировать уровень риска.

Использованные источники:

1. Грюнинг Х. ван, Брайович Братанович С. Анализ банковских рисков. Система оценки корпоративного управления и управления финансовым риском / учеб. пособие: перевод с англ. Тагипбекова К.Р. – М.: Издательство "Весь мир", 2007. – 304 с.
2. Джон К. Халл. Опционы, фьючерсы и другие производные финансовые инструменты. – 6-е изд. – М.: Издательский дом "Вильямс", 2008. – 1044 с.

*Шуфлинская В.А.
магистрант 2 курса
Тюменский государственный университет
Финансово-экономический институт
Россия, г. Тюмень*

ИССЛЕДОВАНИЕ СТРАТЕГИЙ НАЙМА ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН

В статье рассматриваются основные стратегии, применяемые японскими и американскими организациями при найме персонала. Найм персонала является одним из ключевых моментов в управлении персоналом. От качества кадров напрямую зависит деятельность организации.

Ключевые слова: найм, персонал, организация, управление персоналом, стратегия найма

*Shuflinskaya V.A.
2nd year undergraduate Tyumen State University
Financial-Economic Institute
Russia, Tyumen*

RESEARCH STRATEGIES EMPLOYMENT OF FOREIGN COUNTRIES

The article discusses the main strategies used by Japanese and American organizations in the recruitment of staff. Recruitment is one of the key moments in human resource management. The quality of staff is directly related activities of the organization.

Keywords: recruitment, staff, organization, personnel management, recruitment strategy

Изучение национального менеджмента зарубежных стран – это

освоение уникального опыта, с возможностью применения его в дальнейшем в других странах и компаниях.

Способом совершенствования системы управления персоналом в целом и найма в частности, является исследование зарубежного управленческого опыта и применение его в своей организации.

Одной из самых эффективных систем менеджмента в мире признана японская модель, приоритетным направлением которой является работа с людьми. Японская модель заложила следующий принцип в систему найма персонала: главная ценность организации – человеческие ресурсы. Отбор их – тщательный, а отношение – бережное. Также японская модель имеет второе название – «модель пожизненного найма». Основная идея следующая: предприятие – семья, и при найме сотрудника оно приобретает нового члена семьи. Но и от сотрудника требуется, чтоб он стал достойным членом этой семьи, усвоил ее основные ценности и приоритеты. В системе нет жесткого характера руководства, оно имеет в основном рекомендательный характер, строится на самомотивации.

Одна из основных концепций японского менеджмента – человек работает в одной организации на протяжении всей жизни. Данная концепция заимствована из американского менеджмента, но в Японии она работает благодаря национальному менталитету. Японцы постоянно совершенствуют свой кадровый менеджмент, перенимая опыт у других стран и самостоятельно.

В японской системе также используется определенный порядок найма: сотрудник проходит испытательный срок, подготовку к основной службе, ротацию. В течение испытательного срока (2-3 года, в некоторых организациях 8 – 10 лет) выявляется степень ценности диплома учебного заведения, происходит период адаптации и ориентации сотрудника в делах компании. По истечению испытательного срока происходит зачисление на работу. Также, в Японии очень поощряется создание трудовых династий – прием на работу детей и близких родственников сотрудников. Широко используется наем по рекомендации (около 45% всех работников). Человек, давший рекомендацию о найме, несет ответственность за работу своего подопечного. Отбор кандидатов на управляющие должности обычно происходит за счет внутренних источников фирмы [4]

Еще одна четко структурированная система найма персонала – американская. В Америке при приеме на работу потенциальные кандидаты проходят тестирование, разработанное каждым предприятием в зависимости от специфики работы. Каждая фирма разрабатывает свои критерии отбора и найма персонала. После приема работник проходит период адаптации – изучение работником его обязанностей, знакомство с организационной культурой фирмы и ее деятельности в целом.

Американские фирмы высоко ценят в своих сотрудниках такое качество, как деловитость. Деловитость – это умение вести дело, активность, толковость, предприимчивость в работе. Также она характеризуется

настойчивостью, целеустремленностью, стремлением к выгоде. Именно на это качество направлено основное внимание кадровой службы при приеме на работу в Америке [4].

Американские предприятия отличаются тем, что каждая должность точно определена, и задача кадровых служб – найти максимально подходящего для данной должности человека. В США не выделяют внешние или внутренние источники найма, поэтому большое внимание уделяется общей специализации работника. В отличие от Японии, существует мобильность кадров, ошибочно нанятые сотрудники исправляются увольнениями и заменами.

Использованные источники:

1. Дуракова И.Б. Методология и опыт отбора персонала при найме: Автореф. дис. док. эк. наук. — Москва, 2000. — 18 с.
2. Потемкин, В.К. Управление персоналом - СПб.: Питер, 2010. – 432 с.
3. Модели менеджмента Электронный ресурс Режим доступа: <http://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/modeli-menedzhmenta.html>
4. Особенности и основные черты японской системы менеджмента Электронный ресурс Режим доступа: http://de.ifmo.ru/bk_netra/page.php?dir=1&tutindex=3&index=12&layer=2

Шуфлинская В.А.

магистрант 2 курса

Тюменский государственный университет

Финансово-экономический институт

Россия, г. Тюмень

СОВРЕМЕННЫЕ СТРАТЕГИИ НАЙМА ПЕРСОНАЛА В РОССИЙСКИХ ФИРМАХ

В статье рассматриваются основные стратегии, применяемые российскими организациями при найме персонала. Найм персонала является одним из ключевых моментов в управлении персоналом. От качества кадров напрямую зависит деятельность организации.

Ключевые слова: найм, персонал, организация, управление персоналом, стратегия найма

Shuflinskaya V.A.

2nd year undergraduate Tyumen State University

Financial-Economic Institute

Russia, Tyumen

CURRENT STRATEGY THE RECRUITMENT OF RUSSIAN FIRMS

The article discusses the main strategies used by Russian companies when hiring staff. Recruitment is one of the key moments in human resource management. The quality of staff is directly related activities of the organization.

Keywords: recruitment, staff, organization, personnel management, recruitment strategy

Эффективность деятельности любой организации определяет

качественно подобранный штат сотрудников. Качество человеческих ресурсов предприятия, их вклад в достижение целей организации, качество производимой продукции и оказываемых услуг зависит от того, насколько эффективно работает служба по найму персонала.

Следует выделить основные стратегии найма на российских предприятиях:

1. Компании подбирают лучших для себя молодых специалистов и начинают инвестировать средства в их человеческий капитал, создавая для себя будущий менеджерский состав. Такая стратегия является очень затратной, но результаты при успехе её реализации, можно считать наиболее удачными. Эта стратегия популярна среди крупных корпораций, в большинстве случаев западных, склонных к инвестированию в инновации и человеческий капитал персонала.

Для реализации этой стратегии компании также могут обращаться к посредникам на рынке труда. Компании этого сегмента обеспечивают знакомство работодателей и студентов, занимаясь организацией ярмарок вакансий в университетах, бизнес-кейсов, турниров. В настоящее время карьерные мероприятия на базе вузов – один из наиболее эффективных каналов поиска и привлечения выпускников на стажировки и постоянные рабочие места в компании. С развитием интернет – технологий все большую популярность набирает поиск кандидатов через различные порталы, созданные для помощи в трудоустройстве и заполнении вакансий. С развитием сети Интернет существенно снижается асимметрия на рынке труда, так как вся актуальная информация о вакансиях и кандидатах доступна в любой момент времени.

2. Самостоятельный поиск кандидатов с использованием базы резюме и/или площадки для размещения вакансии. Предприятие платит определенную сумму денег и получает доступ к полной базе резюме, из которой силами внутренних рекрутеров можно выбрать подходящих кандидатов. Это наиболее распространенный канал поиска сотрудников в силу своих простоты и удобства. Эффективность поиска через Интернет-ресурсы напрямую зависит от квалификации кадровых специалистов в компании и уникальности позиции. Учитывая текущую ситуацию на рынке труда, интернет - источники и самостоятельный поиск будут наиболее актуальны при заполнении позиций уровня специалистов среднего звена и административного персонала (ассистенты, секретари). С развитием экономики на рынке труда начали появляться новые игроки – кадровые агентства, коммерческие организации, которые предлагают свои услуги по поиску и подбору кандидатов. На сегодняшний день на российском рынке присутствует великое множество компаний, предоставляющих услуги по поиску и подбору персонала. Большинство из них – небольшие агентства, как правило, узкоспециализированные либо в какой-то области, либо в подборе специалистов определенного уровня и квалификации. Отдельный сегмент – это компании занимающиеся поиском высококвалифицированных

сотрудников в узких отраслях: производственный сектор, финансовый сектор и т.п. Такие компании работают на рынке за счет своей глубокой экспертизы: как правило, консультанты в этих компаниях имеют значительный опыт работы непосредственно в бизнесе и говорят с заказчиком на одном языке. Кадровые агентства существуют за счет того, что они могут за достаточно небольшое время предложить компаниям-клиентам целый список кандидатов, удовлетворяющих требованиям к позиции. Эти преимущества достигаются за счет того, что для агентства поиск кандидатов – это основной вид деятельности. В агентствах, как правило, существует база кандидатов, что позволяет проводить всего одно первичное интервью для оценки соответствия кандидата сразу всем имеющимся вакансиям. Рекрутинговые агентства часто помогают кандидатам подготовиться к интервью у работодателя, иногда проводят специализированные семинары и тренинги по поводу того, как вести себя на собеседовании и как правильно отвечать на вопросы. Еще один вид деятельности рекрутинговых компаний – это аутсорсинг персонала. Работники заключают трудовой договор с рекрутинговым агентством, все «тяготы» работы с персоналом от приёма на работу и выплаты заработной платы до увольнения ложатся на плечи рекрутинговых агентств, хотя по факту сотрудники каждый день приходят на работу и выполняют свои обязанности в компании-заказчике. Эта схема кажется достаточно удобной для вывода за штат непрофильных отделов, для упрощения работы «домашним» HR-менеджерам. Иногда аутсорсинг используют для улучшений статистических показателей – ведь если среднесписочная численность становится меньше, все показатели в расчете на одного сотрудника растут, оставаясь в абсолютном выражении неизменными. Обращение в рекрутинговые агентства – еще одна довольно популярная на российском рынке труда стратегия найма персонала. Конечно, не стоит забывать о таком важном канале поиска работы, как социальные связи. Примерно 15-20 лет назад на работу принято было устраиваться через распределение или «по блату». Можно предположить, что с распространением Интернета и появлением множества самых разных посредников на рынке труда эти практики будут слабеть и оставаться в прошлом. Но, согласно наблюдениям, люди старшего возраста всё ещё ищут работу по рекомендациям знакомых или через государственную службу занятости. Социальные связи как канал поиска сотрудников все ещё актуален для небольших организаций, которые не располагают значительными бюджетами, и для компаний государственного сектора, в которых и средний возраст сотрудников выше и ментальность, сохранившаяся с советских времен, так и не переросшая в зрелую корпоративную культуру. Можно выдвинуть предположение о том, что обращение в государственную службу занятости в качестве канала поиска сотрудников чаще будут 30 использовать предприятия государственного сектора и предприятия, основанные во времена Советского Союза. При массовом подборе низкоквалифицированного персонала самым эффективным каналом поиска до сих пор остаются рекламные объявления в СМИ, специализированных

газетах или, в буквальном смысле слова, на фонарных столбах. Такой способ поиска является обычным для крупных производственных компаний, открывающих новые фабрики и заводы вдали от крупных областных центров, градообразующих предприятий. Основное преимущество этого канала поиска – охват максимальной целевой аудитории в рамках той или иной территории. Резонно предположить, что использование печатных объявлений напрямую зависит от размеров компании: чем больше в компании сотрудников и вакансий, тем охотнее компании будут печатать объявления о своих позициях в бумажных источниках. Еще один значимый сегмент на рынке труда – это консалтинговые компании в сфере HR. Данные компании занимаются оценкой и диагностикой системы управления человеческими ресурсами, предлагают своим клиентам эффективные решения по реструктуризации и повышению эффективности управления человеческими ресурсами во всех сферах от найма и развития до увольнения персонала. Эти компании специализируются на проектах, связанных с проектированием архитектуры корпоративных и государственных информационных систем от разработки и внедрения до последующего сервисного обслуживания. В них не развит HR-консалтинг как таковой. В этих компаниях нет наработок по оценке и развитию персонала. Высокие показатели выручки по направлению HR-консалтинг объясняются тем, что при внедрении информационных систем различные виды и функции таких систем расписываются по разным статьям доходов. В HR сектор идут все системы, оптимизирующие учёт персонала, учёт найма и увольнения, электронные системы рейтингования сотрудников, необходимые для формирования кадрового резерва и карьерного планирования. Эти компании не являются HR-консалтинговыми в традиционном понимании этого термина. За последние 20 лет на российском рынке труда появилось множество новых инструментов привлечения персонала разного уровня. Компании-посредники создали и заполнили свою нишу на рынке, предлагая клиентам качественно новый подход к найму персонала. Стратегическое управление человеческими ресурсами в России находится на этапе своего становления и стремительно развивается. Компании начинают понимать, что эффективные стратегии привлечения персонала дают конкурентное преимущество и позволяют достигать лучших результатов. Конечно, всё имеет свою цену, и эффективное управление человеческими ресурсами также подразумевает, что компании несут определенные издержки, но ожидаемые выгоды от мотивированной и лояльной рабочей силы с лихвой могут их компенсировать. Следует отметить, что до переходного периода рынок труда в России был достаточно однороден, этому способствовала плановая экономика. Проблемы как таковой не возникало: образование, полученное в техникуме или вузе, полностью отвечало требованиям работодателя. В транзитивном периоде проблема соответствия уровня квалификации выпускников учебных заведений и структуры вакансий впервые начала проявляться. Часто можно услышать суждения о том, что вузы готовят не тех специалистов, что в России слишком

много дипломированных юристов и экономистов, в то время как рынок труда испытывает острую нехватку инженеров. На российском рынке труда существует несоответствие между структурой специальностей образования работников и структурой рабочих мест. И дело вовсе не в том, что образовательные учреждения готовят «не тех специалистов». На практике получается так, что обладатели инженерных и технических специальностей просто не могут найти применения своему образованию. На сегодняшний день в России не так много исследований, посвященных стратегическому управлению человеческими ресурсами и стратегиям найма персонал в частности. Прежде всего, это обусловлено рядом трудностей, возникающих на этапах сбора данных и операционализации понятий. Российский рынок труда сильно гетерогенен. Ситуация в разных регионах может отличаться кардинально. Даже внутри одного региона предприятия сильно дифференцированы. И даже внутри одного предприятия рабочие места нельзя назвать однородными. Также и кандидаты, и сотрудники достаточно сильно различаются по своим характеристикам, что усложняет проведение эмпирического анализа. Авторы отмечают, что проблема дефицита рабочей является достаточно значимой. Стратегии найма персонала российскими предприятиями достаточно разнообразны, и сильно варьируются в зависимости от отрасли и организационно-правовой формы предприятия. Три наиболее распространенных канала найма на российском рынке труда – это личные связи, связи с вузами и связи с профессиональными ассоциациями. Данные исследований подтверждают гипотезу о зависимости выбора каналов найма персонала от экономического положения предприятия: «чем лучше экономическое положение предприятия, тем большим спектром каналов рекрутирования пользуются работодатели и тем чаще они обращаются в рекрутинговые агентства». Среди исследований, так или иначе имеющих отношение к стратегиям найма персонала российскими предприятиями, можно выделить пласт литературы, посвященной проблеме выбора между внешним поиском и подбором сотрудников и инвестициями в дополнительное образование как альтернативной стратегии найма персонала. По оценкам Всемирного Банка 52,5% Российских предприятий инвестировали в человеческий капитал своих сотрудников. Для сравнения в тот же период в Чехии и Эстонии порядка 70% предприятий инвестировали в дополнительное профессиональное образования своих сотрудников, минимальные объемы обучающихся предприятий зафиксированы в Азербайджане (10,5%), Непале (8,8%) и Индонезии (4,7%). Согласно данным исследования работодатели в России отдают предпочтение внутреннему найму и обучению сотрудников перед внешним поиском и подбором в соотношении В России в 2002 году процент компаний, инвестирующих в обучение своих сотрудников, составлял 55,4%, к 2005 году сократился до 37% и с тех пор постоянно возрастал. Интерес к проблемам инвестирования в дополнительное образование возрастает в периоды различного рода институциональных преобразований и экономических трансформаций. Именно поэтому исследования на тему

обучения сотрудников и инвестиций в человеческий капитал в России начали появляться именно в период перехода к рыночной экономике. Вопросы найма стали интересовать российских ученых значительно позже. С одной стороны, в периоды высокой безработицы и избытка предложения труда фирмам было проще находить подходящих кандидатов для заполнения вакансий. С другой – до недавнего времени в России не проводились опросы предприятий, и не было данных, на которых можно было оценить стратегии компаний, посчитать выгоды и издержки, связанные с поиском и подбором персонала. Российские исследователи впервые обратили свое внимание на вопросы переобучения и поиска работы в период трансформации российской экономики. Институциональные изменения при переходе к рыночной экономике затронули практически все сферы экономической деятельности государства, в том числе и рынок труда. Появилось много новых рабочих мест, требующих новых квалифицированных специалистов, в то время как старые рабочие места закрывались. Работникам в этот период приходилось получать дополнительное образование, чтобы успеть за стремительно меняющейся экономикой. В своём исследовании они делят образование на переквалификацию и повышение квалификации. Результаты исследования показывают, что переквалификация увеличивает межфирменную мобильность работника, но из-за высокой неопределенности переходной экономики зафиксирована достаточно высокая вариация заработной платы, что приводит к снижению уровня инвестиций в дополнительное образование по новой специальности. В ходе исследования было выявлено, что внутри заданного уровня образования наблюдается существенная вариация отдачи на специализацию образования. Работа демонстрирует положительную оценку современным рынком труда среднего и высшего профессионального образования в области экономических, юридических и технических знаний как для мужчин, так и для женщин. Год получения диплома оказался статистически незначим, и поэтому нельзя утверждать, что «старые» дипломы систематически хуже «новых», или наоборот. Авторы объясняют такие результаты тем, что в силу особенностей системы образования дипломы экономических, юридических и технических специальностей получают более способные индивиды. Среди позитивных влияний различных программ дополнительного профессионального образования работодатели отмечают снижение текучести квалифицированных кадров, увеличение сети контактов предприятия с партнерами и инвесторами, улучшение динамики роста предприятия. Результаты исследования выявляют важность и полезность полученных знаний в работе персонала. Авторы отмечают резкое развитие института корпоративных университетов в 1990-е и 2000-е годы в России. Проведенный анализ литературы позволяет сделать вывод о том, что на российском рынке труда крайне редки исследования, в которых обсуждается поведение фирм при поиске и подборе персонала. Отчасти это может быть объяснено нехваткой данных по российским предприятиям - зарубежные исследователи обладают более разнообразными и обширными базами

данных. Именно работы зарубежных авторов позволяют строить предположения и выдвигать гипотезы о поведении фирм.

Использованные источники:

1. Дуракова И.Б. Методология и опыт отбора персонала при найме: Автореф. дис. док. эк. наук. — Москва, 2000. —18 с.
2. Потемкин, В.К. Управление персоналом - СПб.: Питер, 2010. – 432 с.
3. Федорова, Н.В. Управление персоналом организации – М.: Кнорус, 2010. – 512с.
4. Шацкая, И.А. Кадровая политика предприятия, переживающего кризис // Человек и труд. – 2007. - № 2. - С. 53-56.
5. Елена Яхонтова: Стратегическое управление персоналом. – М.: Дело, 2013. - 384с.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ И КОММУНИКАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

*Zharlykasov B.J. master
Abatov N.T. PhD, Associate Professor
A. Baitursynov Kostanai State University
Kazakhstan, Kostanay*

SOFTWARE MODEL OPEN COMPUTING LANGUAGE

Annotation

The article discusses the basic principles of design in accordance with the standard OpenCL 1.1. Without going into too much at this level of presentation details are 4 models on which standard holds: platform model, the execution, the memory model and programming model. The article is not given a single line of code, since the goal - only to introduce the reader into the world of the development on the OpenCL, highlighting various aspects of its design.

Keywords: OpenCL, CPU, GPU, DSP, CUDA

OpenCL is worth considering after realizing what a hardware and software architecture CUDA, because CUDA - this is a de facto standard, and OpenCL - it is still a new standard that is designed to develop a variety of applications for heterogeneous systems.

In OpenCL programming model based on the concept of core (kernel). Core - a function that will be executed in parallel on the accelerator certain number of threads. Kernel programmer defined as functions on some extension of the C language. Creating core is divided into several stages, each of which corresponds to the appropriate function call OpenCL on the CPU. In the beginning you want to convert the source code of one or more nuclei, given as a string array in OpenCL-program, then the resulting program should be compiled for your device [1]. After compiling OpenCL - program from it can be obtained kernel functions corresponding to its source code.

To run the kernel on the accelerator you must specify its arguments. Core arguments can be either scalar values and address buffers in memory accelerator. Since, in general, the accelerator has no direct access to the memory of CPU cores are working with addresses in the memory of the accelerator. OpenCL provides a mechanism for allocating memory buffers on the accelerator and the exchange of data between memory and CPU accelerator.

Run the desired engine is carried out by calling the library OpenCL on the CPU. Accelerator, which will run the kernel, is given command queuing, which passed a request to perform kernel.

Platform model gives a high level description of a heterogeneous system.

The central element of this model is the notion of the host - the primary device that controls the OpenCL - performs all calculations and user interaction. Host is always present in a single copy, while OpenCL - devices that run OpenCL - instructions can be presented in the plural. OpenCL - the device can be CPU, GPU,

DSP or any other processor in the system, the system supports the establishment of OpenCL - drivers.

OpenCL - the device is logically divided into a model to compute units [2, 3], which in turn are divided into processing elements. Calculations on OpenCL - devices actually occur in the processing elements. In Figure 1 schematically depicted OpenCL - of the platform 3 devices.

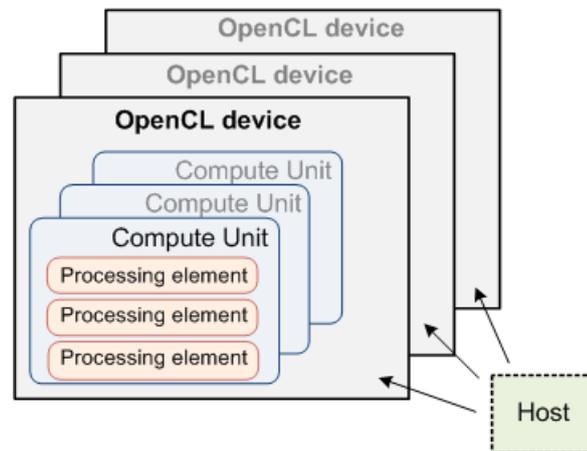


Figure 1. Logical device OpenCL

Execution model describes an abstract representation of how instruction streams are executed in a heterogeneous system.

The kernel is created in the host program and then using a special command is queued for execution in one of the OpenCL devices. During the execution of said instruction OpenCL Runtime System creates integer index space, each element of which is called the global identifier (global ID). Each instance of the kernel is done separately for each value of a global identifier . Engine instance is called work-item. Thus, each work-item is uniquely identified by its global identifier .

A plurality of work-item is divided into groups . Such a group is called a work-group. With each work-group referenced by its unique identifier (work-group ID). All work-item in a work-group uniquely identified within its group number : local ID. Thus, each work-item is defined as by a unique global ID or by a combination of work-group ID and local ID within their group .

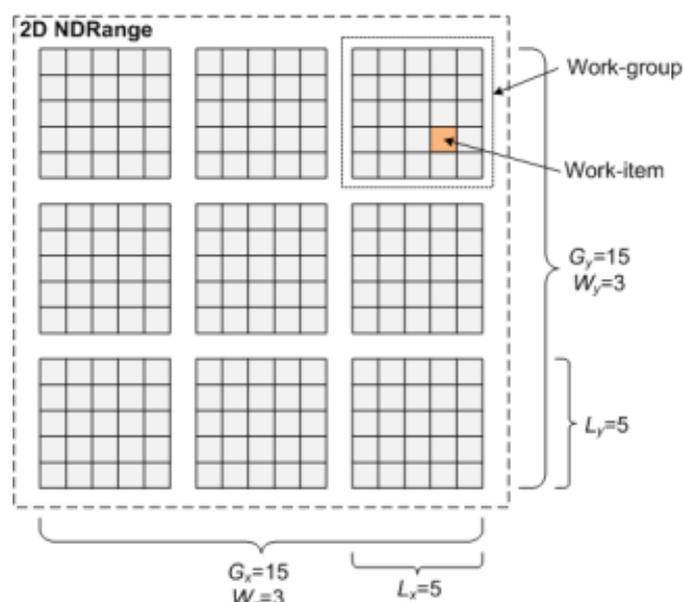


Figure 2. Example two-dimensional NDRange

All work-item within a work-group are executed in parallel processing elements on a single computing unit OpenCL-device. This is guaranteed by the standard, while absolutely no guarantee that a few work-item from different groups are performed in parallel. This important property of parallelism should always remember when developing OpenCL-programs. Space indexes N-dimensionally and commonly called NDRange. In the case of the standard version OpenCL 1.1 dimension N takes the values 1,2 or 3. Thus, the grid coordinates global ID and local ID N-dimension, ie, N coordinates are determined.

An illustrative example of a two-dimensional NDRange, shown in Figure 2, where G_x и G_y - by global identifiers, W_x и W_y - number of groups, a L_x и L_y - number of local identifiers in NDRange. Another important concept model of computation is the context, the definition of which (by calling special functions OpenCL API) is the first task OpenCL-application. Context determines the runtime cores, which includes the following components: the device core, program objects (program objects, source and executable code for future cores), memory objects.

If you draw a line between the CUDA and OpenCL and ask the obvious question that plagues many novice developers. And what actually better CUDA or OpenCL and answers may not be quite so straightforward. For starters, you can conduct a test, based on the simulation will be based on the evolution of the particle system. The result will be displayed as a number of FPS (frames per 1 second), but in this case the display will be turned off and FPS, will mean the number of iterations in one second. Thus the result is obtained as shown in Table 1.

Table 1. Comparative analysis

number of particles	OpenCL FPS	CUDA FPS
2048	2147.2	2698.9
4096	883.3	1172.33
8192	348.21	501.67
16384	117.1	183.14

Before you jump to conclusions directly test, it should be noted that the test

was done using the NVidia GeForce GTX 650Ti with updated drivers (relevance February 2014 - not a beta version), the characteristics of the graphics card have been exposed to a minimum.

Now directly to the results. This test was won by CUDA, which was not surprising, since CUDA is by far the best product in this area, but this does not mean that you should not use OpenCL. Already at this stage it is worth noting that because OpenCL also shows good results, and this can only mean one thing - the leader CUDA present opponent (in fact he is not one), which seeks to become a leader in this sector. And in the future, these aspirations must bring new fruit development as another performance boost.

Literature:

1. Munshi A., Gaster B., Mattson T, Fung J., Ginsburg D., OpenCL Programming Guide, Издательство: Addison-Wesley Professional, 2011 г. – 648 с.
2. Spinellis D., Code Reading: The Open Source Perspective, Издательство: Вильямс, 2004 г. – 528 с.
3. Кормен Т. Х., Лейзерсон Ч. И., Ривест Р. Л., Штайн К. Алгоритмы: построение и анализ, 2-е издание.-М.: Изд.дом "Вильямс", 2005 г. – 736 с.

Абатов Н.Т., к.ф-м.н.

доцент

Дациева Р.М.

студент

специальность Информационные системы

КГУ имени А. Байтурсынова

Казахстан, г. Костанай

РАЗРАБОТКА ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖЕРА СТРАХОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация: В данной статье приводится описание создание программного продукта для автоматизации деятельности менеджера страховой организации. Данный программный продукт позволяет: сократить временные затраты на работу с данными, заметно упростить документооборот, повысить производительность труда, обеспечить повышение достоверности информации, повысить степень защиты информации.

Ключевые слова: Автоматизация, информационная система, база данных, хранение, справочник, программный продукт.

Информационная система разработана с целью улучшения производительности труда в страховой организации. Основой программного продукта является удобное хранение данных, его обеспечивает база данных, разработанная в Microsoft SQL Server. База данных содержит структурированные таблицы, связанные между собой по смыслу. Таблицы, в свою очередь, содержат ячейки данных, поля, которые хранят всю необходимую информацию.

Правильная система построения таблиц и их структура позволяет быстро и беспрепятственно найти пользователю всю необходимую информацию, сортировать, добавлять и редактировать ее. Для реализации поставленной задачи предметная область была разбита на семь информационных объектов. Для удобного хранения данных компании и успешной работы приложения, в базе данных создаются специальные информационные объекты – справочники.

Важной составляющей процесса программирования и поддержания работы программного продукта являются процедуры и функции. Поэтому именно на них следует акцентировать внимание.

```
Процедура расчета тарифа.  
n := strtofloat(edit1.Text);  
if (n<Table1min_tarif.AsFloat) then  
  ShowMessage('Тариф не должен быть меньше минимального  
страхового тарифа!');  
if (n>Table1max_tarif.AsFloat) then  
  ShowMessage('Тариф не должен превышать максимального страхового  
тарифа!');  
Процедура изменения данных  
tblF.Last;  
edit2.Text := TblFid.AsVariant;  
tblF.Insert;  
if edit2.Text="" then  
  TblFid.Value := 1;  
if edit2.Text<>"" then  
  TblFid.Value := strtoint(edit2.Text)+1;  
tblFdatavremya.Value := now;  
tblFsobitie.Value := 'Добавлена/изменена запись о страхователе  
(физическое лицо) с кодом '+ floattostr(TblMid_str_fiz.value) + ' ---> ' +  
TblMfam.value + TblMimya.Value + TblMotch.Value;  
tblF.Post;
```

Руководство пользователя

Поле запуска программы на экране отображается первая форма программы. Данное окно предназначено для авторизации пользователя в системе. При успешной авторизации, пользователь входит в систему, настроенную под его права и перед ним открывается главная форма программы. Для администратора она выглядит следующим образом (рисунок 1):

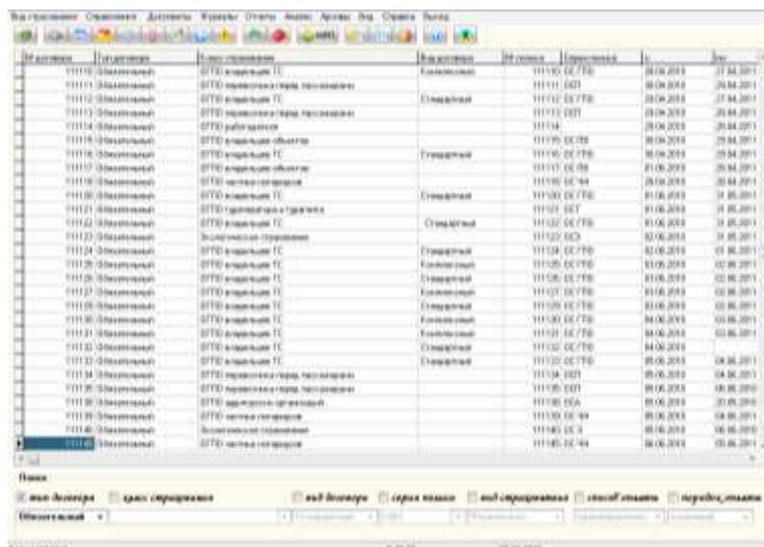


Рисунок 16. Главная форма администратора

Справочники

Для просмотра справочника необходимо выбрать пункт меню «Справочники», он содержит в себе 10 пунктов и позволяет вывести на экран, необходимый для пользователя, справочник. Справочник «Сотрудники» используется для хранения данных по сотрудникам организации.

Форма «Сотрудники» содержит: строку меню, панель быстрого доступа, таблицу с данными сотрудников, область для выбора критериев, по которым будет проводиться фильтрация, панель поиска и сортировки информации. При удалении сотрудника из базы, его данные перемещаются в архив. Для формирования отчетности, программный продукт имеет функцию экспорта данных в книгу Microsoft Excel. Добавление нового сотрудника происходит с помощью формы «Регистрация нового сотрудника».

Имеется возможность заключения нового договора. Оформление договора обязательного страхования гражданско-правовой ответственности владельцев транспортных средств происходит с помощью формы, отображенной на рисунке 2.

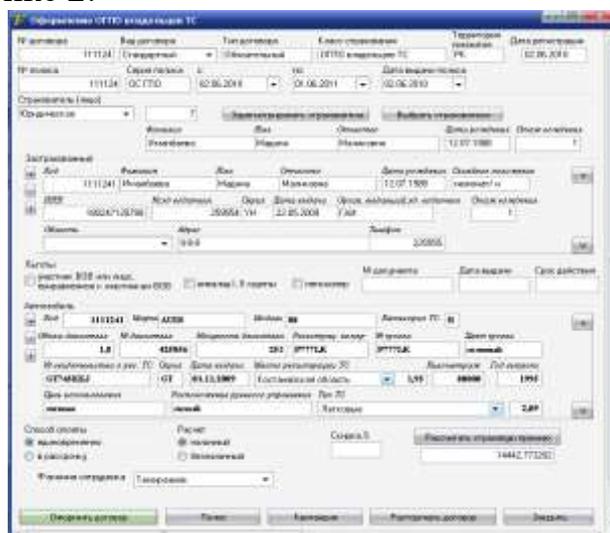


Рисунок 2. Форма «Оформление ОГПО владельцев ТС»

Отчеты и статистика

Приложение поддерживает работу с различными видами отчетности, для этого используется пункт меню «Отчеты». Для формирования отчета по классу страхования используется специальная форма.

Пункт меню под названием «Анализ» позволяет представить информацию в виде разнообразных диаграмм. На рисунке 3 изображена диаграмма страховых премий по классам страхования.

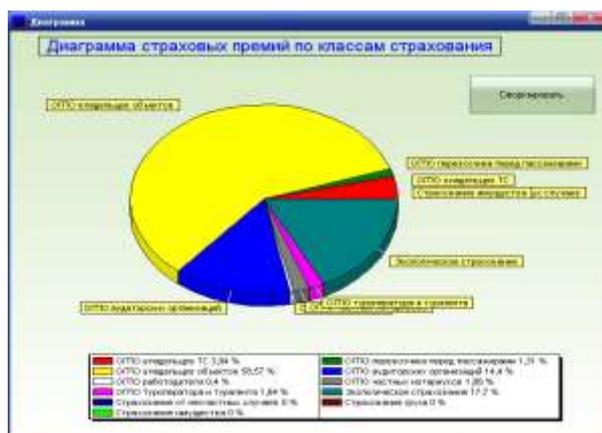


Рисунок 3. Форма «Диаграмма»

Программный продукт создан в среде «Borland Delphi 7». Это позволило создать удобный и дружелюбный интерфейс программы, который не вызывает затруднений у пользователей не имеющих углубленных знаний в программировании и работе компьютера в целом. Созданный программный продукт работает исправно и заметно облегчает труд сотрудников компании.

Использованные источники:

- 1 Сидорова Г.Н. Проектирование экономических информационных систем: Финансы и статистика, 2002. – 158с.
- 2 Шахова В. В. Введение в страхование. Учебник для ВУЗов - М.: Финансы и статистика, 2005. - 304 с
- 3 В.Гофман, А.Хаменко «Работа с БД в Delphi», 2006. – 58 с.

*Абатов Н.Т., к.ф-м.н.
доцент
Есымов А.Б.
студент
специальность Информатика
КГУ имени А. Байтурсынова
Казахстан, г. Костанай*

ИССЛЕДОВАНИЕ ХАРАКТЕРИСТИК И ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ СОВРЕМЕННЫХ HDD

Аннотация: В данной статье приводятся исследование жестких дисков – их характеристик: цены, уровня шума, энергопотребления. Также проведено тестирование производительности жестких дисков различными программами. В заключение сделаны конкретные выводы и рекомендации.

Ключевые слова: жесткий диск, буфер, тестирование жестких дисков.

На первый взгляд можно не заметить разницу в работе различных жестких дисков, правильный выбор этого компонента системного блока также немаловажен, как, например и материнской платы. Очень важно отметить, что ни одна деталь компьютера не приносит столько убытков своим выходом из строя, сколько жесткий диск. Если выйдет из строя системная плата или, например, видеокарта – их можно легко поменять, здесь только финансовые потери. Но если выйдет из строя жесткий диск, то может быть потеряна важная информация, хранящаяся на нем. Дисковые накопители являются той частью компьютера, отказ которой оборачивается самыми крупными убытками (если потерянные данные не имеют копий) [1].

Выбор жесткого диска для ПК является актуальной проблемой, так как их ассортимент и производителей достаточно широк, и к тому же скорость работы компьютера во многом зависит от скорости работы его жесткого диска. И если жесткий диск сам медленно работает, то уже никакое мощное «железо» не поможет повысить скорость работы ПК.

Сравнение характеристик жестких дисков

Сравнены характеристики жестких дисков 500Гб, 1, 2, 3, 4 Тб. Среди жестких дисков различных объемов сравнивалось от 4 до 6 моделей различных фирм Western Digital, Seagate и Toshiba, Hitachi. Все диски формата 3,5 дюйма.

При сравнении учитывались следующие критерии:

- Цена в тенге;
- Объем буфера HDD, Мб;
- Уровень шума, дБ;
- Потребление энергии при чтении/записи, Вт;
- Потребление энергии в режимах Standby и Sleep, Вт.

Ниже приведена таблица характеристик жестких дисков объемом 500 Гб. По остальным дискам также составлены аналогичные таблицы.

Таблица 1. Характеристики жестких дисков объемом 500 Гб

Наименование	Western Digital Caviar Blue WD5000AAKX	Seagate Barracuda 7200.12 ST500DM002	Toshiba DT01ACA050	Western Digital Blue WD5000AZLX
Цена в тенге	21300	17965	16170	22116
Буфер HDD	16 Мб	16 Мб	32 Мб	32 Мб
Уровень шума, дБел	3	2,3	2,8	3
Потребление энергии в режиме Idle, Вт	5,6	4,6	3,7	6,1
Потребление энергии при чтении/записи, Вт	6	5,4	4,8	6,8
Потребление энергии в режимах Standby и Sleep, Вт	0,9	0,79	0,7	1,2

Цены дисков взяты с популярных казахстанских интернет-магазинов различных компьютерных фирм. Затем подсчитывалась средняя цена. По цене среди HDD 500 Гб наиболее дешевле стал жесткий диск Toshiba DT01ACA050 – 16170 тенге, как показано на диаграмме 1. Самым дорогим оказался диск Western Digital Blue WD5000AZLX - 22116 тенге. Аналогично подводились результаты и по другим дискам.

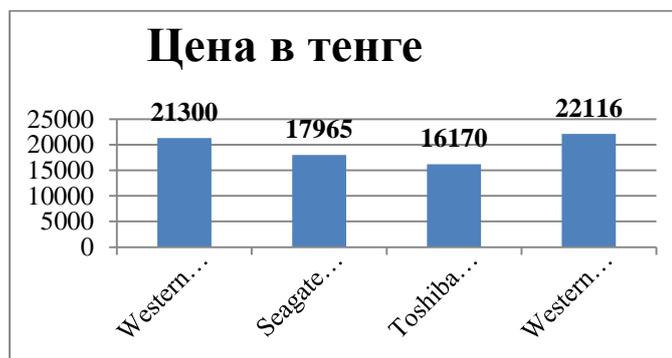


Диаграмма 1. Цена на HDD объемом 500 Гб

Результаты тестирования жестких дисков

Жесткие диски тестировались с помощью четырех программных пакетов - HDD Tune Pro 4.60, Iometer.org Fileserver, ATTO Disk Benchmark и CrystalDiskMark 3.0. Проведены следующие 17 тестов с помощью этих утилит:

1. HDD Tune Pro 4.60 (Read) Средняя скорость чтения (Мб/с);
2. HDD Tune Pro 4.60 (Write) Средняя скорость записи (Мб/с);
3. Iometer.org Fileserver, глубина очереди=1, IOPS;
4. Iometer.org Fileserver, глубина очереди=2, IOPS;
5. Iometer.org Fileserver, глубина очереди=32, IOPS;
6. Iometer.org Fileserver, глубина очереди=256, IOPS;
7. Iometer.org Fileserver, глубина очереди=512, IOPS;

8. ATTO Disk Benchmark Скорость чтения. Настройки по умолчанию, Мб/с;
9. CrystalDiskMark 3.0 Последовательное чтение (Размер блока 1024 КБ), Мб/с;
10. CrystalDiskMark 3.0 Последовательная запись (Размер блока 1024 КБ), Мб/с;
11. CrystalDiskMark 3.0 Случайное чтение (Размер блока 512 КБ), Мб/с;
12. CrystalDiskMark 3.0 Случайная запись (Размер блока 512 КБ), Мб/с;
13. CrystalDiskMark 3.0 Случайное чтение (Размер блока 4 КБ), Мб/с;
14. CrystalDiskMark 3.0 Случайная запись (Размер блока 4 КБ), Мб/с;
15. CrystalDiskMark 3.0 Случайная запись (Размер блока 4 КБ, Глубина запроса 32), Мб/с;
16. CrystalDiskMark 3.0 Случайное чтение (Размер блока 4 КБ, Глубина запроса 32), Мб/с;
17. ATTO Disk Benchmark Скорость записи. Настройки по умолчанию, Мб/с.

Выводы и рекомендации

Анализ итоговых таблиц показывает, что из пяти номинаций по производителям, в трех лидируют жесткие диски Seagate Barracuda, в двух номинациях Toshiba, в одной номинации Western Digital. Жесткие диски Seagate Barracuda в тех номинациях, где не заняли первое место, являются вторыми.

На основе выполненных исследований характеристик, цен и производительности жестких дисков различных производителей, можно сделать следующие выводы по лидерам в не менее двух номинаций (количество выигранных номинаций указаны в скобках):

- По производительности лидируют Hitachi (2) и Western Digital (2);
- По цене наиболее привлекательны жесткие диски Hitachi (3) и Western Digital (2);
- По параметру «Шум/энергоэкономичность» лидирует Western Digital (3) и Seagate (2).

Но в итоге лучшим производителем жестких дисков по итоговой таблице и совокупности всех параметров стала компания Seagate со своими дисками семейства Barracuda. Их суммарные места по рейтингу стали выше, чем другие производители. На втором месте компания Toshiba с жесткими дисками семейства DT.

На основании выполненных исследований, выработаны следующие рекомендации:

- Среди HDD 500 Гб рекомендуется Seagate Barracuda 7200.12 ST500DM002 и Toshiba DT01ACA050;
- Среди HDD 1 Тб рекомендуются Seagate ST1000DM003 и Western

Digital Blue WD10EZEX;

– Среди HDD 2 Тб рекомендуется Toshiba DT01ACA200;

– Среди HDD 3 Тб рекомендуются Seagate Barracuda ST3000DM001 и Toshiba DT01ACA300;

– Среди HDD 4 Тб рекомендуется Western Digital Red WD40EFRX.

Использованные источники:

1. Жесткие диски, 2010. - Режим доступа: <http://www.artcom.kz/hdd.html>.

Ажбекова Р.К.

студент 3 курса

факультет «Бизнес информатика»

Пятаев М.В., к.э.н.

научный руководитель, доцент

кафедра «Системный анализ и управление проектами»

государственный университет путей сообщения

Россия, г. Новосибирск

РАЗРАБОТКА ПРОГРАММЫ ДЛЯ РЕШЕНИЯ ТРАНСПОРТНОЙ ЗАДАЧИ ВЕНГЕРСКИМ МЕТОДОМ

В связи со становлением рыночных отношений в России в последние годы появилось и стало активно развиваться новое научно-практическое направление — логистика. Интерес, проявляемый к логистике, объясняется теми впечатляющими результатами, которые были получены на предприятиях, где применяется логистический подход.

Основной задачей логистики является организация рационального процесса продвижения товаров и услуг от поставщиков сырья к потребителям. Применение информационных технологий в решении данной задачи актуально, ввиду необходимости в короткие сроки распределять большие объемы перевозок между многими поставщиками и потребителями с минимальными транспортными издержками.

Целью работы, в связи с этим, является разработка программы, позволяющей эффективно обеспечить товарами потребителя при наиболее оптимальном и наименее затратном использовании ресурсов поставщика.

Для достижения поставленной цели были изучены следующие методы решения транспортной задачи: метод северо-западного угла, метод потенциалов, метод наименьшего элемента, венгерский метод. *Венгерский метод наиболее эффективен при решении задач о назначениях. В случае применения венгерского метода решение достигается за ограниченное число итераций. Достоинством венгерского метода является возможность оценивать близость результата каждой из итераций к оптимальному плану перевозок. Это позволяет контролировать процесс вычислений и прекратить его при достижении определенных показателей.*

Вывод: в ходе выполнения работы были изучены разные методы решения транспортной задачи, написана программа, которая решает

транспортную задачу венгерским методом и наглядно отображает это решение. В дальнейшем подобную программу можно использовать на предприятиях, занимающихся перевозками грузов, для минимизации расходов и увеличения эффективности предприятия.

*Амплиев Е.А.
студент 4 курса
институт компьютерных технологий
и информационной безопасности
Южный федеральный университет
Шилов А.К., к.техн.н.
доцент
кафедра «Безопасности информационных технологий»
Россия, г. Таганрог*

ВОЛОКОННО-ОПТИЧЕСКИЕ ТЕЛЕФОНЫ, ИХ СОСТАВ И ПАРАМЕТРЫ

В статье рассматривается обобщенная структура волоконно-оптических телефонов и их технологические характеристики.

Ключевые слова: устойчивая связь, волоконно-оптическая линия связи, телефон, подключение, монтаж, устройство.

The article discusses a generalized structure of the fiber-optic phones and their technological characteristics.

Keywords: sustainable communication, fiber-optic connection, telephone connection, installation, device.

Устройства, позволяющие обеспечивать голосовую двухстороннюю связь между персоналом по одному оптическому волокну, называются волоконно-оптическими телефонами.

Главным параметром волоконно-оптического телефона является динамический диапазон по затуханию и дальность связи. Требуется, чтобы волоконно-оптический телефон обеспечивал устойчивую связь на расстоянии 100 ... 200 км, что связано с длинной простейших кабельных участков магистральных волоконно-оптических линий связи.

Также необходимо организовать необходимую работу волоконно-оптических телефонов в полевых условиях, когда с целью быстрого развертывания оперативной служебной связи волоконно-оптический телефон подключается к волокну без разрыва с помощью устройств бокового ввода/вывода оптического излучения.

Помимо этого, волоконно-оптические телефоны должны быть простыми в использовании, обладать малыми размерами и весом, а так же обеспечивать длительную работу от автономных источников питания.

Волоконно-оптические телефоны используются для установки и поддержания связи между персоналом во время проведения монтажа

волоконно-оптических кабелей, их ремонта. Обычные сотовые телефоны, используемые на сегодняшний день каждым человеком, могут быть не пригодными для установления связи, так как их радиохват может быть недостаточным, а волоконные линии, зачастую пролегают вне таких зон. Большинство оптических телефонов предназначено для работы по одномодовому кабелю в двунаправленном режиме и обладают достаточно большим диапазоном времени работы, способны поддерживать связь на многокилометровых расстояниях и могут подключаться к линии волокна без разрыва.

Использование оптического телефона удобно не только в момент монтажа линии связи, но и при ремонтных работах. Он позволяет устанавливать соединение между сотрудниками, в моменты проведения измерений канала с помощью мультиметров, для обеспечения связи между операторами, которые могут находиться на больших расстояниях друг от друга. Установка связи по средствам обычных телефонов всё так же актуальна, если имеется как таковая возможность их использования.

На настоящий момент практикуется использование оптического телефона как устройство измерения в сочетании с мультиметрами. Это обусловлено тем, что в составные части телефона с большим динамическим диапазоном – два излучательных модуля (для работы на длинах волн 1310/1550 нм) с высокой стабильностью и мощностью, следовательно, при измерениях потерь в линии, каждый из двух измерительных устройств (мультиметров) можно использовать с одним излучательным модулем (на длине волны 1310/1550 нм), что значительно уменьшает стоимость мультиметров.

Состоит волоконно-оптический телефон из приемного и передающего устройства. Передающее выступает в роли преобразователя электрического сигнала в оптический, составные части которого: микрофон, лазерный диод и усилитель. Приемное же устройство – преобразователь оптического сигнала в электрический, в состав которого входят: фотодиод, усилитель, телефон.

Основной проблемой для определения большого динамического диапазона волоконно-оптического телефона является то, что волоконно-оптический телефон заканчивается соединительной оптической розеткой, с помощью которой выполняется подключение в волоконно-оптической линии связи. В точке соединения – физический оптический контакт (неоднородность среды распространения). Сигнал, который распространяется в прямом направлении, отражается (частично) в месте соединения и проходит обратно, оказывая влияние на свое приемное устройство. Чем ниже качество оптического соединения, тем больше уровень помехи.

Можно заметить, что увеличение динамического диапазона взаимосвязано с понижением влияния обратных отражений на собственный приемник. Подобное достигается с помощью аппаратных средств, которые используют временное разделение каналов.

Преимущество установления ответвителя заключается в том, что

существует возможность установить дуплексную связь по одному волокну. Но стоит подметить, что это решение приводит к уменьшению динамического диапазона: происходит формирование ограничения сверху величиной обратных отражений сигнала на соединении прибора с магистральной линией. Физические контакты, которые применяются на подобных линиях, обеспечивают значение обратного отражения не выше минус 30 дБ. Такого диапазона не хватает для установки связи по магистральным линиям. Его повышение организуется с помощью аппаратных средств, использующих спектральный метод и схему временного разделения каналов.

Использованные источники:

1. Воронцов А.С. Технологии строительства ВОЛС//Фотон-Экспресс, 2005, №2.
2. Никольский К.К. Прокладка оптических кабелей связи//Фотон-Экспресс, 2005, №2.
3. Портнов Э.Л. Перспективы развития кабельных линий связи в третьем тысячелетии / Э.Л. Портнов Телекоммуникации и транспорт. - 2010. -№8.

Ахундова Л.Ф.

магистрант

*ФГБОУ ВО «Российский экономический
университет им. Г.В. Плеханова»*

Россия, г. Москва

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ CRM-СИСТЕМ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ИХ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Аннотация: в статье рассмотрены наиболее часто используемые в туризме и гостиничном бизнесе CRM-системы, проведен краткий обзор их функциональных характеристик и модулей. Автором статьи обоснована целесообразность применения CRM-системы как одного из конкурентных преимуществ современной компании.

Abstract: in the article the most commonly used in tourism and hotel business CRM-systems are considered and a brief overview of their functional characteristics and modules is performed. The feasibility of a CRM implementation as a competitive advantage of a modern company is demonstrated by the author of the article.

Ключевые слова: информационные технологии, CRM, виды, туризм, гостиничный бизнес, функциональные возможности, клиент, конкурентоспособность.

Keywords: information technologies, CRM, types, tourism, hotel business, functional opportunities, client, competitiveness.

За последние годы индустрия туризма и гостиничного бизнеса значительно изменилась под воздействием внедрения новых информационных технологий. Различные программные продукты и системы

появляются на мировом рынке практически ежедневно, поэтому проблема выбора и применения подобных инноваций на коммерческом предприятии туризма и гостиничного бизнеса приобретает всё большее значение.

Не стоит недооценивать потенциальные возможности внедрения правильно выбранных информационных продуктов. Они являются инструментом, позволяющим управлять бизнесом, поэтому их можно представить как неотъемлемый элемент стратегического планирования и незаменимую помощь в контроле работы предприятия. Именно благодаря информационным технологиям процесс работы упрощается, становится более доступным, защищенным и исключаются ошибки, совершенные под воздействием «человеческого фактора».

Основная задача информационных технологий в туризме и гостиничном бизнесе – это распространение, продвижение и продажа турпродукта, а также, сокращение времени на обслуживание одного клиента, повышение качества этого обслуживания и снижение общих затрат времени и денежных средств.

В том числе, согласно авторам учебника «Информационное обеспечение туризма», применение информационных систем приводит к существенным изменениям в менеджменте [1].

Шаховалов Н. Н. в своей книге «Интернет-технологии в туризме» [2] подчеркивает: «Вместо заботы о клиентах – забота о КЛИЕНТЕ», что является основной идеей внедрения CRM-систем. Современная индустрия туризма и гостиничного бизнеса ежедневно сталкивается с мощными потоками клиентов, поэтому, для работы с такими большими массивами данных, целесообразно применять специализированные системы CRM (Customer Relationship Management).

Эти системы хранят в себе подробную историю взаимоотношений компании с каждым клиентом: контактные данные, предпочтения и пожелания, сделанные запросы, даты бронирований, паспортные данные, доход, полученный компанией от этого клиента, и многое другое. Данная система позволяет отслеживать визиты гостя, поощрять их, тем самым, повышая лояльность к бренду.

Головченко В.А., генеральный директор компании "Мегатек" [6], приводит следующий пример применения такой системы на предприятии: «Клиент звонит в туристическую компанию - и на экране компьютера оператора тут же высвечивается вся информация о нем, причем не только последние поездки, но и дни рождения членов семьи, что помогает оператору быстрее сориентироваться, зачем звонит клиент, и сделать ему «предложение, от которого невозможно отказаться». Такая предусмотрительность располагает клиентов к туристической компании и помогает сохранять и укреплять сложившиеся связи».

В процессе данного исследования были выделены наиболее популярные CRM-системы для использования на коммерческом предприятии в туризме и гостиничном бизнесе (таблица 1).

Таблица 1

Краткая характеристика наиболее популярных CRM-систем в туризме и гостиничном бизнесе

Название CRM-системы (разработчик)	Краткая характеристика	Основные модули	Функциональные возможности
<p align="center">CRM Libra On Demand [9] (Libra Hospitality)</p>	<p>Libra OnDemand реализована на «облачных» технологиях, используется бизнес-отелями АМАКС. Система автоматизирует бизнес-процессы отдела продаж и маркетинга в отеле, бронирование и банкетной службы в гостинице. Система включает в себя клиентский портал, с помощью которого клиенты гостиницы смогут смотреть статистику своих расчетов с гостиницей, бронировать номера и получать другую полезную информацию через интернет.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Взаимоотношения с клиентами; • Электронный маркетинг; • Услуги консьержа; • Групповые продажи; • Мероприятия; • Программы лояльности; • Мощный блок аналитики. 	<ul style="list-style-type: none"> • консолидация данных по каждому отелю и сети в целом – система предоставляет полную статистику по гостям и партнерам сети; • привлечение новых корпоративных клиентов с использованием сторонних публичных баз; • автоматическое подтверждение брони e-mail; • автоматическая отправка гостю письма; • электронное анкетирование гостей: CRM-приложение автоматически анализирует работу отеля по службам, сравнивает результаты работы за предыдущие месяцы и информирует руководство в случае негативного отзыва или плохой оценки; • сетевая бонусно-накопительная программа лояльности АМАКС-Бизнес, позволяющая постоянным гостям накапливать бонусы и экономить свои деньги, расплачиваясь бонусами за проживание или повышение комфорта номера.
<p align="center">Парус - Туристический бизнес [3] (Parus Corporation)</p>	<p>Использование CRM-системы в туристической компании позволяет учитывать все туристические предложения, в том числе бронирование авиабилетов, бронирование</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Менеджмент; • Маркетинг; • Бухгалтерия. 	<ul style="list-style-type: none"> • регистрация (и обработка) заявок от клиентов и их параметры; • автоматизация системы скидок и бонусов; • переадресация обращений клиентов к специалистам по запрашиваемому вопросу; • интеграция с системами бронирования авиабилетов и гостиниц; • возможность бронировать

	отелей и гостиниц, полностью автоматизировать работу менеджера (time-management), вести учет маркетинговых воздействий.		номера и вести историю забронированных номеров; <ul style="list-style-type: none"> • ведение учета ваучеров; • осуществление визовой поддержки; • формирование аналитических отчетов.
Microsoft Dynamics CRM Online [7] (Microsoft Dynamics)	Платформа бизнес-приложений позволяет компаниям повышать конкурентоспособность за счет роста эффективности работы с клиентами розничного и корпоративного сегментов, сокращать затраты на запуск и продажи новых продуктов и повышать удовлетворенность заказчиков благодаря использованию. Это мощный инструмент для управления взаимоотношениям и с клиентами, повышающий продуктивность сотрудников внутри и вне организации. Облегчает взаимодействие отделов и обслуживание клиентов.	<ul style="list-style-type: none"> • Управление продажами; • Управление маркетингом; • Управление обслуживанием 	<ul style="list-style-type: none"> • полная и незаметная для пользователя интеграция с Office 365, Exchange (почтой), Sharepoint (корпоративным порталом), Skype и Lync (коммуникаторами); • построен на платформе Microsoft.NET: легкая и быстрая кастомизация, большое количество специалистов на рынке. • работа с продуктами, обращениями и сделками (продажами); • сокращение цикла и стоимости продажи, управление воронкой продаж, увеличение количества закрытых сделок; • планирование и прогнозирование продаж, наглядная и удобная аналитика; • управление базой знаний и рабочими процессами обслуживания; • отчетность по обслуживанию клиентов [10].
Zoho CRM [8] (Zoho Corporation)	Этот продукт предназначен для автоматизации управления продажами и взаимодействиями	<ul style="list-style-type: none"> • Маркетинг; • Продажи; • Поддержка клиентов. 	<ul style="list-style-type: none"> • Автоматизация продаж: работа с «лидами» – необработанные данные о потенциальных клиентах; работа с контактами (людьми) и аккаунтами (учетными

	<p>с клиентами, ориентирован на предприятия малого и среднего бизнеса. Zoho CRM имеет возможность интеграции с различными системами сторонних производителей и с системами собственной разработки. Для организации работы call-центра возможна интеграция с системами телефонии. Мобильная версия системы работает на iPhone, iPad, Android и BlackBerry устройствах.</p>	<p>записями) клиентов; работа с возможностями - потенциальные сделки; работа с задачами, событиями, заметками, звонками; прогноз продаж; работа с рассылкой; работа с доп. возможностями: ведение продаж в нескольких валютах, создание связанных списков заказчиков.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Совместная работа: работа со статусами. Если в системе работает более одного пользователя, каждый сотрудник видит статус других пользователей; мессенджер; реализована интеграция с соцсетями Facebook и Twitter. • Автоматизация маркетинга: управление профилями, составление целевого списка с учетом сегментации, применение шаблонов. Электронные документы могут быть созданы с помощью шаблонов и встроенного текстового редактора HTML; интеграция с системой Google AdWords. • Поддержка клиентов: управление ситуациями. Ситуации автоматически создаются из web-форм (клиент заполняет на сайте) или электронных писем; управление решениями. В системе реализована возможность ведения базы знаний. Она позволяет применять накопленный опыт и быстро находить решения проблем. • Управление прайс-листом - установка различной цены на товар для разных клиентов; • Управление заказами и счетами. Система реализует «стандартный» набор действий: по выставлению счетов, созданию заказов от клиентов, созданию заказов поставщикам, регистрации и учету данных заказов.
--	---	---

Обобщая данные таблицы, можно сделать следующее заключение: любая из рассмотренных систем будет полезна для повышения лояльности клиентов, их приверженности к компании. Тем не менее, внедрение такой системы довольно трудоемкий процесс, требующий определенных затрат и вложений. Поэтому рекомендуется тщательно подбирать CRM-систему именно для конкретного предприятия, подстраивая ее базовые и дополнительные модули под его требования и нужды.

Согласно мнению экспертов Prohotel [5], стоимость привлечения нового клиента в 6 раз превышает стоимость поддержания уже готовой базы клиентов. Это одна из основных причин, согласно которой внедрение CRM-системы на коммерческом предприятии является целесообразным.

Вместе с тем, можно прогнозировать, что при все более возрастающей тенденции клиентов индустрии туризма и гостиничного бизнеса обращаться за индивидуальным и исключительным сервисом, внедрение CRM-системы на коммерческом предприятии перестанет быть факультативным. В современных условиях могут прекратить свою деятельность компании, работающие в данной сфере без применения соответствующих информационных технологий, систем и инноваций.

Использованные источники:

1. Морозова Н.С. Информационное обеспечение туризма. Учебник /Н.С. Морозова, М.А. Морозов, А.Д. Чудновский, М.А. Жукова, Л.А. Родигин. - М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 288 с.
2. Шаховалов Н.Н. Интернет-технологии в туризме. – АлтГАКИ, 2007. – 231 с.
3. <http://www.erp-online.ru> – Независимый ERP портал. Дата обращения: 29.05.2016.
4. <http://www.crm-practice.ru/crm-systems/> – Информационно-аналитический портал "Практика CRM". Дата обращения: 29.05.2016.
5. <http://prohotel.ru> – Инф.-справочный ресурс, посвященный гостиничному бизнесу. Дата обращения: 29.05.2016.
6. <http://www.megatec.ru/?m=173> – Официальный сайт компании Мегатек. Дата обращения: 29.05.2016.
7. <https://www.microsoft.com/ru-ru/dynamics/crm.aspx> – Официальный сайт компании Microsoft Corporation. Дата обращения: 29.05.2016.
8. <https://www.zoho.com/crm/> – Официальный сайт компании Zoho Corporation. Дата обращения: 29.05.2016.
9. <http://www.librahospitality.com> – Официальный сайт компании Libra Hospitality. Дата обращения: 29.05.2016.
10. <http://www.kit-consulting.ru/vnedrenie-microsoft-dynamics-crm-online> – Официальный сайт компании КИТ Консалтинг. Дата обращения: 29.05.2016.

Белоус Т.В.
студент 3 курса
факультет «Бизнес информатика»
Сибирский государственный университет путей сообщения
Нартова М.М.
научный руководитель, ст. преподаватель
кафедра «Системный анализ и управление проектами»
Сибирский государственный университет путей сообщения
Россия, г. Новосибирск

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДА ШТРАФНЫХ ФУНКЦИЙ В РЕШЕНИИ ТЕХНИЧЕСКИХ ЗАДАЧ

Существует множество методов расчета экстремума функции, но под определение подходят не все задачи. Данная работа описывает метод штрафных функций, его алгоритм и способ реализации. А также интерактивный интерфейс с пользователем и визуальное решение прикладной задачи.

Методы штрафных функций эффективны, если штрафная функция естественно вытекает из технического смысла задачи.

Суть метода заключается в преобразовании исходной целевой функции посредством включения в неё функции от ограничений, получая, таким образом, задачу безусловной оптимизации.

Переход от задачи условной оптимизации к задаче безусловной оптимизации осуществляется посредством включения в исходную функцию "штрафов" за нарушение ограничений задачи.

Хорошо подходит для приближённой оценки глобального минимума многоэкстремальных задач в сложной допустимой области. Например, на практике поставщик продукции платит штрафы за срыв сроков поставки, а исполнитель платит неустойку в случае нарушения условий договора.

Применение метода штрафных функций для численного моделирования обтекания препятствий вязким сжимаемым газом. Для моделирования влияния твердого тела на течение использован один из вариантов метода погруженных граничных условий – метод штрафных функций.

Задача создания такого интерфейса содержит несколько этапов, которые сами по себе достаточно сложны.

Наиболее важными из них являются: разработка алгоритма программного обеспечения для расчета штрафных функций; выбор среды реализации данного алгоритма; оптимизация расчетов данного алгоритма.

Результатом работы стало программное обеспечение для решения прикладных задач методом штрафных функций.

Верховцева О.Н.

магистрант

ФГАОУ ВПО «НИУ «Высшая школа экономики»

Россия, г. Санкт-Петербург

ТАРГЕТИРОВАННАЯ РЕКЛАМА КАК ИНСТРУМЕНТ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА: КЛЮЧЕВЫЕ ФАКТОРЫ УСПЕХА

Статья посвящена специфике работы с таким инструментом интернет-маркетинга, как таргетированная реклама. Представлено определение данного вида рекламы. Выявлены ключевые факторы работы с данным инструментом.

Ключевые слова: *маркетинг, реклама, интернет-маркетинг, таргетированная реклама*

The article is devoted to the specifics of such a tool the Internet - marketing as targeted advertising. Presented by the definition of this type of advertising. Identified the key factors to work with this tool.

Keywords: marketing, advertising, Internet - marketing, targeted advertising

Одной из современных тенденций в развитии маркетинга является переход от массового маркетинга к индивидуальному. В настоящее время активно развиваются и используются инструменты интернет-маркетинга, что обуславливается преимуществами данного вида коммуникаций и изменениями в поведении современных потребителей.

Каждый инструмент интернет-маркетинга имеет свою специфику. Одним из популярных инструментов в настоящее время является таргетированная реклама в социальных сетях. Таргетированная реклама представляет собой демонстрацию рекламных объявлений на личной странице пользователя и в приложениях социальной сети в соответствии с выбранными таргетингами [2]. Рассмотрим особенности работы с данным инструментом, которые обеспечивают эффективность рекламного взаимодействия. Для выявления ключевых факторов успеха работы с таргетированной рекламой были проанализированы практические кейсы и новости в сфере маркетинга. Анализ позволил выявить ряд факторов, обеспечивающих эффективность работы с данным инструментом. Рассмотрим эти факторы более подробно.

1. Четкое определение целевой аудитории и ее выявление

Главным фактором успеха при работе с таргетированной рекламой является подробное представления портрет целевой аудитории и деление ее на сегменты по определенным показателям. Это очень важно, так как у каждой аудитории свое восприятие и под каждый сегмент необходимо создавать уникальные креативы. Если аудитория определена размыто и не проведена сегментация, в результате рекламный бюджет будет расходоваться неэффективно.

2. Использование дополнительных инструментов

В настоящее время существует большое количество дополнительных инструментов, облегчающих процесс работы с таргетированной рекламой и повышающих эффективность рекламного взаимодействия. Использование дополнительных инструментов позволяет выявить нужную аудиторию и настроить точечную рекламу «прямо в цель».

3. Тестирование рекламной кампании

Очень важным шагом является тестирование рекламной кампании. Для определения эффективности объявлений необходимо создавать несколько креативов и тестировать их. После тестирования необходимо отбирать наилучшие объявления и масштабировать.

4. Использование ретаргетинга

Ретаргетинг – это рекламный механизм, посредством которого онлайн-реклама направляется тем пользователям, которые уже просмотрели рекламируемый продукт, посетив сайт рекламодателя. С точки зрения посетителей интернет-сайтов, ретаргетинг — это многократно повторяющийся показ интернет-рекламы уже просмотренного ими ранее интернет-ресурса [2]. В дальнейшем собранную аудиторию можно использовать при настройке рекламной кампании и показывать рекламу только тем, кто был на сайте.

5. Цепляющие предложение и картинка

Большое значение имеют креативы – картинка и текст. Они должны быть интересными и цепляющими. Например, хорошо работает акцент на городе проживания, на людях, которых знает целевая аудитория, просто креативная картинка.

Таким образом, таргетированная реклама позволяет значительно сократить расходы на рекламу без падения целевого трафика. Данный инструмент характеризуется простотой отслеживания работы и управления. Учет специфики работы данного инструмента позволяет эффективно настраивать рекламные кампании, оптимизировать при необходимости и исключать возможность нерационального расхода средств рекламного бюджета.

Использованные источники:

1. Обучающие материалы сервиса «Церебро». [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/cerebro_vk (дата обращения: 05.05.2016).
2. Словарь терминов интернет-маркетинга [Электронный ресурс]. URL: <http://www.likeni.ru/glossary/targetirovannaya-reklama/> (дата обращения: 07.05.2016).

Верховцева О.Н.

магистрант

ФГАОУ ВПО «НИУ «Высшая школа экономики»

Россия, г. Санкт-Петербург

СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА И БУДУЩЕЕ PR-КОММУНИКАЦИЙ

Статья посвящена социальным медиа, особенности работы с ними. В статье сделана попытка представить будущее PR-коммуникаций. Даны рекомендации по работе с социальными сетями с точки зрения компании.

***Ключевые слова:** связи с общественностью, PR, маркетинг, социальные сети, социальные медиа.*

The article is devoted to social media, especially working with them. The article attempts to present the future of PR-communications. Recommendations for dealing with social networks from the perspective of the company.

Keywords: public relations, PR, marketing, social networking, social media.

Появление социальных сетей в корне изменили всю маркетинговую деятельность компаний, изменили подходы к маркетингу рекламных агентств, маркетологов, специалистов по интернет-маркетингу. Но как отразилось появление и активное развитие социальных сетей на работе PR-специалистов? Рассмотрим этот вопрос в данной статье.

Несомненно, public relations являются важной формой коммуникации компании с потребителями. Развитие социальных сетей повлияло и на выстраивание работы в данном направлении. По мере развития социальных медиа и понимания важности этой среды для общения с потребителями компаниями менялась и практика работы пиар-специалистов. И сегодня можно смело сделать вывод, что социальные медиа прочно вошли в нашу жизнь и игнорировать их влияние просто невозможно. На сегодняшний момент социальные сети – это высокоэффективная среда для выстраивания коммуникаций с клиентами, важная часть внешних коммуникаций компании. При работе с социальными сетями необходимо делать акцент на следующем:

1. Необходимо понимать, что такое социальные сети и как они работают;

2. Компания и каждый пиарщик в отдельности должны стать активными участниками всевозможных социальных сетей.

Очевидно, что с появлением социальных сетей медиа окружение компании изменилось. Но какие контртенно произошли изменения? На что стоит обратить внимание?

1. Исследования показывают, что сегодня люди ищут информацию в Интернете, в социальных сетях. Они ищут подтверждения того, что за определенным продуктом или услугой стоит какая-либо компания.

2. Появились новые каналы коммуникации: сообщества в социальных сетях, публичные страницы, блоги и твиттеры;

3. Появились новые лидеры мнений, которые обладают большим

вниманием на аудиторию социальных сетей;

4. Развитие YouTube превратило его из сайта с забавными видео в большой поисковый движок, которым пользуется большое огромное людей;

5. Twitter, Facebook и другие социальные сети из новинок превратились в мощные медиа каналами с миллиардными аудиториями;

6. Социальные сети активно развиваются и меняют свой формат. Живой пример тому новая социальная сеть – Periscope.

Исходя из этих изменений, можно сделать вывод, что PR как направление омолодилось и приобрело новый смысл. Всё большее число клиентов внезапно стали нуждаться не столько в стратегии коммуникаций в целом, как в том, чтобы кто-то «проложил курс» для них в мире социальных медиа. Поэтому рассмотрим три простые, но важные рекомендации, которые позволят освоиться в этом новом мире – мире социальных сетей.

1. Успешная компания присутствует в социальных сетях

Получать новые заказы, поддерживать взаимоотношения с клиентами, помогать им решать проблемы, возникшие в процессе использования вашего товара или при потреблении услуг можно с помощью аккаунта в социальных сетях. Сегодня клиенту проще написать в сообществе компании в социальной сети, чем приходить в офис.

2. Поиск целевую аудиторию

Сегодня существует большое количество социальных сетей и из этого множества нужно вычлнить те, где обитает необходимая целевая аудитория. Возможно, это будет одна социальная сеть, но может быть их будет несколько.

3. Определение цели присутствия

Очень важно понимать, зачем компания пришла в ту или иную социальную сеть. Необходимо сформулировать цель и придерживаться ее в процессе работы с социальными медиа.

Социальные медиа активно развиваются и в будущем продолжать менять сферу PR. Какие же перспективы ожидают в будущем?

С точки зрения перспектив для корпоративных коммуникаций, наиболее интересным является тот факт, что появилась такая категория людей, как «Технический эксперт в компании». Такой специалист помогает разобраться во всех новшествах социальных медиа, лучше понять эту среду. Чтобы поспеть за данным трендом, необходимо провести серьезную работу с журналистами внутри компании, привлечь внутренних экспертов, которые будут выдавать информацию, интересную для стейкхолдеров.

Выросло влияние точки зрения и позиции CEO за последние несколько лет для умов и настроений потребителей. И потому возможно, именно сейчас для компаний настало время завести корпоративный блог или аккаунт в социальной сети, в котором будут появляться записи и мысли того, кто занимает пост CEO.

Таким образом, социальные сети меняют работу не только маркетологов, но и пиарщиков. Не стоит бояться такой тенденции, ведь она

открывает новые возможности.

Дьяков С.А.

доцент

кафедра маркетинга

Кобыленко М.И.

студент 3-го курса

экономический факультет

ФГБОУ ВПО «Кубанский государственный аграрный университет»

Россия, г. Краснодар

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ САЙТА-ВИЗИТКИ: ВСЕ ПЛЮСЫ И МИНУСЫ ДАННОГО РЕШЕНИЯ

Аннотация: Статья посвящена рассмотрению инициативы использования и создания сайтов-визиток для продвижения бизнеса и торговли на интернет – пространстве.

Ключевые слова: торговля, интернет, услуги, инновационный бизнес .

Dyakov S.A

associate professor of Department of Marketing

Kobylenko M.I.

student of the 3 course faculty of Economics

Federal State-Funded Educational Institution of Higher Professional

Education «Kuban State Agrarian University»

Russia, Krasnodar

USING ONLINE BUSINESS CARD: THE PROS AND CONS THIS DECISION

Abstract: The article discusses the use of initiative and creation of business sites to promote business and trade on the Internet - space.

Keywords: trade, internet, services, innovative business.

Реклама своей компании – важная часть маркетинга. Поэтому создание визиток, что будут нести всю нужную информацию о предприятиях, организация и частных предпринимателях, весьма важная часть. Но что делать, если речь идёт об интернете, где следует создать сайт указанных выше. Зачастую это весьма и весьма затратный процесс, вот тут и требуются те самые сайты-визитки, что стоят недорого, а несут в себе всю основные данные. Поэтому актуальность данной темы весьма заметна

Сайт-визитка – это лицо компании в Интернете, ее виртуальная визитная карточка. Он сообщает людям лишь основную информацию о компании, прост и удобен. За разработку такого сайта не нужно платить много денег и в то же время он является важным маркетинговым аспектом деятельности компании в интернете в случае отсутствия полноценного сайта.

Такие сайты необходимы любой компании, которой нет надобности размещать в сети каталоги своих товаров, или ежедневно сообщать свежие новости. Некоторые компании вообще пренебрегают интернетом и считают, что им не нужен собственный сайт, что является большой ошибкой. Сегодня

практически любой человек за информацией отправляется в сеть. И компания, у которой нет хотя бы простейшего сайта, вряд ли заслужит его внимание.

Какими же положительными свойствами должен обладать сей сайт? Они представлены ниже:

- простая навигация;
- эстетичный внешний вид;
- наличие необходимой информации;
- простота управления.

А теперь поподробнее о каждом плюсе использования.

Простая навигация. Чем быстрее сможет человек найти на вашем сайте необходимую информацию – тем лучше. Помните, что удобству не должен мешать ни внешний вид сайта, ни его излишняя «тяжесть». Главная задача – информативность, а значит и самая важная информация должна находиться на виду.

Эстетичный внешний вид. Помните, что этот сайт станет визитной карточкой вашей компании в интернете. И многие ваши потенциальные партнеры будут вас оценивать первоначально именно по нему. В то же время не нужно много вычурности, использование музыки, флэша и т.д. Вам нужен не технологичный, а простой и элегантный сайт.

Необходимая информация. В основном на сайте-визитке размещается информация о самой компании, контактные телефоны, информация о товарах или услугах, которыми она торгует. Иногда на таком сайте размещается и дополнительная важная информация – например, достижения компании, победы в различных конкурсах, новости в прессе. Но не более того.

Простота управления. Понятно, что, раз сайт будет удобным для пользователей, он должен быть таким же удобным и для его администраторов. Все дело в том, что если сайт будет простым в управлении, то для его обслуживания в компанию не придется нанимать отдельного человека – эти обязанности можно перепоручить главному маркетологу или человеку, который занимается связями с общественностью.

Соответственно, есть и минусы. Они заключаются в том, что крупным компаниям всё же выгоднее иметь большие сайты, где будет больше функций для потребителей, что ищут информацию через интернет.

К тому же сайт-визитка требует к себе внимания не меньше, чем полноценный: его требуется постоянно обновлять, следить за каталогом товаров, за количеством информации (её должно быть и ни много, но и не мало), там также должны публиковаться новости, презентации и прочее. Естественно здесь важно и качество развития. Поэтому раз в год или чуть больше большинство компаниям следует менять дизайн сайта-визитки.

Отсюда вытекает и вывод, что сайтом-визиткой будет удобно пользоваться именно средним и малым предприятиям, которые могут сэкономить, не создавая дорогих полноценных сайтов, в отличии от крупных компаний, которые обязаны это сделать по статусу.

Использованные источники:

1. Омельченко В. Я., Омельченко А. П., Омельченко А. В., СИСТЕМА МЕЖФИРМЕННОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В ПРОЦЕССАХ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ. // Проблемы развития внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций: региональный аспект. Сборник научных трудов, 2012 год, 1 часть, стр. 306
2. И. Н. Егорова, В. Е. Рыгина, ИССЛЕДОВАНИЕ МЕТОДОВ ОПТИМИЗАЦИИ СТРУКТУРЫ WEB-СТРАНИЦ // Восточно-Европейский журнал передовых технологий 5/2 (47) 2010 стр. 46
3. Алтухов Д. Свой сервер в Internet. // Планета Internet. - 2013. – стр.10.
4. Имери В. Как сделать бизнес в Internet. - Киев: Комиздат, 2014. – стр. 156

*Еловский Р.В.
старший преподаватель
кафедра гражданской защиты
ГОУ ДПО «УМЦ ГОЧС Тульской области»
Российская Федерация, г. Тула*

ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ И ГРАЖДАНСКАЯ ОБОРОНА

Современный этап развития общества характеризуется возрастающей ролью информационной сферы. Информационная сфера, являясь системообразующим фактором жизни общества, активно влияет на состояние политической, экономической, оборонной и других составляющих безопасности Российской Федерации. Национальная безопасность Российской Федерации существенным образом зависит от обеспечения информационной безопасности, и в ходе технического прогресса эта зависимость будет возрастать.

Под информационной безопасностью Российской Федерации понимается состояние защищенности ее национальных интересов в информационной сфере, определяющихся совокупностью сбалансированных интересов личности, общества и государства.

На основе национальных интересов Российской Федерации в информационной сфере формируются стратегические и текущие задачи внутренней и внешней политики государства по обеспечению информационной безопасности.

Сетевые практики обеспечения безопасности имеют общие характеристики, обусловленные особенностями сетевого коммуникативного пространства как новой социальной среды. Важнейшей группой угроз безопасности общества, личности и государства, исходящих от сетевых коммуникаций, является расширение масштабов глобального терроризма, отечественной и международной преступности за счет роста компьютерных преступлений. Эксперты по интернет-безопасности утверждают, что атаки на ресурсы Всемирной паутины происходят каждые четыре с половиной минуты. 37% всего вредоносного кода Сети находится на серверах

американских компаний. Наибольшая доля нежелательной корреспонденции (17,5 %) исходит опять же из США. Во многих странах отмечается увеличение объемов утечки данных, при этом только около 20 % происходит из-за хакерских атак.

Сетевые структуры и коммуникации эффективно используются организациями в условиях конспирации и подполья. Их главным козырем становится молниеносность распространения информации и новые возможности дистанционного управления террористическими актами. Террористические группы и мафиозные структуры используют нелегальные, полулегальные и криминальные методы политической борьбы, игнорируя политические нормы и традиции, нарушая законы, расшатывая политическую систему.

Мировая практика свидетельствует, что борьба с распространением экстремистской идеологии в сети Интернет не привела к достижению необходимого уровня обеспечения безопасности национальных интересов.

Наиболее опасными источниками угроз интересам государства в информационной сфере являются неконтролируемое распространение информационно-психологического оружия и развертывание гонки вооружений в этой области, ведение информационных войн. Информационные войны идут на разных уровнях – в корпорациях, регионах, государствах, мировом сообществе. Механизмы и процедуры их ведения почти одинаковы и используются одни и те же элементы: дефицит информации, неудовлетворенность ситуацией, генерирование идей, самоорганизация, обучение, адаптация и др. Информационно-психологическое оружие используется в глобальных сетях гражданского назначения и свободного доступа с целью ведения информационной войны. Оно представляет собой совокупность средств, методов и технологий, обеспечивающих возможность воздействия на информационную сферу противника с целью разрушения его информационной инфраструктуры, системы управления в целом, снижения уровня безопасности.

Информационное оружие особенно опасно в условиях существования почти монопольного положения компаний небольшого количества стран мира на рынке информационных технических продуктов, так как способно спровоцировать желание использовать имеющееся превосходство для достижения тех или иных политических целей.

Можно выделить основные группы информационных угроз безопасности личности, общества, государства, обусловленных сетевыми коммуникациями:

- угрозы безопасности личности, связанные с расширением возможностей манипулирования сознанием человека, информационной перегрузкой, с ростом интернет-зависимости;
- угрозы использования во вред персональных данных (расширение возможностей скрытого сбора персональной информации);
- информационные угрозы, связанные с расширением масштабов

манипуляции общественным мнением, появлением возможностей эффективной организации деструктивных процессов в ценностных системах общества;

– информационные угрозы безопасности личности, общества, государства, связанные с эффективностью работы сетевых структур отечественной и международной преступности и терроризма;

– угрозы неконтролируемого распространения информационно-психологического оружия и его применения в информационных войнах;

– угрозы стабильности существующих политических режимов власти: системные и периферийные, также обусловленные сетевой логикой многих социальных процессов в обществе.

Защита от этих угроз — одна из приоритетных задач силовых структур, в том числе и МЧС России. В МВД России уже создано и успешно функционирует управление «К», борющееся с преступлениями в сфере информационных технологий.

Современная гражданская оборона должна включать в себя информационную безопасность, заявил один из основателей МЧС России, вице-спикер Совета Федерации Юрий Воробьев на Всероссийском совещании с руководителями федеральных и региональных органов исполнительной власти по проблемам гражданской обороны и защиты населения в рамках международного салона «Комплексная безопасность- 2016» .

«Нужно понимать, что система гражданской обороны РФ требует постоянного изменения — менять свой облик, органы управления, оснащения, нормативно-правовую базу. Мы работаем в двух сферах — природной, где есть масса своих рисков, и техногенной — искусственно созданной среде. Однако есть и информационная среда — мы тоже должны обращать на нее внимание», — сказал Воробьев.

Использованные источники:

1. Федеральный закон «О безопасности» от 28 декабря 2010 г. № 390-ФЗ.
2. Доктрина информационной безопасности Российской Федерации: утв. Президентом РФ 9 сентября 2000 г. № Пр-1895.
3. Основы государственной политики Российской Федерации в области международной информационной безопасности на период до 2020 года: утв. Президентом РФ 24.07.2013г. № Пр-1753.
4. Указ Президента РФ от 31 декабря 2015 г. N 683 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации» от 31 декабря 2015 г. № 683.
5. Национальный стандарт РФ «Методы и средства обеспечения безопасности. Часть 1. Концепция и модели менеджмента безопасности информационных и телекоммуникационных технологий» (ГОСТ Р ИСО/МЭК 13335-1-2006).
6. Абдеев, Р.Ф. Философия информационной цивилизации/ Р.Ф. Абдеев. – М.: ВЛАДОС, 1994.
7. Безопасность социально-экономических систем / В. Л. Шульц, В. В.

Цыганов, Р.Ф. Идрисов, Н.Н. Терехова. – М.: Наука, 2009.

8. Бухарин, С. Н. Методы и технологии информационных войн / С. Н. Бухарин, В. В. Цыганов. – М.: Акад. Проект, 2007.

9. Владимирова, Т. В. Социальная природа информационной безопасности / Т. В. Владимирова – М.: АНО Изд. Дом «Науч. обозрение», 2014.

10. <http://base.garant.ru>

11. <http://www.scrf.gov.ru>

12. <http://www.mchs.gov.ru/>

13. <http://umcgotula.ru>

Жаксылыкова А.М.
5B060200 – «Информатика» мамандығының 4 курс студенті

Ғылыми жетекшісі:

Калакова Г.К.

информатика және математика кафедрасының

аға оқытушы

А.Байтурсынов атындағы ҚМУ

Қостанай, Қазақстаны

«ҚАЗАҚ ТІЛІ» ПӘНІ БОЙЫНША БАСТАУЫШ МЕКТЕП ОҚУШЫЛАРЫНА АРНАЛҒАН ЭЛЕКТРОНДЫ ОҚУЛЫҚТЫҢ ҚҰРЫЛЫМЫН ҚАЛЫПТАСТЫРУ

Аннотация: Қазіргі кезде электронды оқу құралдарын құрастыру үрдісі жеке эксперименттер шегінен шықты, оларды білім беру жүйесіне белсенді түрде еңгізу жұмыстары жүргізілуде. Электронды оқулық термині мен оның концепциясы қалыптасты.

Кілттік сөздер: қазақ тілі, электронды оқулық, оқулық құрылымы, интерфейс.

Соңғы жылдары мұғалімдер оқу үрдісінде ақпараттық – коммуникативті оқыту технологияларын белсенді қолданып келеді. Заманауи компьютерлік технологиялар негізіндегі мектептерді ақпараттандыру электронды оқулықтарға жол ашты.

Электронды оқулықтар төмендегідей педагогикалық міндеттерді шешуге көмек бола алады:

- пәннің негізімен, пәнге байланысты негізгі түсініктер мен оның құрылымымен танысу;

- білім деңгейі бойынша дайындалу;

- білімі мен ептілігін бақылау және бағалау;

- түрлі әрекетерге қабілетін дамыту;

- білімі мен ептілігін қалпына келтіру.

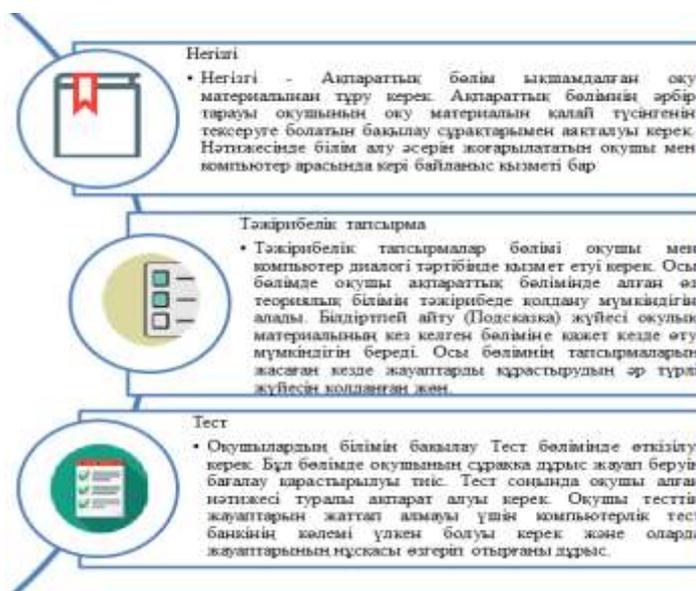
Өртүрлі электронды оқу басылымдарын құрудың әдістерін талдау арқылы электронды оқулықты жобалау барысында назарға алуға тиісті негізгі оң және теріс тенденцияларды бөліп көрсетуге болады. Сол бағанда электронды оқулықты жобалау мен іске асыру барысында ұмтылуға қажетті жағдайлар, ал оң бағанда теріс тенденциялар 1 кестеде көрсетілген.

1 кесте. Электронды оқулықты жобалаудағы оң және теріс тенденциялар

Оң тенденциялар	Теріс тенденциялар
Тек бір ғана жобада қолданумен шектелмейтін бағдарлы бағдарламалық өнімді құру	Монитор экранындағы ақпаратты қабылдауда психоло – физиологиялық ерекшеліктерге керекті көңіл бөлінбейді.
Пайдаланушыға бағдарлама жұмысы мәнін тез	Бағдарламаның дизайніне дұрыс

түсінуге мүмкіндік беретін жақсы ойластырылған анықтамалық жүйе	көңіл бөлінбейді. Оқулықтың әртүрлі бөлімдері арасында жедел ауысуға мүмкіндік беретін ойластырылған навигациялық жүйе құруға көңіл бөлмеу.
Мүмкіндігінше электронды оқулық құру барысында жалпы қол жетерлік «тегін» дара технологияларды қолдану. Қуатты қызметімен қатар пайдаланудың қарапайымдылығына ұмтылу.	Электронды оқулықты жобалау мен жасауда негізгі басымдық қымбат (қол жетерлік емес) технологияларға беріледі.
Толыққанды электронды оқулық құруда талап етпейтін, қуатты технологияны қолдану.	

Электронды оқулық құрамы бірнеше бөлімдерден (блоктардан) тұрады. Оның көрінісі 1 суретте көрсетілген.



1 сурет. Оқулық блоктары

Электронды оқу басылымдарын құрастырудың негізгі кезеңдері:

- деректер көзін таңдау;
- мазмұны мен тұжырымдамалар тізімін жасау;
- мәтінді тараулар бойынша модульдерге бөлу арқылы қайта құрастыру;
- гипермәтінді электронды формада іске асыру;
- компьютерлік қолдауды өңдеу;
- материалды мультимедиада іске асыру үшін талдау және жалпылау;
- дыбыстық сүйемелдеуді әзірлеу және іске асыру;
- материалды көрнекілік үшін дайындау;
- материалды көрнекілеу.

Электронды оқулықты құрастыру кезінде пән бойынша интернет ресурстары қолданылады. Оқу әдістемесін жасауда іріктелген материалдар оқу материалының көлемі, мазмұндалу қарапайымдылығы, көрнекіліктердің

(кестелер, сұлбалар) бар болуы өлшемдеріне сүйеніп таңдалды. Жоғарғы мәзірде теориялық бөлімдерге, басты бетке, тестілеу беттеріне өтуге болатын тізім көрсетіледі. Бұл пайдаланушыға қажетті ақпаратты табуға көмектеседі. Бүйір жақ мәзірде тақырыпшалар орналасқан беттерге өтуге болатын тізім орналасады. Әрбір тақырыпшада қысқаша түсінік пен жаттығуларға сілтеу болады. Осылайша, кез келген бетке екі шертү арқылы өтуге болады.

Оқыту мақсаты, яғни оқушының оқулықпен жұмыс істеу мақсаты - нақты пәндік облыс (біздің жағдайымызда қазақ тілі) бойынша білім алу.

Осы мақсатқа жету үшін оқу бағдарламасы негізгі 3 бөлімге бөлінді:

- теориялық;
- жаттықтырушы;
- бақылау.

Бақылау жүйесінің түрі оқыту түріне тәуелді. Берілген оқулық өз бетімен оқып үйренуге арналған, сондықтан электронды оқу құралында өзін - өзі бақылау үшін тестілеу жүйесі қолданылады. Теориялық материалдың әр бөлімі соңында электронды тесттердің орналасуы оқушының алған білімін бірден тексеуіне байланысты өте ыңғайлы, себебі оқушы электронды оқулықтың теориялық материалын, әрбір бөлімнің соңында орналасқан видео-сабақтарды қайталау мен бекіту жұмысын жүргізе алады.

Оқулықтың интерфейсіне қойылатын негізгі талаптар анықталды:

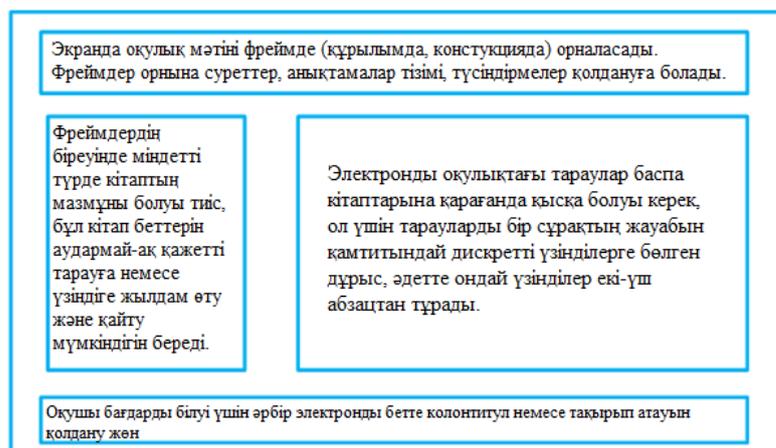
- Қарапайымдылық. Пайдаланушы бағдарлама жұмысын лезде ұғу керек. Графиканың, элементтерден шамадан тыс көп болуы пайдаланушы компьютерінің тоқтап қалуына әкелуі мүмкін.

- Икемділік. Бағдарлама басқа формаларға өтудің бірнеше жолдарына ие болуы керек.

- Стандарттау. Барлық модульдер түрі бірдей болуы қажет. Оқушылар бірнеше терезелерді қарап болған соң, навигацияны түйсікпен жүзеге асыра алуы жөн.

Оқулықтың интерфейсі келесі элементтерден тұрады: негізгі мәзір, қосымша мәзір және материалды тікелей бейнеленетін басты терезе. Интерфейс құрылымы бірдеңгейлі, яғни қандай да бір элементті шерткен кезде тиісті материал шығады. Кез келген тақырыпты басты терезеде лезде қарауға болады. Интерфейстің осындай құрылымы оқулық бойынша навигацияны жеңілдетуге арналған, электронды оқулықтың кез келген элементін тікелей шақырылады.

Электронды оқулық экраннан қабылданатындықтан, оның өз ерекшеліктері және оларға қойылатын талаптары бар. Берілген оқулықтың жалпы құрылымы 2 суретте сипатталады.



2 сурет. Электронды оқулықтың жалпы құрылымының сипаттамасы

Қолданылған әдебиеттер:

1. Зимина, О.В. Печатные и электронные учебные издания в современном высшем образовании: Теория, методика, практика. – М.: Изд-во МЭИ, 2008. – 267 с.
2. Беспалько В.П. Образование и обучение с участием компьютеров. – М.: Изд. Московского психолого-социального института, 2008. – 352 с.
3. Аленичева Е.В., Монастырев В.П. Электронный учебник (проблемы создания и оценки качества)// Высшее образования в России. – - 2011. - №1

*Зерчанинова Т.Е., к.с.н.
доцент, заведующий кафедрой
Тарбеева И.С.
магистрант*

*Российская академия народного хозяйства и государственной
службы при Президенте Российской Федерации
Уральский институт управления – филиал
Россия, г. Екатеринбург*

СОЦИАЛЬНЫЙ КРАУДФАНДИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ НАРОДНОГО ИНВЕСТИРОВАНИЯ: ЗАРУБЕЖНЫЙ И РОССИЙСКИЙ ОПЫТ

Краудфандинг отличается от старых способов сбора денег одним: он гораздо дешевле и проще в исполнении, потому что находится в интернете. Благодаря электронным объявлениям и электронным деньгам, краудфандер и спонсор общаются напрямую, при этом, не вставая со стула. В своей простоте он и заключает наибольшую привлекательность. Благодаря своим качествам Краудфандинг становится доступным всем людям в их повседневной жизни. *Краудфандинг* (народное финансирование, от англ. crowdfunding, crowd — «толпа», funding — «финансирование») — это коллективное сотрудничество людей, которые добровольно объединяют свои деньги или другие ресурсы вместе, как правило через Интернет, чтобы поддержать усилия других людей или организаций [1]. Краудфандинг является частью краудсорсинга,

предполагая использование только финансовых ресурсов толпы.

Существуют разные классификации, но наиболее интересной и отличающей краудфандинг от каких-либо других способов коллективного (народного) финансирования является классификация по наличию вознаграждения для спонсора (народа). Выделяют три вида: краудфандинг без вознаграждения; краудфандинг с нефинансовым вознаграждением; краудфандинг с финансовым вознаграждением [2]. Главной особенностью *краудфандинга с нефинансовым вознаграждением* является получение спонсором в ответ на свою поддержку нефинансового вознаграждения в виде, например, записанного альбома, приглашения на концерт, упоминания в титрах или первом образце произведенного продукта, автографа и всего того, на что хватит воображения автору проекта.

Идея коллективного финансирования родилась в Великобритании, когда в 1997 году британская рок-группа Marillion решила привлечь своих фанатов к финансированию нового альбома и турне по США. Они провели интернет-кампанию и собрали 60 тысяч фунтов. Этот факт можно смело считать успешным стартом для развития краудфандинга в мире. Масштаб краудфандингу придали уже в США. За 10 лет краудфандинг прошел путь от сбора денег на малобюджетные независимые фильмы о глобальном потеплении и альбомы небольших рок-групп до крупных и дорогих идей: Ведущим агрегатором таких проектов в США является сайт Kickstarter, где за время существования на проекты от самодельных открыток до оскароносных документальных фильмов собрано 2,1 млрд. долларов [3].

Пионерами краудфандинга в России тоже стали музыканты. Группа «Би-2» через интернет собрала средства на выпуск пластинки Spirit, а в результате разовая акция переросла в интернет-проект Planeta.ru, дающий любому человеку возможность собрать средства для реализации своей идеи. Общее количество денег, собранных на Planeta.ru с 2012 года до ноября 2015 года, составило 305 217 554 руб. Planeta.ru стала русским аналогом сайта Kickstarter и одной из первых интернет-площадок для краудфандинга в Рунете. В рамках площадки финансируются любые творческие, социальные и общественно-полезные проекты. Перед публикацией предложенная идея изучается модератором, а для его запуска подписывается отдельное соглашение с личным куратором. Говоря о социальных проектах на краудфандинговых площадках, мы имеем в виду социальный краудфандинг. Социальный краудфандинг – это метод группового финансирования социальных инициатив (благотворительных проектов, социальных предприятий, проектов некоммерческих организаций), когда основными донорами становится большое число лиц, делающих, частные пожертвования. Разумеется, в основном социальные проекты предполагают отсутствие финансового вознаграждения, но все же для привлечения широкого круга неравнодушной общественности используется нефинансовое вознаграждение при поддержке «друзей-спонсоров». Примером успешного

социального краудфандинга в России может служить проект «Больше тепла!», который в конце января 2013 года запустили движение «Друзья на улице», благотворительный фонд «Предание» и Благотворительное собрание «Все вместе». Целью был сбор средств на одежду, теплое белье и средства гигиены для бездомных обитателей Москвы. Для того, чтобы обеспечить самым необходимым 555 человек требовалось собрать всего 30 тысяч рублей. Уже через день после старта проект собрал необходимую сумму. А его общие сборы более чем в два раза превысили первоначальную цель. В качестве нефинансового вознаграждения люди, оказавшие помощь, получили зимние шапки шарфы от марки Brazgovka, варежки ручной вязки и авторские зимние шапки, связанные директором фонда «Лицом к лицу».

Но, к сожалению, не все проекты так успешны и далеко не всегда приветствуются интернет-пользователями. Среди основных *проблем развития социального краудфандинга в России* можно выделить: *неинформированность потенциальных спонсоров* – авторы проектов уделяют мало времени созданию профайла своей идеи, который размещается на краудфандинговой площадке, и не занимаются дальнейшим распространением информации о своем проекте; *нехватка денежных средств* – недостаточное количество людей, готовых поддержать других людей и потратить свои личные средства на чужую идею; *отсутствие доверия* – люди не доверяют сбору средств через интернет и дальнейшему целевому использованию, формальных гарантий от автора нет, и в виду отсутствия законодательного закрепления такой формы финансирования привлечь автора к какой-либо ответственности практически невозможно; *люди охотней вкладывают деньги в творческие проекты, чем в социальные* – здесь большую роль играют бонусы за финансирование творческих и социальных проектов. Человеку больше хочется получить автограф любимой группы или приглашение на закрытый показ, чем смс-сообщение «спасибо» или подарок, сделанный своими руками ребятами из детского дома. Именно поэтому люди активней финансируют творческие проекты (издание книги, съемка фильмов и т.п.), чем социальные (сбор средств на лечение ребенка, на помощь бездомным животным).

Для решения проблем, во-первых, необходимо расширить круг участников информационного распространения. Учитывая все нарастающие масштабы распространения и развития волонтерства, нужно привлекать добровольцев к информационному содействию. Органам местного самоуправления необходимо обратить внимание на развитие краудфандинга и оказывать возможную помощь (размещение информации на официальных источниках, печатных изданиях, самим принимать участие в помощи реализации социальных проектов). Во-вторых, *необходимые суммы для реализации проекта должны быть реальными и достижимыми.* Финансовая часть должна быть поэтапной, не нужно шокировать в своем профайле людей миллионами рублей, а в описании проекта добавлять основные направления

кратко и без пояснений касательно расходования собранных денежных средств. Финансирование нужно выстраивать поэтапно: сбор денег осуществляется на конкретные мероприятия постепенно, каждый этап подразумевает логическую и финансовую завершенность (на случай если в дальнейшем денег собрать не получится). И, в-третьих, *необходимо привлечь публичных людей и представителей органов власти к участию в проекте*. Например, принять участие в съемке видеоролика проекта или в акции в поддержку проекта. Это вызовет доверие со стороны общественности, которые обратят внимание на социальный проект и, возможно, профинансируют его.

Таким образом, можно рассматривать краудфандинг как эффективный инструмент коллективного, народного финансирования социальных проектов. Конечно, в России он еще на стадии развития, но это модель сбора денежных средств является перспективной и имеет широкие возможности в случае отклика со стороны народных спонсоров. В нашей стране краудфандинг живет только благодаря населению, законодательного или какого-то формального закрепления на федеральном, региональном или местном уровне он не имеет. В США, например, когда краудфандинг перешел на финансирование стартапов, Барак Обама принял соответствующий нормативный правовой акт, регулирующий отношения автора коммерческого проекта и его инвестора. В России такого пока не предвидится, но через несколько лет — это может стать и нашей реальностью.

Использованные источники:

1. Что такое краудфандинг? [Электронный ресурс] URL: <http://www.crowdconsulting.ru/crowdfunding> (дата обращения 6.03.2016)
2. Классификация краудфандинга. [Электронный ресурс] URL: http://crowdsourcing.ru/article/what_is_the_crowdfunding (дата обращения 24.04.2016)
3. Start a project. [Электронный ресурс] URL: <https://www.kickstarter.com/learn?ref=nav> (дата обращения 4.05.2016)
4. Александр Будик. Самый успешный краудфандинг: 3D-принтер собрал \$28 млн. [Электронный ресурс] URL: <http://www.3dnews.ru/922449> (дата обращения 23.03.2016)

*Катеринич Т.Н.
студент 4 курса
Шешко А.В.
студент 4 курса
факультет «Инженерно-экономический»
БГТУ
Беларусь, г. Минск*

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ВЗАИМООТНОШЕНИЯМИ С КЛИЕНТАМИ

В статье рассматривается система управления взаимоотношениями с клиентами, функции, виды и применение CRM-системы.

Ключевые слова: CRM-система, оптимизация, клиенты, информация, оперативный, аналитический, коллаборационный.

The article discusses the relationship management with customers, functions, types and application of CRM-system.

Keywords: CRM- system optimization, customers, information, operational, analytical, kollaboratsionny.

Сегодня бизнес невозможно представить без самого главного, что оправдывает само существование компании – клиентов. Клиентская база является второй по ценности составляющей любого бизнеса после уникального торгового предложения компании.

Поэтому управление отношениями с клиентами очень важно, ведь каждый заказчик индивидуален, а из мелких деталей, складываются взаимоотношения партнеров.

CRM (Customer Relationship Management) - управление взаимоотношениями с клиентами. CRM - это ряд программ, позволяющих осуществлять следующие важнейшие операции по управлению отношениями с клиентами:

- продажа товаров и услуг компании;
- обслуживание продукции компании, поставленной клиенту;
- маркетинг новых и существующих товаров и услуг компании по клиентской базе;
- анализ поведения клиентов [1].

Входные данные CRM-системы – эта вся информация о клиенте (возраст, пол, доход, способ оплаты, цель покупки), его покупке и его действиях. Данная информация получается из разных источников: анкеты, счета, электронные письма, личный контакт с клиентом. Выходные данные – информация о том, как фирме необходимо скорректироваться, чтобы улучшить взаимоотношения с клиентами.

В функции CRM-системы входят:

1) Сбор информации. Информация может добавляться в CRM-систему как автоматически, например, из интернет-магазина так и вноситься

сотрудником компании.

2) Хранение и дальнейшая обработка информации.

3) Передача информации в удобном виде для пользователя.

Обработанная информация передается сотруднику для того, чтобы он смог сделать на ее основе вывод. С целью его удобства она предоставляется в таблицах, графиках. Иногда система уже приводит какие-то рекомендации на основе обработанных данных.

На практике интегрированная система CRM обеспечивает координацию действий различных отделов, обеспечивая их общей платформой для взаимодействия с клиентами. С этой точки зрения назначение CRM – исправить ситуацию, когда отделы маркетинга, продаж и сервиса действуют независимо друг от друга, причем их видение заказчика часто не совпадает, а действия несогласованны.

С точки зрения управления бизнесом эффект от внедрения CRM проявляется в том, что процесс принятия решения за счет автоматизации переносится на более низкий уровень и унифицируется. За счет этого повышается скорость реакции на запросы, растет скорость оборота средств и снижаются издержки.

Результатом применения стратегии является повышение конкурентоспособности компании и увеличение прибыли, так как правильно построенные отношения, основанные на персональном подходе к каждому клиенту, позволяют привлекать новых клиентов и помогают удержать старых [2].

Современные CRM-системы можно разделить на три ключевых направления:

- Оперативная CRM-система
- Аналитическая CRM-система
- Коллаборационная CRM-система

Оперативная CRM — это уровень автоматизации оперативных процедур исполнителей и оперативных руководителей разного уровня. К данному слою относятся (фронт-офисные) системы автоматизации маркетинга, продаж и сервиса; системы интеграции фронт-офисных и учетных подсистем; собственно, учетные системы, хранящие и обрабатывающие финансовую информацию о клиентах. Потребителями результатов автоматизации данного уровня являются непосредственные исполнители — сотрудники отделов, работающих с клиентами: маркетологи, менеджеры по продажам, секретари, руководители соответствующих линейных подразделений, коммерческий директорат, служба сервисной поддержки.

Аналитическая CRM — это уровень автоматизации управленческих процессов, связанных с глубоким анализом данных о клиентской базе компании. Соответственно, информационные системы, входящие в этот слой, — это системы организации хранилищ данных, системы оперативного и

статистического анализа клиентской базы. Потребителями результатов автоматизации данного уровня являются чаще всего руководители, занимающиеся стратегическим управлением компании.

В число задач, решаемых с помощью аналитического CRM, входят синхронизация разрозненных массивов данных и поиск статистических закономерностей в этих данных для выработки наиболее эффективной стратегии маркетинга, продаж, обслуживания клиентов и т.п. Требуется хорошей интеграции систем, большого объема наработанных статистических данных, качественного аналитического инструментария.

Аналитический CRM менее популярен, чем оперативный. Однако он больше связан с BI-системами, а также соприкасается с концепциями Data Warehousing, Data mining - об интеллектуальном анализе данных, поэтому поставщики систем в этих областях активно продвигают и репозиционируют свои системы как системы Аналитического CRM (например, SAS).

Коллаборационная CRM — это уровень автоматизации контактов с клиентами по различным каналам связи (телефон, личный контакт, электронные каналы). Этот слой информационных систем компании может состоять из веб-портала (электронный канал — интернет), системы электронной почты (тоже интернет), call-центра (телефонный канал), системы учета и планирования контактов (личные контакты). Потребителями результата автоматизации этого уровня являются те же сотрудники, что и в слое оперативного CRM [3].

Систем, поддерживающих коллаборационный CRM, практически нет на рынке, в том числе потому, что коллаборационный процесс в большинстве случаев сугубо индивидуален и должен автоматизироваться за счет чрезвычайно гибкой CRM-системы. Кроме того, эта система должна быть основана на самых дешевых и открытых технологиях снижения затрат на построение интерфейса между организацией и клиентами.

Использованные источники:

1. CRM [Электронный ресурс] <http://crm.informicus.ru/Section.aspx?SubsectionId=38>
2. Функции CRM-системы [Электронный ресурс] <http://www.belerp.com/modules.php?name=Pages&pa=showpage&pid=156>
3. CRM-системы [Электронный ресурс] <http://www.tadviser.ru/index.php/>

Клементьев С.А.
студент 2 курса
направление подготовки Информационные системы и технологии
ФГБОУ ВО «Поволжский государственный университет
телекоммуникаций и информатики»
Россия, г. Самара

ПРИМЕНЕНИЕ ОБЛАЧНЫХ ВЫЧИСЛЕНИЙ

Аннотация

Статья посвящена обзору методов предоставления услуг облачных вычислений: IaaS, PaaS и SaaS. Рассмотрены особенности их применения, а также преимущества и недостатки использования облачных технологий.

Ключевые слова: *информационные технологии, облачные вычисления, облачные технологии, применение облачных технологий.*

Облачные технологии – это современные IT-технологии, принцип действия которых заключается в предоставлении доступа к ЦОДам (центрам обработки данных) удаленно.

Существует три возможных подхода к тому, чтобы применять облачные вычисления: Software as a Service (SaaS), Platform as a Service (PaaS), Infrastructure as a Service (IaaS).

SaaS предоставляет программное обеспечение как сервис (пользователь использует готовое программное обеспечение и не задумывается над платформой и инфраструктурой). SaaS использует сеть для доступа к управлению приложениями для клиентов.

Большинство приложений SaaS могут управляться непосредственно из браузера без необходимости загрузки и установки дополнительных программ на стороне клиента. Благодаря модели SaaS – крупным компаниям проще обеспечивать управление и поддержку своих систем, так как каждый элемент может легко предоставляться и управляться различными поставщиками услуг SaaS – службы приложений, хранение данных, виртуализация, сервера, сети и так далее.

Популярные SaaS включают в себя почту, системы менеджмента предприятием и так далее.

Есть определенные ситуации, когда использование SaaS нежелательно:

- Требуется очень быстрая обработка данных в реальном времени.
- Запрещено выкладывать данные в облако.
- Существующее локальное решение удовлетворяет всем потребностям организации.

Платформа как сервис, или Platform as a Service (PaaS), предоставляют облачные компоненты для использования в разработке и запуске различных приложений и служб (в аренду можно взять базы данных, операционную

систему и средства разработки). Главным преимуществом **PaaS** является то, что **PaaS** фактически является Фреймворком для разработчиков, с помощью которого они могут вести разработку или управлять конфигурацией разрабатываемого ими приложения. **PaaS** делает процесс разработки, тестирования и дилоля приложений быстрым, простым и финансово выгодным.

Благодаря **PaaS** – поставщик услуг **PaaS** предоставляет и управляет низкоуровневыми компонентами систем, такими как реализация, виртуализация, размещение физических серверов, хранилищ, сети и т.д. В то же время разработчики заказчика **PaaS** услуг занимаются непосредственно разработкой самого приложения, которое будет использовать компоненты предоставляемых услуг.

Энтерпрайз **PaaS** предоставляют разработчикам доступ к системе управления всеми необходимыми им ресурсами с централизованного портала. Подобные службы могут использовать гибридную модель поставки услуг через общедоступный **IaaS** совместно с локальной инфраструктурой, либо только через приватный **PaaS** поставщика.

Пример PaaS: Apprenda;

Область применения PaaS: увеличение продуктивности работы разработчиков, снижение затрат на разработку, более быстрая возможность выпуска приложения на рынок.

Инфраструктура в облаке, или **Infrastructure as a Service (IaaS)** – модель доступа для управления и мониторинга инфраструктурой удаленного дата центра, включая вычисления (с использованием виртуализации или реальных серверов), устройства и системы хранения данных, сети и сетевые службы. Вместо того, что бы приобретать сервера и оборудование, решать вопросы их размещения и организации доступа к ним – предприятие может приобрести их в виде **IaaS**.

По сравнению с моделями **SaaS** и **PaaS** пользователи **IaaS** сами ответственны за управление приложениями, данными, операционными системами и так далее. Поставщики услуг **IaaS** в свою очередь ответственны за реализацию виртуализации, размещение серверов, устройств хранения данных и сети. Многие поставщики услуг **IaaS** предоставляют доступ к службам баз данных, системам очереди сообщений (*Messaging Queues – MQ*) и другим системам. Главным преимуществом для пользователей **IaaS** является то, что они могут установить любое необходимое им ПО, используя инфраструктуру поверх виртуализации, которая предоставляется поставщиком услуг **IaaS**.

Примеры IaaS: Amazon Web Services (AWS), Microsoft Azure, Google Compute Engine (GCE), Joyent.

Область применения IaaS: расширение инфраструктуры дата-центра, в

случае временного повышения нагрузки.

Облачные вычисления могут предоставить пользователям ряд различных преимуществ. Множество больших и малых предприятий используют облачные вычисления вместо традиционных альтернатив. Есть ряд причин, почему облачные вычисления так широко используются сегодня среди предпринимателей.

- Доступность – стоимость развертывания приложений в облаке может быть меньше из-за снижения затрат на аппаратное обеспечение более эффективного использования физических ресурсов.
- Универсальный доступ - облачные вычисления дают доступ к инфраструктуре удаленно расположенным сотрудникам.
- Динамическое выделение ресурсов – облачные сервисы дают возможность изменять количество предоставляемой вычислительной мощности и оплачивать в соответствии с используемыми ресурсами.

Отрицательные факторы при использовании облачных вычислений:

- небезопасность конфиденциальных данных.
- передача контроля над IT-инфраструктурой внешнему поставщику.

Для организаций, стремящихся перейти к облачным вычислениям важно понять различные аспекты облачных вычислений и самостоятельно оценивать ситуацию и решать, какие типы решений являются подходящими для их специфических потребностей.

Использованные источники:

1. Облачные Технологии. Теория и практика / Д. Н. Монахов, Н. В. Монахов, Г. Б. Прончев, Д. А. Кузьменков. — МАКС Пресс Москва, МГУ, 2013. — С. 128.
2. Мурзин Ф. А., Батура Т. В., Семич Д. Ф. Облачные технологии: основные модели, приложения, концепции и тенденции развития // Программные продукты и системы. 2014. №3 (107). URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/oblachnye-tehnologii-osnovnye-modeli-prilozheniya-kontseptsii-i-tendentsii-razvitiya-1> (дата обращения: 03.06.2016).
3. ЛЯЩЕНКО Ю.В., БАГАЕВА А.П. Преимущества и недостатки облачных технологий // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. 2014. №10. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/preimuschestva-i-nedostatki-oblachnyh-tehnologii> (дата обращения: 03.06.2016).

*Кочеткова А.А.
студент 2 курса
Якимчук А.В.
студент 2 курса*

*факультет «Базового телекоммуникационного образования» и
«Информационных систем и технологий»
Поволжский государственный университет
телекоммуникаций и информатики
Россия, г. Самара*

КЛАССИФИКАЦИЯ СЕТЕВЫХ АТАК

Статья посвящена сетевым атакам и мерам предосторожности.

Интернет, атака, сеть, безопасность, взлом, хакер.

В прошлой статье я писала о важности скрытия своих личных данных в связи с участвовавшими публикациями разоблачения спецслужб. Каждый день хакеры подвергают угрозе ресурсы, пытаясь получить к ним доступ с помощью специальных атак. С течением времени эти атаки становятся проще осуществить, так как благодаря повсеместному проникновению интернета ни одно устройство не находится в безопасности. Так же из-за распространения простых в использовании операционных систем и сред уровень знаний, необходимый для «взлома», резко снижается.

Сейчас существует огромное множество сетевых атак как простых, так и сложных, но все они делятся на 2 типа воздействия: пассивный и активный. Пассивное воздействие на распределенную вычислительную систему - воздействие, которое не оказывает непосредственного влияния на работу системы, но может нарушать ее политику безопасности. Пассивное удаленное воздействие практически невозможно обнаружить. Пример: прослушивание канала связи в сети.

Активное воздействие на распределенную вычислительную систему - воздействие, оказывающее непосредственное влияние на работу системы (изменение конфигурации РВС, нарушение работоспособности и т. д.) и нарушающее принятую в ней политику безопасности.

Практически все типы удаленных атак являются активными воздействиями. Особенностью активного воздействия по сравнению с пассивным является принципиальная возможность его обнаружения, так как в результате его осуществления в системе происходят определенные изменения. В отличие от активного, при пассивном воздействии не остается никаких следов. Перечислим некоторые активные атаки, чаще всего применяемые против сетей.

Снифферы пакетов.

Сниффер пакетов представляет собой прикладную программу, которая использует сетевую карту, перехватывающую все сетевые пакеты, передающиеся через определенный домен.

IP-спуфинг.

IP-спуфинг происходит, когда хакер, находящийся внутри корпорации или вне ее выдает себя за санкционированного пользователя. Это можно сделать двумя способами. Во-первых, хакер может воспользоваться IP-адресом, находящимся в пределах диапазона санкционированных IP-адресов, или авторизованным внешним адресом, которому разрешается доступ к определенным сетевым ресурсам. Атаки IP-спуфинга часто являются отправной точкой для прочих атак. Классический пример - атака DoS, которая начинается с чужого адреса, скрывающего истинную личность хакера.

Парольные атаки.

Хакеры могут проводить парольные атаки с помощью целого ряда методов, таких как простой перебор (brute force attack), троянский конь, IP-спуфинг и сниффинг пакетов. Хотя логин и пароль часто можно получить при помощи IP-спуфинга и сниффинга пакетов, хакеры часто пытаются подобрать пароль и логин, используя для этого многочисленные попытки доступа. Такой подход носит название простого перебора (brute force attack). Часто для такой атаки используется специальная программа, которая пытается получить доступ к ресурсу общего пользования (например, к серверу). Если в результате хакер получает доступ к ресурсам, он получает его на правах обычного пользователя, пароль которого был подобран. Если этот пользователь имеет значительные привилегии доступа, хакер может создать для себя "проход" для будущего доступа, который будет действовать даже если пользователь изменит свой пароль и логин.

Атаки типа Man-in-the-Middle.

Для атаки типа Man-in-the-Middle хакеру нужен доступ к пакетам, передаваемым по сети. Такой доступ ко всем пакетам, передаваемым от провайдера в любую другую сеть, может, к примеру, получить сотрудник этого провайдера. Для атак этого типа часто используются снифферы пакетов, транспортные протоколы и протоколы маршрутизации. Атаки проводятся с целью кражи информации, перехвата текущей сессии и получения доступа к частным сетевым ресурсам, для анализа трафика и получения информации о сети и ее пользователях, для проведения атак типа DoS, искажения передаваемых данных и ввода несанкционированной информации в сетевые сессии.

Атаки на уровне приложений.

Атаки на уровне приложений могут проводиться несколькими способами. Самый распространенный из них состоит в использовании хорошо известных слабостей серверного программного обеспечения (sendmail, HTTP, FTP). Используя эти слабости, хакеры могут получить доступ к компьютеру от имени пользователя, работающего с приложением (обычно это бывает не простой пользователь, а привилегированный администратор с правами системного доступа). Сведения об атаках на уровне приложений широко публикуются, чтобы дать возможность администраторам

исправить проблему с помощью коррекционных модулей (патчей). К сожалению, многие хакеры также имеют доступ к этим сведениям, что позволяет им учиться.

Отказ в обслуживании (Denial of Service - DoS).

DoS (от англ. Denial of Service) — атака, имеющая своей целью заставить сервер не отвечать на запросы. Такой тип атаки не подразумевает непосредственно получение некоторой секретной информации, но используется для того, чтобы парализовать работу целевых сервисов. Например, некоторые программы из-за ошибок в своем коде могут вызывать исключительные ситуации, и при отключении сервисов способны исполнять код, предоставленный злоумышленником или атаки лавинного типа, когда сервер не в состоянии обработать все входящие пакеты.

DDoS (от англ. Distributed Denial of Service — распределённая DoS) — подтип DoS атаки, имеющий ту же цель что и DoS, но производимой не с одного компьютера, а с нескольких компьютеров в сети. В данных типах атак используется либо возникновение ошибок, генерирующих отказ сервиса, либо срабатывание защиты, вызывающей блокирование работы сервиса, а в результате также и отказ в обслуживании. DDoS используется там, где обычный DoS неэффективен. Для этого несколько компьютеров объединяются, и каждый производит DoS атаку на систему жертвы. Вместе это называется DDoS-атака.

Так же различают угрозы по цели воздействия, по условию начала осуществления воздействия, по наличию обратной связи с атакуемым объектом, по расположению атакующего относительно атакуемого объекта, по уровню эталонной модели ISO/OSI, на котором осуществляется воздействие.

В зависимости от этих параметров, мы делаем выводы о том, какой именно угрозе мы подверглись и о способе защиты от нее.

Существует множество способов защиты от злоумышленников, в том числе антивирусы, фаерволлы, различные встроенные фильтры и пр. Самым же эффективным является профессионализм пользователя. Не следует открывать подозрительные сайты (ссылки), файлы в письмах от отправителя типа "таинственный незнакомец". Перед открытием вложений со знакомых адресов следует запрашивать подтверждение каким-либо иным, нежели почта, способом. Как правило, в этом могут помочь курсы повышения компьютерной квалификации и грамотности, проводимые практически в любой организации. Это, впрочем, не заменит защитные механизмы и программы. Стоит помнить, что технология сетевых атак не стоит на месте и поэтому следует как можно чаще осуществлять обновление антивируса, а также проводить полные проверки компьютеров.

Использованные источники:

1. http://lagman-join.narod.ru/spy/CNEWS/cisco_attacks.h..
2. https://ru.wikipedia.org/wiki/Хакерская_атака

3. <http://www.it-click.ru/articles/web-studio/hacking-we..>
4. http://www.i2r.ru/static/450/out_14782.shtml

Қалтай Н.Б.
5B060200–Информатика мамандығының 4 курс студенті
ғылыми жетекшісі:
Калакова Г.К.
информатика және математика кафедрасының
аға оқытушы
А.Байтурсинов атындағы ҚМУ
Қостанай, Қазақстан

АРҚАЛЫҚ ҚАЛАСЫ БОЙЫНША ТЕЛЕКОММУНИКАЦИЯ ЖЕЛІСІН МОДЕРНИЗАЦИЯЛАУ

Аннотация: Мақала қазіргі кездегі Арқалық қаласы бойынша телекоммуникация желісін жаңғырту мәселесіне арналған. Ең алғашында Арқалық қаласында телекоммуникация желісі мүлде төмен жағдайда жұмыс жасады. Қолданушылар саны аз болғанына байланысты, экономикалық құлдырауларға да ұшырады. Кейін келе қолданушылар саны арта түсті, оған себеп, адамдар өз өмірлерін техникасыз елестете алмайды. Яғни, техника оған қосылған желі тұтынушы жұмысын жеңілдетіп, үйде отырып жұмыс жасауына мүмкіндік береді. Осыған байланысты телекоммуникация желісін жаңғыртса, тиімді жағын асырса, тез жұмыс жасауын қадағаласа, қолданыс аясы шектеусіз болса, соғұрлым сұраныс деңгейі арта түспек. Осы мәселе жағдайын аша түсуді көздедім.

Ключевые слова: телекоммуникациялар, желілер, интернет.

Бұл жұмыстың басты мақсаты, Арқалық қаласының қазіргі заманға сай экономикалық жағынан арзан байланыс қызметін, яғни жаңа технологияларын пайдалана отырып Интернетке қол жеткізу, ақпараттандыру деңгейін жоғарылату мақсатында желілерді модернизациялау болып табылады.

Телефон байланысының сапасын жоғарылату және абоненттерге қосымша қазмет көрсету, оған қоса өкінішке орай, Қазақстанда отандық өнеркәсіп тиісті жабдықты өндірмейді, сондықтан БАҚ «Қазақтелеком» шетелдік жобаларға сүйенеді. Қазақстан телекоммуникация нарығының ең белсенді фирмалары ALCATEL, AT&T, DAEWOO, NETAS, SIEMENS, ECI және тағы басқалар болып табылады. Шетелдік және отандық тәжірибелер көрсеткендей, аналогтық ажыратқыштарды электрондыққа ауыстыру үлкен күрделі шығындарды және материалдық ресурстарды пайдалануды талап етеді, оны жүзеге асыру айтарлықтай уақыт алады.

Диплом жұмысында алда орындалу керек мәселелер:

- телекоммуникациялық желілеріне талдау жасау;
- телекоммуникациялық желілерді толық зерттеу;

- жаңа технологиялардың жүйесіне құрал-жабдық таңдау; және т.б.

Зерттеу телекоммуникациялық желілерді жаңа технологияларды қолдана отырып жобалау болып табылады.

Зерттеу объектісі болып, Арқалық қаласы бойынша телекоммуникация желісін модернизациялау болып табылады.

Диплом жұмысының құрылымы: Диплом жұмысы алты бөлімнен тұрады. Бірінші бөлімде қолданыстағы желілердің талдауы, телекоммуникациялық желіде қолданылатын негізгі жабдықтар туралы мәліметтер беріледі. Екінші бөлімде ESS сипаттамасы және мінездемесі т олығымен қарастырылады. Үшінші бөлім-есептеу бөлімі. Бұл бөлімде желіні өткізу кезінде пайда болған жүктеменің есептеуі. Төртінші бөлімде абоненттік сызықтық тығыздаудың сандық жүйесі туралы болса, бесінші мен алтыншы бөлімдерінде сигналдық жүктеменің есептеуі жіне бизнес-жоспар берілген.

Қолданылған әдебиеттер:

1. Алексеев Е.Б., Заркевич Е.А., Скляр О.К., Устинов С.А. Эволюция сети доступа на основе применения волоконно-оптических технологий, «Электросвязь», 2003,
2. Бакланов И.Г. Методы измерений в системах связи. / Под ред. А.Б. Иванова. - М.: Эко-Трендз, 1999
3. Бакланов И.Г. Технологии измерений первичной сети. Часть 1. Системы E1, PDH, SDH. - М.: Эко-Трендз, 2008.

Лисеенко Р.Г.

студент 302 группы

Новозыбковский филиал БГУ

ИНФОРМАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА

Аннотация: в статье рассматриваются и сравниваются понятия информационной культуры и информационной грамотности, а также место образования в формировании информационной культуры личности.

Annotation: the article describes and compares the concept of information culture and information literacy, and the place of education in the formation of information culture of the person.

Ключевые слова: информационная культура, информационная грамотность.

Keywords: information culture, information literacy.

Становление информационного общества потребовало обеспечить адекватность образования динамичным изменениям, происходящим в природе и обществе, всей окружающей человека среде, возросшему объему информации, стремительному развитию новых информационных технологий. Особое значение в информационном обществе приобретает организация информационного образования и повышение информационной культуры личности, а также повышение компьютерной грамотности населения.[4]

Сопоставление понятий «информационная грамотность» и «информационная культура личности» свидетельствует об их значительном сходстве. Оба понятия характеризуют сложный, многоуровневый и многоаспектный феномен взаимодействия человека и информации. В составе объема обоих понятий выделяется много компонентов: от умения вести поиск информации, анализировать и критически оценивать найденные источники информации, до их творческого использования в целях решения многообразных задач, возникающих в учебной, профессиональной, досуговой или иной деятельности.[3]

В современном информационном обществе информационная культура определяется как относительно целостная система профессиональной и общей культуры человека, взаимосвязанная с культурой мышления. Кроме того информационная культура имеет структуру, составляющим которой являются: мировоззренческий аспект, предполагающий осознание влияния информационных технологий на развитие общества; профессиональный, направленный на использование современных средств информационных технологий в профессиональной, учебной и исследовательской деятельности.[1]

Человек с развитой информационной культурой характеризуется как личность, обладающая целым комплексом знаний и умений: во-первых, это владение тезаурусом, включающим такие понятия, как информационные ресурсы, информационное мировоззрение, информационная среда, информационное поведение и др.; во-вторых, умение грамотно формулировать свои информационные потребности и запросы; в-третьих, способность эффективно и оперативно осуществлять самостоятельный поиск информации с помощью как традиционных, так и нетрадиционных, в первую очередь, компьютерных поисковых систем; в-четвертых, умение рационально хранить и оперативно перерабатывать большие потоки и массивы информации; в-пятых, знание норм и правил «информационной этики» и умение вести информационно-коммуникационный диалог.[2]

Большое значение в формировании информационной культуры имеет образование, которое должно формировать нового специалиста информационного сообщества, обладающего следующими умениями и навыками: дифференциации информации; выделения значимой информации; выработки критериев оценки информации; производить информацию и использовать ее. Массовое повышение уровня информационной культуры общества возможно лишь при организации специального обучения современных потребителей информации. Только специальная подготовка, только информационное образование позволяют человеку получить реальный доступ к информационным ресурсам и культурным ценностям, сосредоточенным в библиотеках и информационных центрах, архивах и музеях мира. Это важно в такой же, если не в большей степени, как и наличие компьютеров и каналов связи - неперенных и более очевидных для

массового сознания атрибутов информационного общества.[3]

В целом же, овладение информационной культурой – путь универсализации качеств человека, способствующий реальному пониманию человеком самого себя, своего места и своей роли, а что самое значимое – способ вхождения в информационное общество.

Использованные источники:

1. Белоус Н.Н. Проблемы и тенденции информатизации образования// Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук.-2015-№2-2. С 65-67– URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=23056266>
2. Кравец В.А., Кухаренко В.Н. Вопросы формирования информационной культуры. URL: <http://www.pedlib.ru>
3. Медведева Е.А. Основы информационной культуры. URL: <http://demo.neb.elar.ru>
4. Семенюк Э.П. Информационная культура общества и прогресс информатики. URL: <http://lib.sportedu.ru>

*Макаров В.А.
студент 1 курса
факультет «Информационные системы и технологии»
Поволжский государственный университет телекоммуникаций и
Информатики
Салмин А. А., к.техн.н.
доцент
кафедра «Информационные системы и технологии»
Россия, г. Самара*

ИНТЕРАКТИВНЫЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ

Аннотация. В данной статье рассмотрены вопросы развития интерактивных систем. Обращено внимание на ключевые технологии, напрямую связанные с подобными процессами развития.

Ключевые слова: сенсоры; интерактивной системы; мультитач; системы управления; информационные технологии.

INTERACTIVE MANAGEMENT SYSTEM

Abstract. This article describes the development of interactive systems . Attention is paid to the key technologies directly linked to the development of similar processes.

Key words: sensors, interactive system , multitouch, control systems, Information Technology.

В современном информационном обществе без новых технологий не может обойтись ни один человек. Не так давно были созданы интерактивные системы управления для удобного использования появившихся технологий. Интерактивная система управления – это общее название целого ряда устройств, которые дают возможность управления жестами, то есть

взаимодействия с информацией без помощи таких аксессуаров, как мышь и клавиатура. Сенсорные киоски (для приема различного рода платежей), интерактивные доски (в учебных заведениях), интерактивные ЖК-панели (в офисах) – всё это интерактивные системы, которые прочно вошли в нашу жизнь. В данной статье будут подробно рассмотрены интерактивные системы управления и области их применимости в настоящее время.

В состав любой интерактивной системы входит интерактивный дисплей. Данный дисплей представляет собой экран, на котором отображается информация. Однако экран - это не пассивное устройство, требующее отдельного источника данных. Интерактивный дисплей сам по себе является хранителем информации, и, как на компьютер, на него можно устанавливать различные программные приложения. Пользователь может перемещать или вращать отдельные части отображаемой на экране картинки, переходить по ссылкам, «вызывать» нужные данные, удалять ненужные – и все это легким движением руки. Управление жестами стало возможным благодаря использованию инфракрасных камер, которые расположены с внутренней стороны дисплея и улавливают прикосновение пальцев (специальных маркеров, инфракрасных ручек).

Существует множество различных типов сенсорных экранов, которые работают на разных физических принципах. Наиболее популярными среди них являются емкостной и проекционно-емкостной сенсоры. Емкостной сенсор – это стеклянная панель, покрытая прозрачным токопроводящим материалом. Electroды по углам экрана подают на проводящий слой небольшое переменное напряжение. Если прикоснуться к экрану токопроводящим предметом (например, пальцем) – появляется утечка тока. И чем ближе точка касания к электроду, тем больше сила тока. Данная технология получила название «емкостной» из-за того, что предмет большой емкости (например, человеческое тело) способен проводить переменный ток. В проекционно-емкостной технологии используется сетка электродов (Рис.1). Прикосновение к электроду предметом высокой емкости (например, пальцем) образует конденсатор, емкость которого и измеряется. Исходя из этого, возможно вычислить положение пальца и площадь касания. По сравнению с обычным емкостным сенсором, эта технология поддерживает мультитач, но при этом обладает всеми ее основными преимуществами. Пожалуй, главный недостаток проекционно-емкостной технологии – сложная электронная начинка и высокая цена. Вот почему подобные экраны используются, как правило, в дорогих устройствах.

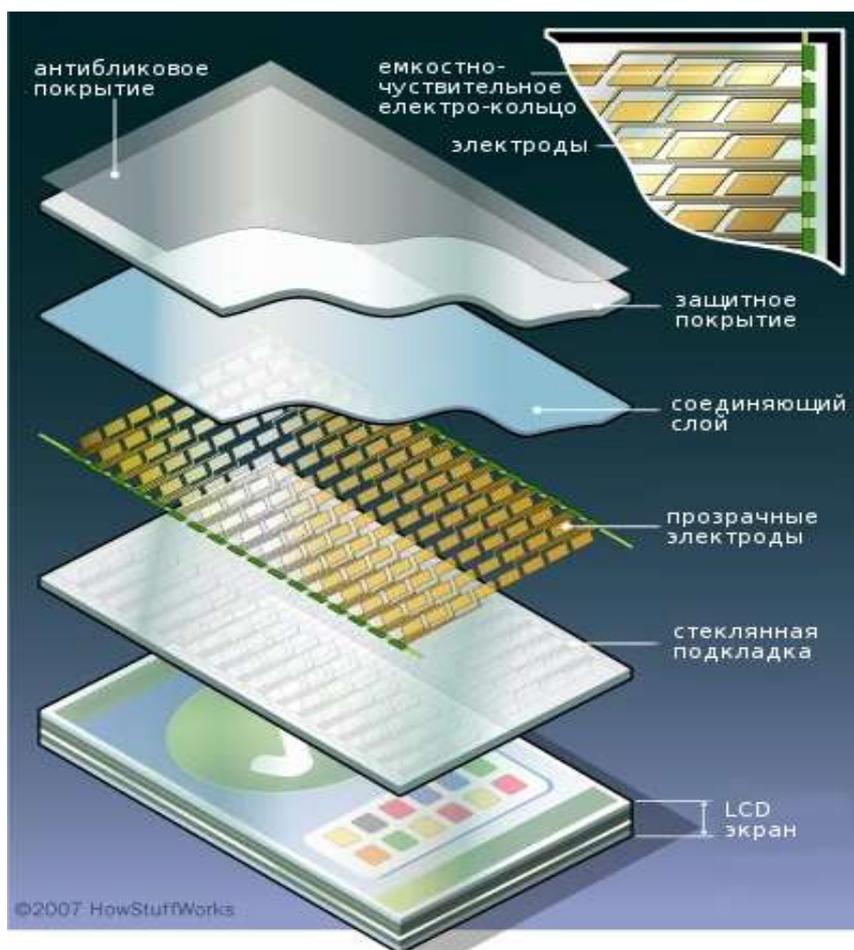


Рис. 1 Проекционно-емкостная технология

Емкостные сенсоры работают только от касания рук или других токопроводящих предметов со схожими характеристиками (например, намагниченный металлический предмет). Стилус не только служит для рисования и рукописного ввода заметок (экран распознает силу касания, что позволяет рисовать линии разной толщины).

Емкостные сенсоры можно рассмотреть на примере интерактивной доски. Подобная доска представляет собой большой сенсорный экран, работающий как часть системы, в которую также входят компьютер и проектор. С помощью проектора изображение рабочего стола компьютера проецируется на поверхность интерактивной доски. В этом случае доска выступает как экран. С проецируемым на доску изображением можно работать, вносить изменения и пометки. Все изменения записываются в соответствующие файлы на компьютере, могут быть сохранены и в дальнейшем отредактированы или переписаны на съемные носители. В этом случае, электронная доска работает в качестве устройства ввода информации. Доской можно управлять как с помощью специального стилуса, так и с помощью прикосновений пальцем. Это зависит от того, какие технологии были использованы при изготовлении доски. Связь доски и компьютера двусторонняя, а палец или перо (стилус, ручка) интерактивной доски работает как мышь.

С каждым годом все больше и больше в жизнь студентов и школьников входит такое понятие как сенсорные доски. Данный вид интерактивных систем необходим и очень удобен для электронного копирования информации во время учебного процесса или презентаций. А так же умелое применение интерактивных технологий и приемов управления ими, проведение занятий или докладов позволяет формировать познавательный интерес обучающихся. По сравнению с традиционными формами ведения занятий, в интерактивном обучении меняется взаимодействие преподавателя и обучаемого: активность педагога уступает место активности обучаемых, а задачей педагога становится создание условий для их инициативы.

В век информационных технологий интерактивные системы с каждым днем все больше и больше внедряются в нашу жизнь. Изучение данных систем, овладение методами управления ими является необходимостью в настоящее время. Интерактивные системы существенно расширяют возможности человека. Развитие данной области однозначно необходимо и неизбежно. Существенной проблемой является не разработка данных систем и не их внедрение, а их стоимость. К примеру, стоимость одного сенсорного киоска превышает 50 тыс. рублей, а стоимость полнофункциональной интерактивной доски около 100 тыс. рублей.

Таким образом, современные интерактивные технологии активно развиваются. Области их применения существенно расширяются с каждым годом, но так же существуют и некоторые проблемы, связанные с их внедрением в общество, из-за высокой стоимости.

Использованные источники:

1. Wiberg, Mikael Interaction per se: understanding “the ambience of interaction” as manifested and situated in everyday & ubiquitous IT-use (англ.) // International Journal of Ambient Computing and Intelligence. — 2010. — Vol. 2, no. 2.
2. Фисун А. П., Гращенко Л. А. и др. Теоретические и практические основы человеко-компьютерного взаимодействия: базовые понятия человеко-компьютерных систем в информатике и информационной безопасности / А.П. Фисун. — Деп. в ВИНТИ 15.10. 2004 г. № 1624 – В 2004. — Орел: Орловский государственный университет, 2004. — 169 с. — (Рукопись).

*Макаров В.А.
студент 1 курса
факультет «Информационные системы и технологии»
Поволжский государственный университет
телекоммуникаций и Информатики
Бедняк С.Г., к.пед.н.
доцент, заместитель зав. кафедрой
«Информационные системы и технологии»
Россия, г. Самара*

АВТОМАТИЗИРОВАННАЯ ИНФОРМАЦИОННАЯ СИСТЕМА «САЛОН СОТОВОЙ СВЯЗИ»

Аннотация. В данной статье рассмотрены вопросы развития информационных систем, рассмотрены задачи автоматизации, функции информационных систем.

Ключевые слова: базы данных, информационная система, информационные технологии, входными данными, выходные данные.

AUTOMATED INFORMATION SYSTEM «MOBILE SALON»

Abstract. This article describes the development of information systems; consider automating tasks, functions of information systems.

Key words: database, information system, information technology, input data, output data.

В сфере современной торговли существует множество проблем, главными из которых являются проблемы автоматизации торговых процессов и составления отчетных документаций. Наиболее оптимальным решением этих проблем являются специальные автоматизированные информационные системы. «Салон сотовой связи» - одна из таких систем, создающая для всех сотрудников предприятия единую рабочую среду, где осуществляется быстрый доступ к информации и быстрое осуществление всех операций и расчетов[1].

Базы данных составляют в настоящее время основу компьютерного обеспечения информационных процессов, входящих практически во все сферы человеческой деятельности, являясь хранилищем большого количества информации. Системы управления базами данных предоставляют пользователю инструменты для автоматизации работы с базами данных.

"1С: Предприятие 8.2" создает для владельцев, руководителей и сотрудников предприятия единую рабочую среду, удобную и эффективную как для выполнения ежедневных задач, так и для анализа и поддержки управленческих решений[2].

Основополагающей задачей является автоматизация работы салона, начиная от заказа товара до его списания или реализации, а также обеспечение быстрого доступа к необходимой информации

Автоматизированная информационная система «Салон сотовой связи»

предназначена для решения следующих задач: ведение базы данных товаров и услуг, контроль наличия товара, оформление документов по товару и оказанным услугам, ведение журнала регистрации приходных и расходных документов, ведение списка поставщиков и покупателей, формирование отчетов, необходимых менеджеру и бухгалтеру, содержащих все данные о поступлении и реализации товаров, автоматизация расчетов, обобщения информации о движении и наличии товара, работу с персоналом и начисление заработной платы, бухгалтерские счета и расчеты, поиск по базе данных (Рис. 1).

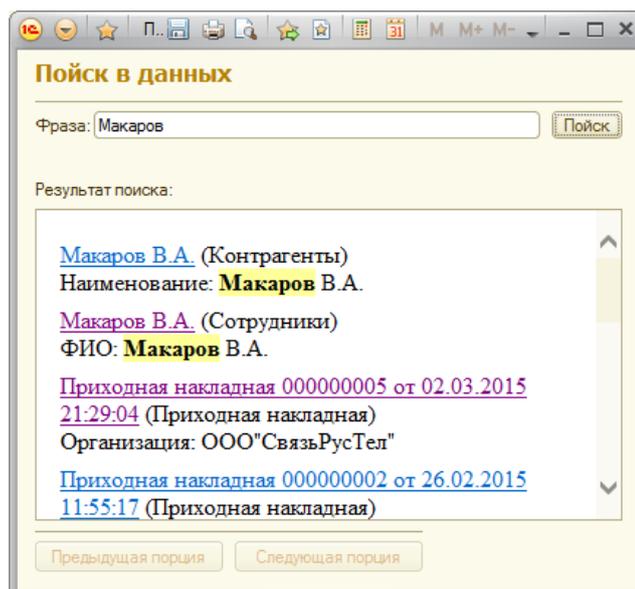


Рис. 1 Поиск в базе данных

Данные о приходе и реализации товара, а также о лицах, кому был продан товар, и кто его поставляет, содержатся в документе; на основе этих данных есть возможность наглядного представления информации с помощью формирования отчетов.

Разрабатываемая автоматизированная информационная система “Салон сотовой связи” обеспечивает выполнение функций, ввод, хранение, поиск и обработка информации по приходу, реализации товаров и оказание услуг, своевременное получение информации о наличии товаров в салоне, формирование отчетов, необходимых бухгалтеру, содержащих данные о поступлении, реализации товара и сальдовой ведомости, создание печатных форм, унифицированных по ТОРГ 12.

Интерфейс автоматизированной информационной системы (АИС) ориентируется на идею обеспечения комфортной эффективной работы (Рис. 2), разработан с помощью графической навигации. Каждому пользователю разработан свой собственный интерфейс в зависимости от их прав и доступа к данным. Панель разделов является навигации пользователю к нужным ресурсам или элементам системы. Система имеет закрытый исходный код и зависит от наличия платформы и минимальные системные требования для работы в "1С: Предприятие 8.2". Система основана на технологии клиент-

серверной архитектуре и представляет собой интерактивное приложение[3].

Разработанная АИС «Салон сотовой связи» полностью учитывает специфику информационных потребностей в сфере торговли. Структура базы данных и ее наполнение будет определяться администратором.

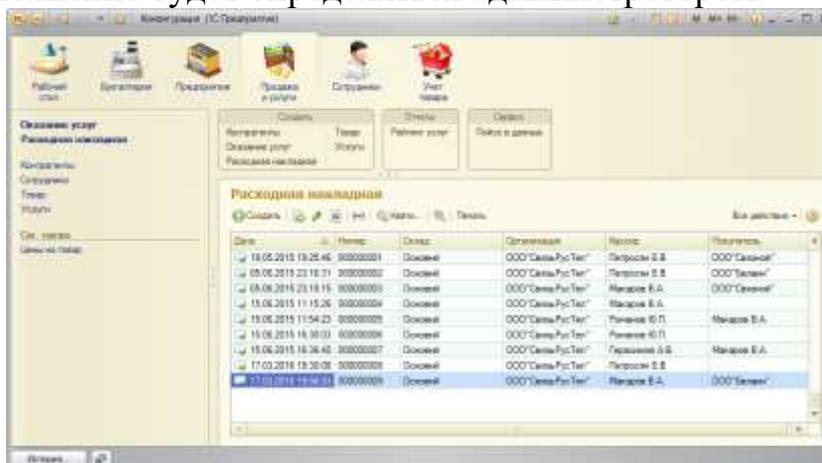


Рис. 2 Интерфейс системы

Информационная система «Салон сотовой связи» имеет входные и выходные данные. Нормативно-справочная информация представлена справочниками. Входными данными являются: первичные документы для учета товаров (Рис. 3). Выходными данными отчеты (Рис. 4).

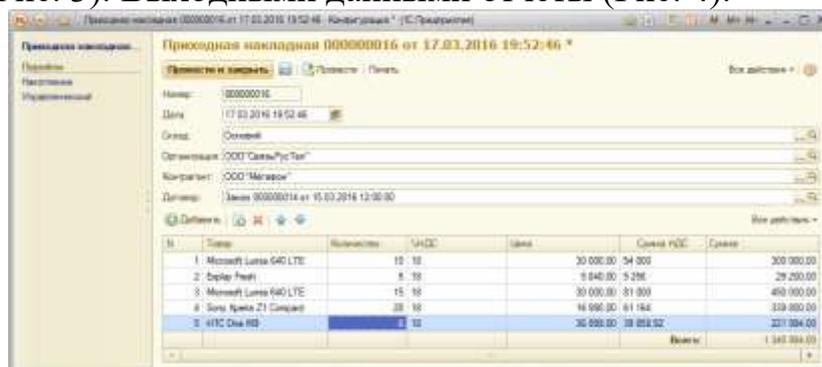


Рис.3 Приходная накладная



Рис. 4 Отчет

Разработанная система позволила улучшить работу салона и повысить скорость работы системы в целом путем сокращения времени на поиск и обработку данных, сокращения числа возможных ошибок, ускорения создания запрашиваемых документов. Помимо того система позволяет оформлять документы, составлять необходимую отчетность, начислять заработную плату, осуществлять поиск необходимой информации.

Использованные источники:

1. Хрусталева Е.Ю. Разработка сложных отчетов в 1С. Предприятия 8. Система компоновки данных.
2. М.Г. Радченко, Е.Ю. Хрусталева. 1С: Предприятие 8.2. Практическое пособие разработчика – Москва, 2014.
3. Гагарина «Основы технологии разработки программных продуктов. Учебное пособие».
4. Ажеронок В.А. Островерх А.В, Радченко М.Г. Хрусталева Е.Ю. Разработка управляемого интерфейса - "1С-Публишинг", 2014.
5. Габец А.П., Гончаров Д.И. Электронная версия книги "1С: Предприятие 8.1. Простые примеры разработки".
6. А.В. Рудаков «Технология разработки программных продуктов».
7. Бояркин В.А., Филатов А.И. 1С: Предприятие 8. Конвертация данных: обмен данными между прикладными решениями.
8. Андрей Габец, Дмитрий Гончаров, Дмитрий Козырев, Дмитрий Кухлевский, Максим Радченко. Профессиональная разработка в системе 1С: Предприятие 8.
9. Е.Ю. Хрусталева Разработка сложных отчетов в 1С: Предприятии 8 Система компоновки данных.
10. А.П. Габец, Д.И. Гончаров 1С: Предприятие 8.1. Простые примеры разработки.
11. Д.И. Гончаров, Е.Ю. Хрусталева. Решение специальных прикладных задач в "1С: Предприятии 8.2". Серия "1С: Профессиональная разработка".

Маличенко Е.А.

магистрант

*ФГБОУ ВО «Российский экономический
университет им. Г.В. Плеханова»*

Россия, г. Москва

НАУЧНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ СТРУКТУРЫ И СОДЕРЖАНИЯ САЙТОВ ТУРИСТСКО-ИНФОРМАЦИОННЫХ ЦЕНТРОВ НА ПРИМЕРЕ САЙТА ТУРИСТСКОГО ЦЕНТРА АЛТАЙСКОГО КРАЯ

Аннотация: в статье рассмотрены подходы к оценке структуры и содержания сайтов с точки зрения их функционального назначения и типологии, проведены обзор и оценка составных модулей сайта туристского центра Алтайского края «Визиталтай.рф». Автором статьи обоснованы

преимущества сайта туристско-информационного центра как способа привлечения туристов в регион.

Abstract: in the article approaches to evaluation of structure and content of a tourist site in terms of site function and typology are considered; an overview and component assessment of the tourist information site of the Altai region «Visitaltai.info» are given. The author of the article justifies the advantages of tourist information sites as tools of attracting tourists to the regions.

Ключевые слова: структура туристского сайта, содержание туристского сайта, туристский сайт, туристско-информационный центр, визиталтай.рф.

Key words: on-line site structure, on-line site content, tourist site, tourist information center, visitaltai.info.

Роль интернет-сайтов как основного и одного из самых востребованных инструментов распространения информации в настоящее время неуклонно возрастает. Сайт туристско-информационного центра является важным элементом системы обеспечения притока туристов в регион. Главная задача туристско-информационных центров состоит в сборе самой полной туристической информации о регионе и доведении ее до потребителей в удобной и привлекательной форме.

Сложно переоценить значение и возможности сайта туристско-информационного центра с точки зрения повышения туристической конкурентоспособности региона. Путем использования компьютерных сетей электронные каналы доведения информации обеспечивают максимальную аудиторию при проведении маркетинговых мероприятий. В учебнике «Туристско-рекреационное проектирование» приведены основные функции, которые выполняет туристский сайт [1]. Во-первых, сайт используют для проведения рекламных кампаний, что актуально для туристско-информационных центров при ознакомлении населения с сезонными предложениями туристических возможностей региона. Во-вторых, сайт нацелен на предоставление полной информации об организации, ее продуктах и услугах, новостях организации и поддержание связи с пользователями в режиме реального времени. На сайте туристско-информационного центра новостная лента приобретает особое значение, поскольку знакомит пользователей с актуальными событиями, связанными с поездками по региону, в режиме реального времени. В-третьих, сайт выполняет роль витрины, так как демонстрирует каталог продуктов организации. В качестве последних на сайте туристско-информационного центра выступают места посещения и достопримечательности региона. В-четвертых, при помощи сайта исследуют целевую аудиторию и выявляют мнение пользователей по актуальным вопросам, что является особенно важным для сайта туристско-информационного центра, так как помогает оценить привлекательность достопримечательностей и мест посещения. В-пятых, сайт помогает эффективно взаимодействовать с партнерами, поскольку может давать доступ

к единым базам данных. Это делает возможным интегрировать базы данных гостиниц и транспортных перевозчиков в сайты туристско-информационных центров.

На примере сайта туристского центра Алтайского края «Визиталтай.рф» [2] рассмотрим реализацию этих функций (таблица 1).

Таблица 1

**Функции сайта туристского центра Алтайского края
«Визиталтай.рф»**

Функция	Как реализована на Визиталтай.рф
Сайт рекламирует	Материалы, расположенные в первом экране главной страницы: <ul style="list-style-type: none"> • четыре материала в промо-блоке; • афиша ближайшего крупного события справа от промо-блока под заголовком «Скоро на Алтае»; • третий уровень горизонтального над промо-блоком меню с перечислением сезонных туристических предложений. Слайдер с фотографиями топ-10 мест для посещения во втором экране главной страницы. Слайдер с фотографиями то-10 событий Алтайского края. Горизонтальный баннер с перечислением главным туристических. направлений Алтайского края.
Сайт информирует	Блок новостной ленты на главной странице. Раздел сайта «Все новости», посвященный новостям из области туризма в регионе. Календарь с отмеченными на нем событиями на ближайшие два месяца. В подвале сайта приведена вся контактная информация туристского и структура сайта. Блок для связи пользователями «Выскажи свое мнение» Кнопки социальных сетей для выхода на аккаунты туристского центра в популярных соцсетях.
Сайт продает	Блок по подбору отеля на главной странице сайта. Горизонтальная растяжка об аренде автомобилей на главной странице сайта. Перечень возможных пакетных туров и экскурсий по региону.
Сайт исследует	В подвале сайта установлены счетчики основных систем-измерителей аудитории сайта, например, Яндекс.метрика и LiveInternet.
Сайт структурирует	В блоке по подбору отеля приведены фильтры для поиска отеля по параметрам, например, отдых с семьей, отдых с друзьями, эконо, новые отели.

В зависимости от функций сайта различают разные типы сайтов [3]. Сайт-визитка представляет собой простейшую версию сайта, выполняющего функцию рекламно-информационного материала для широкой аудитории без набора интерактивных опций. Сайт-промо используется для продвижения определенных товаров, бренда, поддержки рекламной кампании. Информационный сайт насыщен большим количеством информации,

полезных данных, статей по определенной тематике и служит, в первую очередь, для убеждения потребителей, а не для извлечения прибыли. Интернет-магазин является полноценным инструментом для продажи товаров и услуг. Корпоративный сайт нацелен на выполнение представительских функций. Кроме этого, он служит средством общения с филиалами и офисами компании. Специфические возможности этого сайта закрыты для пользователей, не являющихся сотрудниками компании. Интернет-портал объединяет в себе все возможности типов сайтов, описанных выше.

С точки зрения приведенной типологии сайтов, сайт «Визиталтай.рф» несомненно является интернет-порталом. Элементы информационного сайта представлены на «Визиталтай.рф» в преобладающем объеме. Большая часть сайта заполнена информационными статьями об объектах посещения и справочными данными о регионе, направлениях, событиях, городах и достопримечательностях. В то же время, главная страница портала служит визиткой: на нее выведены главные составляющие элементы интернет-портала с ключевой навигационной информацией для туриста. Сайты-промо, посвященные ведущим брендам и сезонным туристическим предложениям Алтайского края, а именно «Алтайская зимовка», «Цветение маральника», «Медицинский форум», «Форум Visit Altai», входят в состав «Визиталтай.рф» и являются доступными для пользователей с первого экрана главной страницы. Собственно сайты-промо оформлены с применением яркого дизайна и анимации. В качестве составляющей интернет-магазина на портале можно назвать блок по выбору средств размещения. Тем не менее, данный блок не является полноценным средством извлечения прибыли, поскольку не ведет к оформлению покупки, а лишь знакомит с базой доступных отелей и санаториев и предоставляет выбор по параметрам. Элементом корпоративного сайта служит отдельный раздел, посвященный реестру туристско-информационных сайтов Российской Федерации, который является корпоративным элементом Федерального агентства по туризму.

Максимова Л.М. приводит методику оценки интернет-сайтов, базирующуюся на проверке наличия или отсутствия необходимых элементов, ручном тестировании веб-интерфейса, экспертной оценке и опросах пользователей [4]. Приведем полный перечень критериев методики оценки региональных туристских интернет-сайтов (таблица 2).

Таблица 2

**Методика оценки региональных туристских интернет-сайтов
(без методов оценки соответствия)**

№ п/п	Критерии оценки	Содержание критерия	Показатели
1	Степень информативности интернет-сайта	Способность интернет-сайта удовлетворять информационные потребности	Наличие данных, удовлетворяющих потребности различных субъектов рынка туристских услуг. Достоверность источников информации. Актуальность и частота обновления

		пользователей	информации. Удобство восприятия информации.
2	Степень удобства использования интернет-сайта	Простота и понятность использования интернет-сайта пользователем	Наличие четкой структуры. Удобство навигации. Интерактивность. Мультиязычность.
3	Степень привлекательности дизайна интернет-сайта	Характеристики художественного оформления интернет-сайта	Стилистическое единство оформления сайта. Использование элементов фирменного стиля.
4	Степень функциональности сайта	Совокупность технических характеристик интернет-сайта, влияющих на восприятие пользователем информации	Кроссбраузерность. Стабильность верстки. Скорость загрузки страниц сайта. Наличие ссылок на несуществующие страницы, документы, изображения.
5	Уровень эффективности поискового продвижения интернет-сайта	Доступность интернет-сайта для пользователей через запросы в поисковых системах	Индексация сайта поисковыми системами. Расположение сайта в поисковых выдачах по ключевым словам.

Методом ручного тестирования оценим сайт туристского центра Алтайского края по выше приведенным параметрам. Потенциальным туристам сайт предлагает большой объем практической (как доехать, что посетить) и теоретической (исторические справки, описания городов и достопримечательностей) информации. Для профессионалов туристической отрасли выделен специальный раздел сайта, посвященный профессиональному туристскому форуму «Visit Altai» [5]. В разделе приведена актуальная информация о сроках, месте проведения и программе мероприятия; перечислены спикеры. Для размещения информации от владельцев гостиниц так же выделен отдельный раздел, представляющий собой базу данных с описанием гостиниц, турбаз и санаториев [6]. Это позволяет оценить общую степень информативности сайта для различных субъектов рынка туристских услуг, как хорошо.

Сайт достаточно удобен с точки зрения его использования. Главное меню четко структурировано на разделы «Где побывать», «Чем заняться», «Где остановиться», «Карта», «Новости», «Другие рубрики». Навигация по сайту организована в соответствии с разделами главного меню и интуитивно понятна. Интерактивные функции выполняют кнопки социальных сетей, выведенные над главным меню. Английская и немецкие версии сайта менее скудны в отношении контента, чем русскоязычная, тем не менее они присутствуют и находятся в рабочем состоянии. Это дает основания оценить

общую степень удобства использования сайта, как хорошую.

Степень привлекательности сайта не в полной мере достигает высокого уровня. В первую очередь, из-за отсутствия качественных широкоформатных фотографий. Тем не менее, сайт стилистически выдержан в едином стиле с использованием красного и серого цветов. Присутствует логотип, хотя его начертание не уникально именно для данного региона. Логотип, скорее универсален. В отношении функциональности сайт оставляет хорошее впечатление. Одинаково быстро и с сохранением одинаковой верстки открывается в разных браузерах: Internet Explorer, Firefox, Chrome. При тестировании скорость загрузки разных страниц сайта варьировалась от 0,24 до 0,39 секунды, что можно считать высоким показателем. Ссылок на несуществующие материалы во время проведения теста сайта обнаружено не было. С точки зрения эффективности поискового продвижения, необходимо проводить большую работу, поскольку высокую выдачу на поисковый запрос можно обнаружить только по брендам, которые продвигает туристский центр, а именно «Цветение маральника», «Алтайская зимовка», «Форум Visit Altai». В отношении других популярных туристских запросов об алтайском крае, например, «Белокуриха» и «Озеро Ая», материалы сайта «Визиталтай.рф» находятся даже не во втором десятке поисковой выдачи.

В заключении можно сделать вывод о том, что, эффективность деятельности региональных туристско-информационных центров по повышению туристической конкурентоспособности региона и привлечению потока туристов напрямую зависит от наличия качественного интернет-ресурса, направленного на продвижение туристских продуктов региона. Создание качественного и успешного интернет-ресурса, в свою очередь, проходит значительно быстрее и успешнее при проведении детальной оценки его структуры и содержания.

Использованные источники:

1. Джанджугазова Е.А. Туристско-рекреационное проектирование. Учебник /Е.А. Джанджугазова. – М.: Издательский центр «Академия», 2016. – 269 с.
2. <http://www.visitaltai.info/> - Визиталтай.рф. Международный портал. Туристские объекты и районы Алтая. Дата обращения 15.06.2016.
3. Джанджугазова Е.А. Туристско-рекреационное проектирование. Учебник /Е.А. Джанджугазова. – М.: Издательский центр «Академия», 2016. – 269 с.
4. Максимова Л.М. Формирование механизма информационного обеспечения внутреннего и въездного туризма в российской Федерации. Автореферат /Максимова Л.М. – М.: ФГБОУ ВО «Российский государственный университет туризма и сервиса», 2013. – 26 с.
5. <http://expo.visitaltai.info/conf2015/> - Visit Altai. Международный туристский форум. Дата обращения 15.06.2016.
6. http://www.visitaltai.info/where_stay/ - Где остановиться. Визиталтай.рф. Международный портал. Туристские объекты и районы Алтая. Дата обращения 15.06.2016.

*Михайлова Н. С.
магистрант 1 курса
Сивокоз К. К.
магистрант 1 курса
Департамент Магистратуры
Евсеева М.В.*

*научный руководитель, старший преподаватель,
магистр экономики*

*Уральский государственный экономический университет
Россия, г. Екатеринбург*

ОБЛАЧНЫЕ СЕРВИСЫ ДЛЯ УПРАВЛЕНИЯ УДАЛЁННОЙ КОМАНДОЙ ПРОЕКТА

Аннотация: В статье приводятся определения понятий «удалённая команда проекта» и «облачные сервисы для управления удалённой командой проекта»; проводится анализ преимуществ онлайн-сервисов управления проектами.

Ключевые слова: управление удаленной командой, управление проектами, стейкхолдеры проекта, сервисы управления проектами.

*Mikhaylova N. S., Sivokoz K. K.
undergraduates
1 course, Department of the Magistracy
Ural State University of Economics
Russia, Yekaterinburg
Research supervisor:*

Evseeva M. V., senior teacher, master of economy **CLOUD SERVICES FOR MANAGEMENT OF REMOTE TEAM OF THE PROJECT**

Summary: In article are given definitions of the concepts "remote team of the project" and "cloud services for management of remote team of the project"; the analysis of advantages of online-services of management of projects is carried out.

Keywords: management of remote team, management of projects, stakeholders of the project, services of management of projects.

Управление командой проекта является одним из функциональных элементов в рамках управления в целом всего проекта.

Удалённая команда проекта представляет собой группу специалистов, работающих над реализацией конкретного проекта, и подчиненных менеджеру проекта, при этом часть группы либо вся группа расположена в непосредственном удалении друг от друга и от менеджера проекта [1].

Особенности работы распределённой команды проекта стимулируют управленца искать новые инструменты для управления процессом работы удалённых сотрудников.

Популяризация использования онлайн-инструментов в рабочем процессе привела к тому, что на облачные онлайн-технологии возлагается всё большая часть задач, а основной программой становится браузер.

Теперь все важные рабочие процессы проекта: документооборот, коммуникации, бюджетирование, распределение ресурсов и, конечно же, управление командой происходят с участием веб-сервисов.

Безусловно, сложные коробочные CRM-системы по-прежнему используются во многих компаниях, но все больший спрос возникает на так называемые SaaS-приложения для совместной работы. Термин SaaS расшифровывается как «программное обеспечение по требованию» (Software as a service) и обозначает онлайн-сервисы, с которыми не возникает хлопот по их установке, настройке и обновлению. Кроме того, они обеспечивают повсеместный доступ к работе с любого компьютера [3].

Можно выделить следующие преимущества облачных сервисов для управления проектом по сравнению с «коробочным» вариантом [2]:

1. Готовая услуга. Для того чтобы использовать «коробочный» вариант сервиса, компании необходимо приобрести мощный сервер, купить и установить на него необходимые программы для управления проектами, нанять системного администратора, который будет поддерживать работоспособность информационной системы. В данном случае менеджер проекта нуждается не в самом сервере и программном обеспечении, ему необходима сама программа для осуществления управления. А покупка оборудования и программного обеспечения — это необходимые шаги для достижения цели и задач проекта. В отличие от «коробочного» варианта, онлайн-сервисы позволяют сразу получить доступ к работающим программам, минуя все промежуточные шаги.

2. Снижение затрат. Использование онлайн-сервисов позволяет избежать значительных стартовых капитальных вложений на покупку оборудования и программного обеспечения. Облачные сервисы могут предоставляться как на платной основе, так и совершенно бесплатно, но с некоторыми ограничениями в доступе к некоторым приложениям системы. А отсутствие в штате ИТ-отдела позволит менеджеру существенно сэкономить на фонде оплаты труда.

3. Мобильность. Доступ к онлайн-сервисам возможен везде, где есть Интернет. В офисе, дома у сотрудников и руководителей, в общественных местах. Стоит отметить, что онлайн-сервисами очень удобно пользоваться тем компаниям, у которых отсутствует офис, например, виртуальным компаниям, в которых все сотрудники работают дома, возможно, находясь в разных городах и странах, т.е. удалённо друг от друга.

4. Надёжность. Вся информация облачного сервиса будет храниться на оборудовании промышленного уровня, размещённого в надёжных дата-центрах. В данном случае отсутствует необходимость постоянно поддерживать и контролировать работоспособность оборудования и

обновлять программное обеспечение. Эти вопросы будут решать высококвалифицированные сотрудники компании разработчика онлайн-сервиса. Высокий уровень надежности невозможно обеспечить при размещении серверов в самом офисе.

5. Безопасность. Квалифицированные специалисты облачного сервиса способны предоставить более серьёзную защиту от попыток неправомерного доступа к информационным базам данных компании, чем её собственные специалисты. Также стоит отметить, что сервер, находящийся в офисе компании, могут украсть злоумышленники или изъять правоохранительные органы. При облачном хранении данных такие риски отсутствуют.

Таким образом, можно сделать вывод, что облачные сервисы управления проектами являются одним из важнейших инструментов менеджмента удалённой команды. Кроме того, многие сервисы допускают использование своих ресурсов, пусть с определёнными ограничениями, но в бесплатном режиме, что крайне актуально как для запуска новых тестовых проектов в крупных кампаниях, так и для начала работы над стартапами, число и перспективность которых в последние годы сложно переоценить.

Использованные источники:

1. Михайлова Н. С., Сивокос К. К. Развитие новых профессиональных компетенций менеджера проекта через управление удалённой командой. Электронный журнал «Экономика и социум». – 2016. - № 5(24): [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://iupr.ru/sovremennye_tehnologii_upravleniya_organizaciyay__5_24__2016g_ / (дата обращения: 24.05.2016)
2. Облачные сервисы для управления бизнесом: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://htmlbook.ru/blog/oblachnye-servisy-dlya-upravleniya-biznesom> (дата обращения: 23.05.2016)
3. 3DNews - Daily Digital Digest: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.3dnews.ru/638703> (дата обращения: 23.05.2016)

*Михайлова Н. С.
магистрант 1 курса
Сивокос К. К.
магистрант 1 курса
Департамент Магистратуры
Евсеева М.В.*

*научный руководитель, старший преподаватель, магистр
экономики
Уральский государственный экономический университет
Россия, г. Екатеринбург*

АНАЛИЗ БЕСПЛАТНЫХ ОБЛАЧНЫХ СЕРВИСОВ ДЛЯ УПРАВЛЕНИЯ УДАЛЁННОЙ КОМАНДОЙ ПРОЕКТА

Аннотация: В статье проводится анализ инновационных облачных сервисов для управления удалённой командой проекта; даётся описание каждого сервиса, исходя из таких критериев как: бесплатность, работа в «облаке», наличие русскоязычной версии; приводятся основные преимущества и недостатки каждого сервиса, в зависимости от его направленности и привлекательности для проекта.

Ключевые слова: управление удаленной командой, управление проектами, стейкхолдеры проекта, облачные сервисы управления проектом, облачные сервисы управления командой проекта.

*Mikhaylova N. S., Sivokoz K. K.
undergraduates
1 course, Department of the Magistracy
Ural State University of Economics
Russia, Yekaterinburg
Research supervisor:*

Evseeva M. V., senior teacher, master of economy

THE ANALYSIS OF FREE CLOUD SERVICES FOR MANAGEMENT OF REMOTE TEAM OF THE PROJECT

Summary: In article is carried out the analysis of innovative cloud services for management of remote team of the project; the description is given of each service, proceeding from such criteria as: free of charge, work in "cloud", existence of the Russian-language version; the main advantages and shortcomings of each service, depending on his orientation and appeal to the project are given.

Keywords: management of remote team, management of projects, stakeholders of the project, cloud services of management of the project, cloud services of management of team of the project.

Управление командой проекта представляет собой один из важнейших функциональных элементов управления всего проекта, в целом.

Удалённая (распределённая) команда проекта – это группа сотрудников,

непосредственно работающих над осуществлением конкретного проекта и подчиненных менеджеру проекта, при этом часть группы либо вся группа расположена в непосредственном удалении друг от друга и от менеджера проекта [2].

Механизм работы удалённой команды имеет ряд своих особенностей и нюансов, в результате чего менеджер проекта вынужден искать новые инструменты для управления процессом функционирования удалённых сотрудников.

Прогресс в сфере информационных технологий привел к актуализации использования онлайн-инструментов в процессе рабочей деятельности, в частности, к применению облачных онлайн-технологий.

Облачные сервисы представляют собой относительно новую технологию хранения и обработки различного рода информации в так называемом «облаке». Информация загружается на удаленный сервер с помощью клиента или специального веб-интерфейса, используемого для обработки и размещения их в облачном ресурсе [4].

Теперь все важные процессы, происходящие в рамках реализации проекта, а именно: планирование, коммуникации, бюджетирование, распределение ресурсов, в том числе и управление командой происходят с участием веб-сервисов. По сравнению с «коробочным» вариантом CRM-систем, в процессе работы с онлайн-сервисами, не возникает хлопот по их установке, настройке и обновлению. Кроме того, они обеспечивают повсеместный доступ к работе с любого компьютера [5].

В статье «Облачные сервисы для управления удалённой командой проекта» авторы выделили основные преимущества использования облачных сервисов для управления удалённой командой проекта. Теперь актуально будет провести анализ самих облачных сервисов, которые позволят эффективно управлять удалённой командой проекта.

Авторы выделяют пять облачных сервисов для управления удалённой командой проекта, исходя из наличия следующих обязательных критериев:

- наличие бесплатной бессрочной версии;
- наличие русскоязычного интерфейса;
- возможность управления при помощи диаграммы Ганта.

Сравнительная характеристика облачных сервисов для управления удалённой командой проекта приводится в таблице 1.

Таблица 1 – Характеристика облачных сервисов для управления удалённой командой проекта²⁵

№	Название программы	Характеристика	Преимущества	Недостатки
1	Project Kaiser	Система управления проектами и	- интерфейс делится на рабочее и личное пространство;	- отсутствие собственного календаря;

²⁵ Составлено автором по: [1, 6, 7, 8].

		задачами, нацеленная на создание эффективного взаимодействия между сотрудниками.	<ul style="list-style-type: none"> - простота интерфейса; - иерархия задач; - быстрый обмен сообщениями (наличие чата); - организованы бизнес-процессы; - система подходит для любого масштаба компании; - контроль за выполнением задач; - поддержка SCRUM; - нет ограничения по числу проектов; - нет ограничения по объему хранилища. 	- ограничение до 5 пользователей.
2	Megaplan	Система «Мегаплан» не ограничивается только управлением проектами. Система имеет также приложения и функции task-management, планировщика дел, CRM, учета финансовых ресурсов и средства эффективного общения внутри корпоративной среды.	<ul style="list-style-type: none"> - проработанный дизайн интерфейса; - высокая скорость создания проектов и задач; - удобство навигации по проектам; - имеется бонусная система вознаграждения сотрудников; - имеется планировщик задач; - простота коммуникаций сотрудников в системе; - система адаптирована под специфику бизнеса; - отображение информации в различных формах (список, графика); - поддержка SCRUM; - нет ограничения по объему хранилища. 	<ul style="list-style-type: none"> - отсутствие стандартизированных процессных моделей; - недостаточно проработан инструментарий для управления проектами; - ограничение до 10 пользователей; - ограничение по числу проектов (до 2).
№	Название программы	Характеристика	Преимущества	Недостатки

3	TrackStudio Enterprise	Это универсальная система управления задачами, оптимизированная для управления проектами, которые содержат десятки тысяч задач различных типов.	<ul style="list-style-type: none"> - поддерживает иерархическую структуру работ WBS; - поддерживает организационную структуру работ (OBS); - позволяет поддерживать единые стандарты управления проектами, учитывая особенности проектов; - контроль менеджера над проектами и подчинёнными; - позволяет вести бизнес по всему миру; - настройка языка и часового пояса интерфейса; - поддержка SCRUM; - нет ограничения по числу проектов; - нет ограничения по объёму хранилища. 	- ограничение до 5 пользователей.
4	Простой бизнес	Единая программа для управления всей компанией: ведения клиентской базы, назначения задач, коммуникации с клиентами, управления персоналом, продажами и финансами.	<ul style="list-style-type: none"> - система может работать без доступа в Интернет; - нет ограничения по количеству пользователей; - нет ограничения по числу проектов; - возможность работы с клиентами и контактами; - возможность работы с событиями и задачами; - возможность работы с продуктами и 	- имеется ограничение по объёму хранилища 200 мб.

			делками (продажами); - возможность для управления маркетингом; - возможность настройки бизнес-процессов; - настройка и работа с отчётами.	
№	Название программы	Характеристика	Преимущества	Недостатки
5	ПланФикс	Платформа для создания системы управления предприятием. Позволяет настроить и контролировать различные бизнес-процессы компании без программирования.	- многочисленный список задач, поручений; - контроль над бизнес-процессами; - уведомления о грядущих делах, событиях, встречах и переговорах; - хранение базы контактов; - управление ресурсами; - обсуждение вопросов проекта; - есть возможность получать задачи из одного аккаунта в другой; - есть возможность предоставить доступ клиента к проекту; - учет и управление взаимоотношениями с клиентами.	- ограничение до 5 пользователей; - ограничение по числу проектов (до 10); - имеется ограничение по объёму хранилища 1 гб; - отсутствует поддержка SCRUM.

Приведённые в таблице 1 облачные сервисы для управления удалённой командой проекта позволяют в рамках одной системы решать все необходимые задачи проекта и достигать поставленной цели, а именно:

- менеджер проекта может планировать, организовывать, контролировать процесс управления проектом;
- менеджер проекта может давать поручения конкретному специалисту команды проекта, поощрять его за своевременное выполнение работы. В случае если специалист не справляется с поставленной задачей, менеджер проекта может сам подключиться к выполнению задания или передать его другому сотруднику;

- менеджер проекта может управлять информацией, продажами, ресурсами, маркетингом, финансами проекта в рамках облачной системы.

Таким образом, использование облачных сервисов позволяет эффективно управлять процессами работы удалённой команды проекта. При этом облачные сервисы доступны для самой различной аудитории. А наличие бесплатных бессрочных русскоязычных версий ведущих сервисов позволяет без дополнительных финансовых и интеллектуальных затрат запустить как любой тестовый проект в крупной компании, так и основной производственный процесс в небольшом стартапе.

Использованные источники:

1. Информационно-аналитический портал "Практика CRM": [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.crm-practice.ru/crm-systems/292/1236/> (дата обращения: 24.05.2016)
2. Михайлова Н. С., Сивокос К. К. Развитие новых профессиональных компетенций менеджера проекта через управление удалённой командой. Электронный журнал «Экономика и социум». – 2016. - № 5(24): [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://iupr.ru/sovremennye_tehnologii_upravleniya_organizaciyau__5_24__2016g_/ (дата обращения: 24.05.2016)
3. Облачные сервисы для управления бизнесом: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://htmlbook.ru/blog/oblachnye-servisy-dlya-upravleniya-biznesom> (дата обращения: 23.05.2016)
4. Разработка и продвижение сайтов: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://minimum-problem.ru/article/oblachnye-servisy.html> (дата обращения: 30.05.2016)
5. 3DNews - Daily Digital Digest: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.3dnews.ru/638703> (дата обращения: 23.05.2016)
6. IT-сообщество Хабрахабр: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://habrahabr.ru/post/217841> (дата обращения: 24.05.2016)
7. NEXT24 - Бизнес портал: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://n24.by/biz/18472-28-programm-dlya-upravleniya-proektami.html> (дата обращения: 24.05.2016)
8. Startpack: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://startpack.ru/application/planfix-project-management> (дата обращения: 24.05.2016)

*Никитина А. В.
студент 1 курса
Антипова Е. А.
старший преподаватель
кафедра МИАЭП
ФГБОУ ВО «Орловский государственный
университет имени И.С. Тургенева»
Россия, г. Орел*

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИС ОРГАНИЗАЦИИ В СФЕРЕ КАДАСТРОВЫХ РАБОТ В Г. ОРЕЛ

Ключевые слова: кадастровые работы, информационное обеспечение, организация.

В статье рассматривается проблемы развития кадастровых работ в регионе, основные этапы такого процесса как межевание и его информационное обеспечение, выявлены проблемы.

В городе Орле существует около 15 организаций занимающихся выполнением землеустроительных и топографо-геодезических работ. Среди этих организаций есть как государственные (ГУП ОО «МР БТИ», ФГУП «Ростехинвентаризация-Федеральное БТИ»), так и частные организации (ООО «Геосервис», ООО «Доверие», ЗАО «Артэс» и многие другие).

За последнее несколько лет количество обращений связанных с непосредственным межеванием земельных участков, т.е. первичной постановкой на кадастровый учет ранее учтенных земельных участков, уменьшается. Данная статистика связана с практически 100% отмежеванием земельных участков в городе Орле и в ближайших к городу населенных пунктах Орловского района. Это привело к тому, что организациям приходится искать новых клиентов и обучаться делать новые более сложные и высокооплачиваемые работы.

В настоящее время ИП Исаев С.И. является развивающихся предприятием, которое специализируется на выполнении услуг в области землеустроительных и топографо-геодезических работ.

Предприятие ИП Исаев С.И. выполняет большой спектр топографо-геодезических и землеустроительных работ, но основной специализацией компании остается выполнение кадастровых работ по межеванию земельных участков. Проведение межевания и как итог формирование межевого плана земельного участка включает в себя четыре основных этапа.

Рассмотрим каждый этап процесса межевания с точки зрения информационного обеспечения.

Первый этап представляет собой индивидуальную работу с каждым клиентом: рассмотрение правоустанавливающих и землеустроительных документов на земельный участок, обсуждение и определение даты выезда на место, заключение договора.

Для всего первого этапа оформления межевого плана используется

пакет прикладных программ MSOffice. Для заключения договора и выдачи необходимых бланков, предназначенных для согласования с правообладателями смежных земельных участков, используется MS Office Word.

Так же все клиенты фирмы, заключающие договор на оказание услуг вносятся в базу данных, разработанную с помощью MS Office Access.

Следующим этапом в процессе межевания являются геодезические работы. Все существующее геодезическое оборудование можно разделить на несколько групп по принципу их действия. В зависимости от используемого геодезического оборудования камеральные работы могут включать в себя различные этапы.

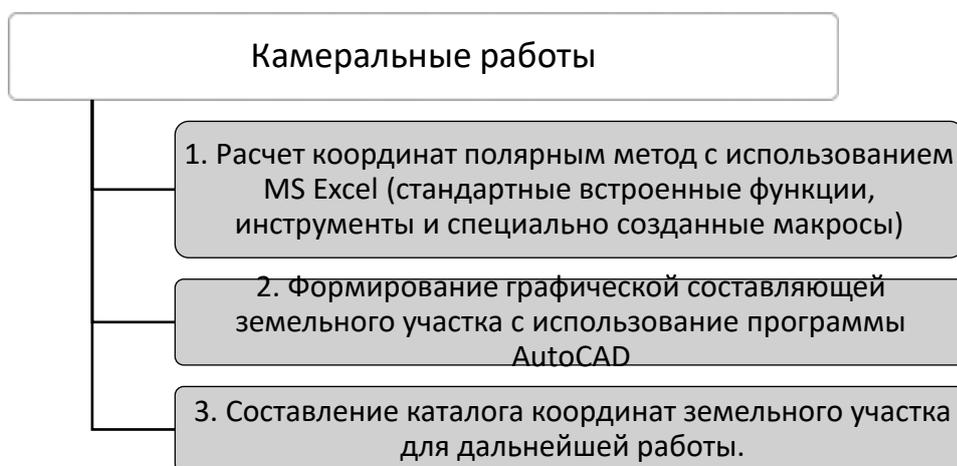


Рисунок 1- Этапы камеральных работ.

Последний шаг в формировании межевого плана земельного участка включает в себя несколько подэтапов, представленных на рисунке 2.

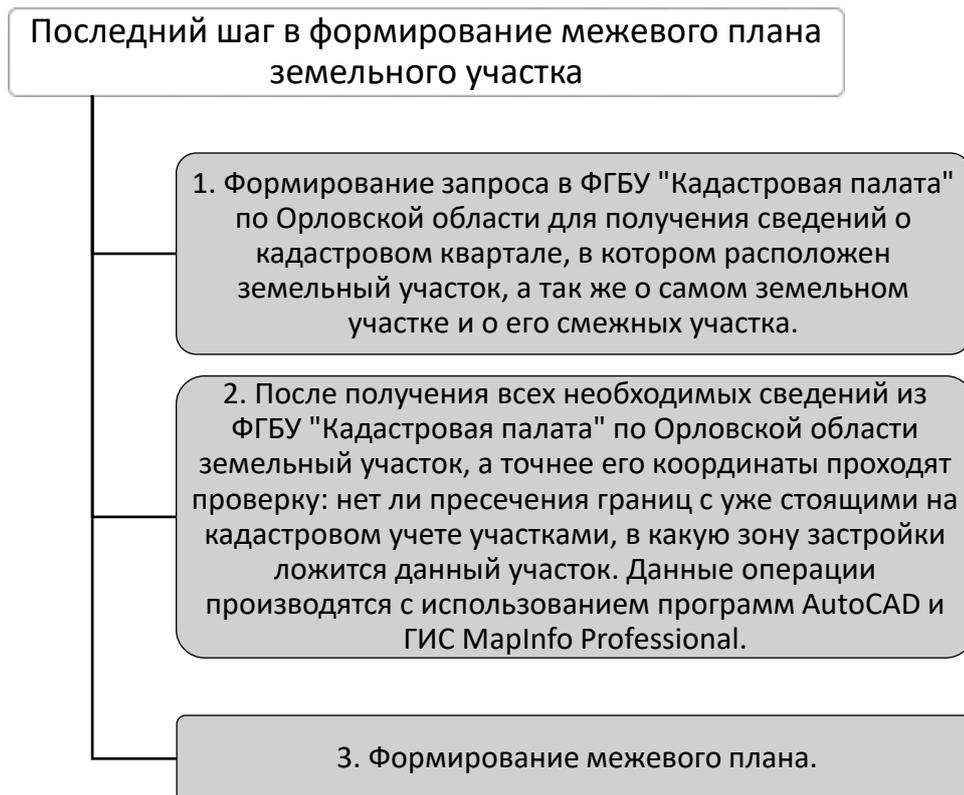


Рисунок 2 – Формирование межевого плана земельного участка.

Для формирования запроса на предприятии ИП Исаев С.И. используют электронную заявку на сайте Федеральной службы государственной регистрации, кадастра и картографии (электронный доступ: <https://rosreestr.ru/wps/portal/>). Использование данной электронной услуги позволяет значительно экономить время и денежные средства заказчиков, так как исключает необходимость обращения в банки и в отдел ФГБУ "Кадастровая палата" по Орловской области в МФЦ.

С 1 июля 2012 года, если заявление о государственном кадастровом учете земельного участка представляется в орган кадастрового учета в виде бумажного документа, межевой план также оформляется в виде бумажного документа и в электронной форме на электронном носителе.

При этом межевой план в форме электронного документа, заверенного электронной подписью кадастрового инженера, и в электронной форме оформляется в виде файлов в формате XML (далее - XML-документ), созданных с использованием XML-схем и обеспечивающих считывание и контроль представленных данных. Таким образом были рассмотрены все этапы процесса межевания.

К сожалению, не все этапы процесса межевания имеют достаточное информационное обеспечение, особенно процесс взаимодействия с клиентом. На данный момент эту проблему можно решить, внедрив CRM систему по взаимодействию с клиентами, что обеспечит предприятию электронный

документооборот, а так же уменьшит время на сбор и обработку документов.

Использованные источники:

1. Антамошин А.Н., Близнова О.В., Бобов А.В., Большаков А.А., Лобанов В.В., Кузнецова И.Н. Интеллектуальные системы управления организационно-техническими системами. – М.: Горячая линия – Телеком, 2006. – 160 с.
2. Бодров О.А., Медведев Р.Е. Предметно-ориентированные экономические информационные системы. – М.: Горячая линия – Телеком, 2013. – 244 с.
3. Бородакий Ю. В., Лободинский Ю. Г. Эволюция информационных систем (современное состояние и перспективы). – М.: Горячая линия – Телеком, 2011. — 368с.
4. Бочаров В.В. Инвестиции: Учебник для вузов. 2-е изд. – СПб.: Питер, 2008. – 384с. 150-152 с.
5. Геоинформатика / Под ред. В.С. Тикунова. В 2-х книгах. – М.: Изд. центр «Академия», 2008. – 233 с.
6. Курошев Г.Д., Смирнов Л.Е.. Геодезия и топография. – М.: – Академия, 2009 – 176с.
7. Мартыненко А.И. Проблематика информационного обеспечения геоинформационных систем. – М.: Горячая линия – Телеком, 2007. – 35 с.

Оскина М.К.

5B060200 – «Информатика» мамандыгының 4 курс студенті

Ғылыми жетекшісі:

Калакова Г.К.

информатика және математика кафедрасының

аға оқытушы

А.Байтурсынов атындағы ҚМУ

Қостанай, Қазақстан

ЖЕРГІЛІКТІ ЖЕЛІДЕ АҚПАРАТТЫ ҚОРҒАУ МӘСЕЛЕСІ

Аннотация: Осы мақалада ғаламтордағы деректердің қорғау жүйесі жетілдірілген. Бұл жүйе бір-бірінен алыс жерде орналасқан бірнеше филиалы бар компаниялар мен кәсіпорындарға негізделген. Бұл жүйе корпоративтік пайдаланушыларға алмастыру кезінде деректерді жоғалту немесе ұрлау қауіп-қатерін болдырмауға мүмкіндік береді.

Кілттік сөздер: ақпараттық қауіпсіздік, криптография, құпия жазу, құпия сөздік, коммутатор, хаб.

Ақпараттың қауіпсіздіктері – жеке құқықта қорғанысы және ақпараттық ортада сақталу күйі.

Қазіргі күнге дейін, біздің қоғамды ақпараттық орта екеу: ақпараттық-техникалық (технологиялардың әлемі адаммен жасалған) және ақпараттық-психологиялық (табиғаттың тірі табиғи әлемі). Ал бұл деген, ақпараттың қауіпсіздігін екі түрде көруге болады: Ақпараттық-техникалық қауіпсіздік

және ақпараттық психологиялық қауіпсіздік (психофизикалық).

Ақпараттық қауіпсіздік – бұл құпиялылықты қамтамасыз ету процесі.

а) құпиялылық: тек ақпаратты қолданушыға ғана рұқсат етумен қамтамасыз ету.

ә) толықтылығы: оның өңдеу әдістемесі, ақпараттың толықтылығы және сенімділікпен қамтамасыз етілуі.

в) қолжетімділігі: ақпаратқа рұқсат етумен және сонымен қоса қажеттілік шара бойынша авторластырылған қолданушыларды активетерге қамтамасыз ету.

Ақпараттың қауіпсіздігі минималды қауіптілігімен немесе болмай қалуымен анықталады, ақпараттың жойылуы немесе басқа да әдістерімен байланысты.

«Ақпараттың қауіпсіздік» байланысты терминдер бірдей принциптерін ұстануға тиіс. Ол неғұрлым дәл сипаттамаларын пайдалануға ұсынылады. Мысалға, «нысанның болуына қатерлерге жол бермес» үшін (немесе басқа «деректер тұтастығын сақтау») орнына «ақпараттық қауіпсіздік талаптарына негізделгені» дәлел.

Қорғауға тиісті жүйесін құру үшін қорғаудың жеке мынадай бағыттарын қарастыру ұсынылады:

а) заңнамалық, нормативтік және ғылыми базасы;

ә) құрылымы мен органдардың міндеттері (бөлімдері), қамтамасыз ету қауіпсіздігі.

б) техникалық және ұйымдастырушылық қауіпсіздік шаралары мен әдістері;

в) қамтамасыз ету бағдарламасы-техникалық тәсілдері мен құралдары ақпараттық қауіпсіздік

Қорғау жүйесі және жұмыс істейтін сызбасы ақпараттық қауіпсіздігінің ұйымдастыру мақсаты. Жүйесінің тиімділігін қамтамасыз ету үшін қажет:

а) нысан үшін қажетті қауіпсіздік талаптарын белгілеу, қорғау.

ә) назарға ұлттық және халықаралық талаптар заңнамасы ;

б) қорғау әдістерінің дәлелденгендрін қолдану;

в) қолдау және жүзеге асыру үшін жауаптылардың біргін анықтау;

г) талаптарды жүзеге асыруда жауапкершілікті облыс пен бөлімшелер арасында бөліп беру қажет;

е) ақпараттық қауіпсіздік тәуекелдерді басқару негізінде ортақ ұстанымын анықтау, техникалық және ұйымдық талаптар, қорғау объектінің ақпараттық қауіпсіздік саясатының компоненттері.

ж) ақпараттық қауіпсіздік саясаты талаптарын жүзеге асыру, тиісті бағдарламалық-техниканы іске асыру әдістері және ақпаратты қорғау;

з) мәлеметті қорғау жүйесімен басқару жүйесін жүзеге асыру;

и) тиімді жүйенің бақылауын ұйымдастыруға берілген жүйені қолданып, қажет болған жағдайда, қайта қарау және түзету жүйесін қорғау;

Ақпараттың қорғау әдістері

Қазіргі таңда ақпаратты қорғау мәселесіне қызығушылықтары өсіп жатыр. Бұл мына фактқа байланысты, компьютерлік желілер әрбір адамның өмірінің ажырамас бөлігіне айналды. Яғни, қазіргі уақытта мынандай жағдай, іс жүзінде әрбір компьютер компьютерлік желінің бір бөлігі болып табылады. Демек, ақпараттардың ағын қауіпі бар. Ереже бойынша, ақпаратты қорғаудың бірнеше негізгі әдістерін анықтау:

- а) Физикалық (тосқауыл)
- б) Заңнамалық
- в) рұқсатпен басқару;
- г) криптографиялық жабу

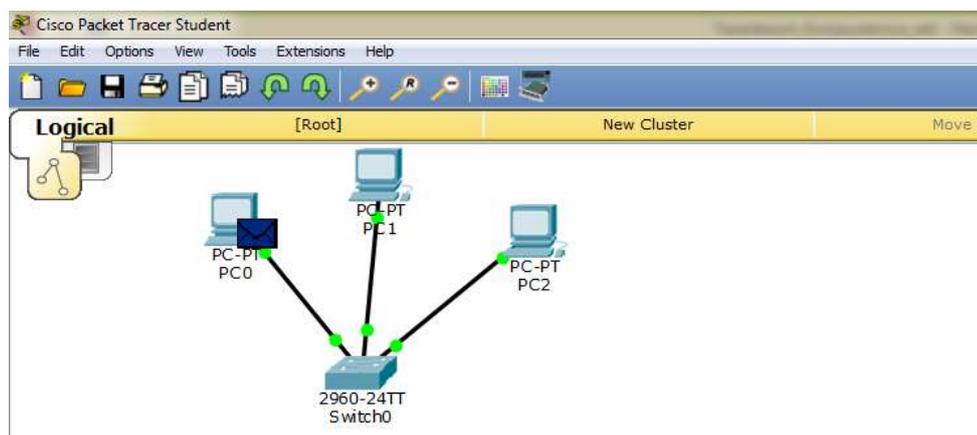
Сөзбе сөз «Криптография» «Құпия жазу» деп аударылады. Оның мәні мынада, деректер кейбір операциялармен таратылып, тосқауылшы үшін кейін ақпараттар түсініксіз болып қалады[3]. Құпия жазу жолдары (1 кестені) қараңыз.

1 кесте. Құпия сөздерді жазу үлгісі

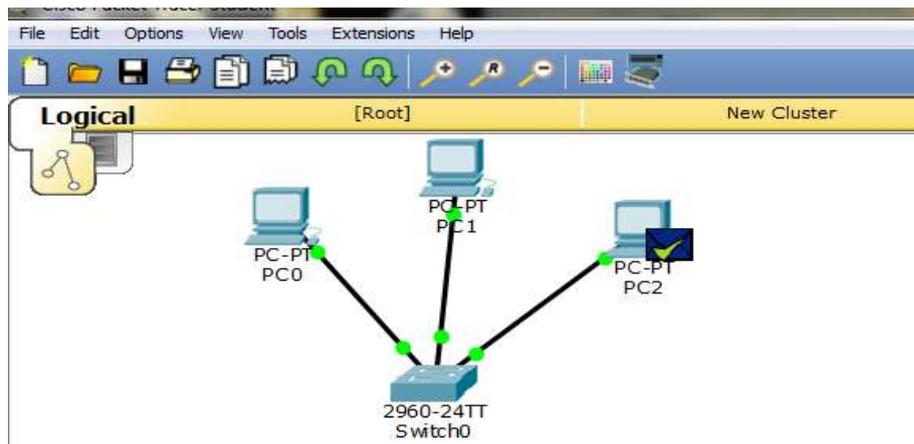
Деректердің ашық түрдегі сөздігі	A b c d e f g h I j k l m n o p q r s t u v w x y z
Деректерді шифрланған түрдегі сөздігі	Q W E R T Y U I O P A S D F G H J K L Z X C V B N M

Мысалға, егерде біз құпия кілтке attack жазар болсақ, онда ол QZZQEA деп жазылады.

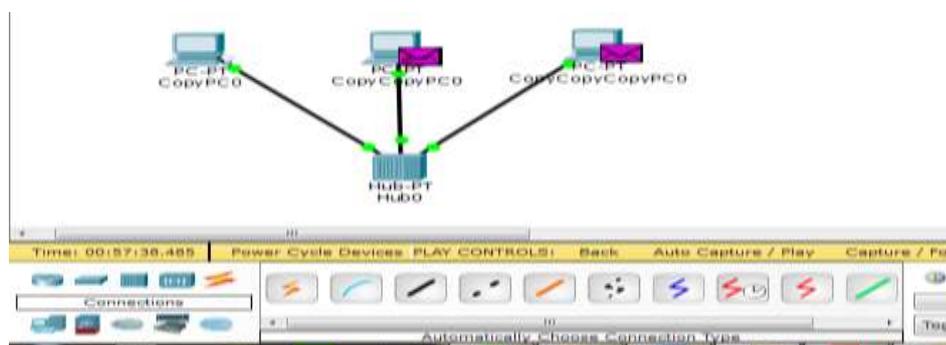
Коммутатор мен хабтатардан хабарлама жберілу және алу түрлері көрсетілген.



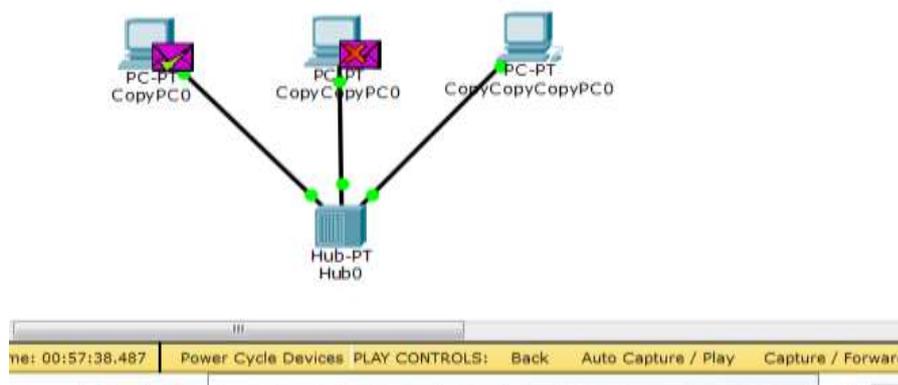
1 сурет. Коммутатор арқылы хабарламаның берілу жолы



2 сурет. Коммутатор арқылы жіберілген хабарламаны алушы компьютер



3 сурет. Хаб арқылы берілген хабарлама



4 сурет. Хабтардың хабарламаны алу түрі

Коммутатор арқылы жіберілген хабарламаны белгілі нұсқаған адамға ,ана барады,ал хаб арқылы жіберілген хабарламаны барлық мекмедегі адамдар нұсқаушыға жібергенін көргенімен хабарламаны рұқсатсыз қарай алмайды. Қазіргі уақытта көп мекемелерде коммутатор құрылғысы қойылған.азіргі коммутатордың заманауи үлгідегісі 2960-24ТТ түрі болып табылады.

Қолданылған әдебиеттер:

1. Таненбаум Э.С., Уэзеролл Д.Дж., Компьютерлік желілер: Оқулық. – Алматы, 2013. – 1 бөлім. – СПб.: Питер, 2002. – 991с.
2. Одом У. Компьютерные сети. Первый шаг = Computer Networking: First step / Пер. В. Гусев. — СПб.: «Вильямс», 2006. — 432 с. — (Первый шаг). — 3 000 экз. — ISBN 5-8459-0881-7.
3. Аяжанов С.С., Сатымбекова С.Б. Компьютерлік желілер: Оқулық. – Алматы, 2011. – 132-137 бет
4. Саменова М.К. «Компьютерлік өндеудің әдістемелері» - Алматы «Ғылым» ғылыми баспа орталығы. Арман баспасы, авторы Е.А. Вьюшкова, Н. В. Параскун, Б. Қ. Әбенев

*Пономаренко Н.А.
студент 3го курса
Елабужский институт (филиал)
ФГАОУ ВО КФУ
Россия, г. Елабуга*

КОМПЬЮТЕРНАЯ ПРЕСТУПНОСТЬ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Аннотация. В данной статье рассмотрена проблема компьютерной преступности, дается определение понятия компьютерная преступность и классификация компьютерной преступности. Проанализированы особенности Российского законодательства в сфере в области информационно-обрабатывающих технологий. Выявлены и обоснованы различные способы предотвращения компьютерных преступлений. Приведены статистические данные по компьютерным преступлениям за 2015 год.

Ключевые слова: *компьютерная преступность, информация, компьютерное мошенничество, несанкционированный доступ и перехват, хищение.*

В условиях всевозрастающей компьютерной грамотности набирает силу организованная преступность. Преступные группы и сообщества начинают активно использовать в своей деятельности новейшие достижения науки и техники. В связи с этим популярность приобретает термин «компьютерная преступность».

Под **компьютерными преступлениями** понимаются противозаконные действия, в которых компьютер является либо объектом, либо орудием посягательства в сфере автоматизированной обработки информации.

Факт появления компьютерных преступлений вызывают особую тревогу, так как до недавних пор отсутствовали соответствующие нормы уголовного законодательства, а также специфичностью самой компьютерной сферы, требующей специальных познаний.

Законодательство в области информационно-обрабатывающих технологий часто не успевает за развитием техники, а подготовка

сотрудников правоохранительных органов недостаточна для такого рода решения задач. Разрыв между нарастающим уровнем подготовки преступного мира и противостоящим ему навыкам и умениям сотрудников правоохранительных органов достаточно сильно влияет на результативность в борьбе с преступностью.

Это явление потребовало от российского законодательства принятия срочных адекватных мер противодействия этому новому виду преступности.

Основным средством противодействия преступным нарушениям нормального функционирования компьютерной техники стало уголовное законодательство.

Ст.1280 «Право пользователя программы для ЭВМ и базы данных» ч.4 ГК РФ «Права на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации от 01.01.2008 г. гласит, что лицо, правомерно владеющее экземпляром программы для ЭВМ или экземпляром базы данных (пользователь), вправе без разрешения автора или иного правообладателя и без выплаты дополнительного вознаграждения: осуществлять редактирование, вносить в программу ЭВМ и базу данных изменения в целях их функционирования на технических средствах пользователя; делать копии в архивных целях.[1] С другой стороны подобная деятельность может караться ст. 273 УК РФ «Создание, использование и распространение вредоносных компьютерных программ» за "внесение изменений в существующие программы, заведомо приводящих к несанкционированному уничтожению, блокированию, модификации либо копированию информации".[2]

Таким образом, получается что, в принципе редактирование чужих программ допускается, если оно не приносит ущерба нормальному использованию программы.

Компьютерная преступность. Виды компьютерных преступлений

Компьютерная преступность, или преступление с использованием компьютера – правонарушение, затрагивающее автоматизированную обработку данных или передачу данных, в котором компьютер может быть как объектом, так и инструментом посягательства.

Компьютерные преступления разделяются на:

- несанкционированный доступ и перехват;
- изменение компьютерных данных;
- компьютерное мошенничество;
- незаконное копирование;
- компьютерный саботаж.

Несанкционированный доступ и перехват содержит такие компьютерные преступления, как перехват информации, "компьютерный абордаж", кража времени - незаконный доступ в компьютерную систему, с намерением не оплатить услуги.

Изменение компьютерных данных с помощью таких угроз, как

троянский конь, червь, логическая бомба, компьютерный вирус.

Компьютерные мошенничества бывают

- 1) связанные с хищением наличных денег из банкоматов;
- 2) связанные с созданием поддельных устройств (карточек и пр.) – компьютерные подделки;
- 3) связанные с манипуляцией с программами ввода-вывода (метод подмены данных кода);
- 4) связанные с платежными средствами;
- 5) телефонное мошенничество.

Незаконное копирование информации бывает следующих видов незаконное копирование, распространение или опубликование программного обеспечения, защищенного законом; незаконное копирование топографии полупроводниковых изделий - копирование, без права на то, защищенной законом топографии полупроводниковых изделий, коммерческая эксплуатация или импорт с этой целью, без права на то, топографии или самого полупроводникового изделия, произведенного с использованием данной топографии.[6]

Компьютерный саботаж предполагает:

- 1) саботаж с использованием аппаратного обеспечения - ввод, изменение, стирание, подавление компьютерных данных или программ; вмешательство в работу компьютерных систем с намерением помешать функционированию компьютерной или телекоммуникационной системы;
- 2) саботаж с программным обеспечением - стирание, повреждение, ухудшение или подавление компьютерных данных или программ без права на то.

К остальным видам компьютерных преступлений относятся: хищение информации, составляющей коммерческую тайну; использование компьютерных систем для обмена, хранения и распространения информации конфиденциального характера и т.д.

Предупреждение компьютерных преступлений.

При разработке компьютерных систем, выход из строя или ошибки в работе которых могут привести к тяжелым последствиям, вопросы компьютерной безопасности становятся первоочередными. Известно много мер, направленных на предупреждение преступления.

Меры, направленные на предупреждение преступлений:

1. технические,
2. организационные
3. правовые.

К техническим мерам относится защита от несанкционированного доступа к системе, организацию вычислительных сетей с возможностью перераспределения ресурсов в случае чрезвычайных ситуаций, установку оборудования обнаружения воды и тушения пожара, принятие

конструкционных мер защиты от хищений, диверсий, саботажа, взрывов, установку резервных систем электропитания, оснащение помещений надежными замками, установление сигнализации и др.

К организационным мерам можно отнести охрану вычислительного центра, тщательный подбор персонала, наличие плана быстрого восстановления работоспособности центра после выхода его из строя, организацию обслуживания вычислительного центра, универсальность средств защиты, возложение ответственности на лиц, которые должны обеспечить безопасность центра, выбор места расположения центра и т.п.

К правовым мерам следует отнести разработку норм, устанавливающих ответственность за компьютерные преступления, защиту авторских прав программистов, совершенствование уголовного и гражданского законодательства, а также судопроизводства.

Существуют различные способы предотвращения компьютерных преступлений. Но хотелось бы подчеркнуть, что никакие аппаратные, программные и любые другие решения не смогут гарантировать абсолютную надежность и безопасность данных в компьютерных сетях. В то же время минимизировать риски потерь возможно лишь при комплексном подходе к вопросам безопасности.

Статистика. В первом полугодии 2015 года преступления в сфере компьютерной информации возросли на 67%, участились кражи денег с помощью рассылки вирусных программ. В 2014 год в России было зарегистрировано 11 000 преступлений в сфере телекоммуникаций и компьютерной информации, однако на деле может оказаться в разы больше.

Дело в том, что не все жертвы заинтересованы в поимке преступника это объясняется тем, что жертва компьютерного преступления не готова понести затраты на раскрытие компьютерного преступления, так как они превышают причиненный ущерб. Например, придание публичности компьютерному преступлению негативно отражается на имидже организаций, где произошли такие события.

Преступник, будучи пойманным, популяризирует свою деятельность в сфере компьютерного взлома, ничего не скрывая от представителей правоохранительных органов. Преступник приобретает широкую известность в деловых и криминальных кругах, что в дальнейшем позволит ему с выгодой использовать приобретенные знания и умения.

В прошлом году было предотвращено хищений на 55 млн. рублей, в этом году может быть предотвращено больше, но для борьбы с компьютерной преступностью правоохранительным органам необходимо сотрудничество с банками. Потому необходимо повышать доверие к правоохранительным органам, к их возможностям по защите прав граждан.

Использованные источники:

1. Часть четвертая ГК РФ «Права на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации», вступила в действие с 1 января

2008 года.

2. Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и защите информации» от 27 июля 2006 года № 149-ФЗ

3. Киберпреступность // ПРАВО.ru URL: <http://pravo.ru/news/view/122040/>

4. Компьютерные преступления // ЗонаЗакона.Ru Юридический интернет-портал URL: <http://www.zonazakona.ru/articles/index.php?a=18>

5. ИТ в органах государственной власти // CNEWS|аналитика URL: http://www.cnews.ru/reviews/it_v_organah_gosudarstvennoj_vlasti_2013/intervjws/aleksej_moshkov/

6. Классификация компьютерных преступлений // URL: <http://maksim.yaroslav1.ru/crime.htm#QA>

*Сивокоз К. К.
магистрант 1 курса
Департамент Магистратуры
Ткаченко И. Н., доктор экономических наук
научный руководитель, профессор
Уральский Государственный Экономический Университет
Россия, г. Екатеринбург*

АНАЛИЗ СТАТИСТИЧЕСКИХ ДАННЫХ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ И САЙТА С ЦЕЛЮ ПОВЫШЕНИЯ КОНВЕРСИИ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ЗАИНТЕРЕСОВАННЫМИ СТОРОНАМИ

Аннотация: В статье приводятся методы первичного анализа статистических данных контекстной рекламы и показателей сайта с целью выяснения причин снижения конверсии сайта с точки зрения развития отношений с одним из важнейших стейкхолдеров любого коммерческого проекта – потребителем.

Ключевые слова: конверсия рекламной кампании, конверсия сайта, заинтересованные стороны, стейкхолдеры.

*Sivokoz K. K.
undergraduates
1 course, Department of the Magistracy
Ural State University of Economics
Russia, Yekaterinburg
Research supervisor:
Tkachenko I. N.
Doctor of Economics, Professor*

THE ANALYSIS OF STATISTICAL DATA FROM ADVERTISING CAMPAIGNS TO INCREASE CONVERSION OF WEBSITE AS AN EFFECTIVE TOOL OF INTERACTION WITH STAKEHOLDERS

Summary: The article presents the methods of statistical analysis of the primary content data and indicators of the site to determine the reasons for the

decline of conversion site for the development of relations with one of the most important stakeholder of any commercial project - the consumer.

Keywords: the conversion of the advertising campaign, conversion rates, stakeholders.

Одним из важнейших стейкхолдеров любой компании или проекта является клиент, а одним из основных показателей эффективности бизнеса клиента служит рентабельность продаж его продукта. Когда же речь заходит о рентабельности продаж посредством сайта клиента, то чаще используют такой термин, как конверсия.

Конверсии — это количество визитов пользователей на сайт, в рамках которых они выполнили целевое действие (побывали хотя бы раз в соответствующих местах сайта, или просмотрели указанное число страниц).

Конверсия (%) — это доля визитов пользователей на сайт, в рамках которых они выполнили целевое действие, по отношению ко всем визитам на сайт по рекламе. Данный показатель характеризует эффективность рекламы и ее способность стимулировать пользователей к целевым действиям [5].

Проблема низкой конверсии либо снижения конверсии с сайта клиента встает очень часто, при этом список возможных причин так широк, что возникает вопрос – куда же смотреть в первую очередь?

Именно на такой случай существует ряд рекомендации по первичному анализу статистических данных сайта и рекламной кампании с целью сужения ряда возможных причин, негативно влияющих на конверсию.

В качестве предмета исследования рассмотрим гипотетическое снижение конверсии с сайта клиента в период с 1 июля по 1 августа 2015 г. Одним из основных рекламных каналов сайта являются рекламные кампании в системе контекстной рекламы Яндекс.Директ.

1. Шаг первый - анализ данных по конверсии рекламной кампании по Статистике рекламных кампаний Директа [2].

Измерение конверсии с сайта клиента с целью выяснить, снизился ли показатель в период с 1 июля по 1 августа 2015 года, начнем с изучения данных статистики рекламной кампании клиента в Яндекс.Директе [1]. Как представлено ниже в таблице 1, действительно, конверсия по рекламной кампании понизилась на 7,7% с 11,4% в июле до 3,7% в августе 2015 г.

Таблица 1 - Данные по конверсии кампаний клиента за июль-август 2015 г.26

Дата	Конверсии, шт.	Конверсия, %
Июль 2015	566	11,4
Август 2015	184	3,7

Мы выяснили, что по данным инструментов веб-статистики конверсия снизилась, при том, что количество визитов на сайт (8000 в июле, 9575 в августе) и показатель CTR (кликабельность, от англ. Click-Through Rate) по

²⁶ Составлено автором по [2]

кампании (13,5% в июле и 13,8% в августе) показывают положительную динамику. Однако, уточним: насколько вероятно то, что проблема именно в кампаниях клиента? Не общая ли это ситуация для всего сайта?

2. Шаг второй – анализ конверсии всего сайта по данным счетчика Яндекс.Метрики [3].

Составим в Метрике отчет по конверсиям всего сайта (Цель «Оформление заказа»). При этом проанализируем конверсии не только по рекламе, но и из поисковых систем. Как показывает ресурс, конверсии по всему сайту в исследуемый период снизились даже несколько больше – на 8,3%.

Видим, что тенденция по всему сайту сохраняется. Таким образом, можем сделать предварительный вывод о том, что проблема, скорее, в сайте, чем в кампаниях клиента. Так как, если бы проблема была в кампаниях, конверсия по трафику с органической выдачи осталась бы прежней.

3. Шаг третий – анализ сезонности спроса по данным сервиса Яндекс.Вордстат. [4]

Проверим еще одно допущение: возможно, произошел резкий скачок общего спроса на товар. Проверим гипотезу по транзакционному запросу, содержащему наименование товара, используя инструмент статистики Яндекс.Вордстат (по региону продаж – вся Россия). Результаты представим в виде скриншота с Яндекс.Вордстат (рисунок 1).

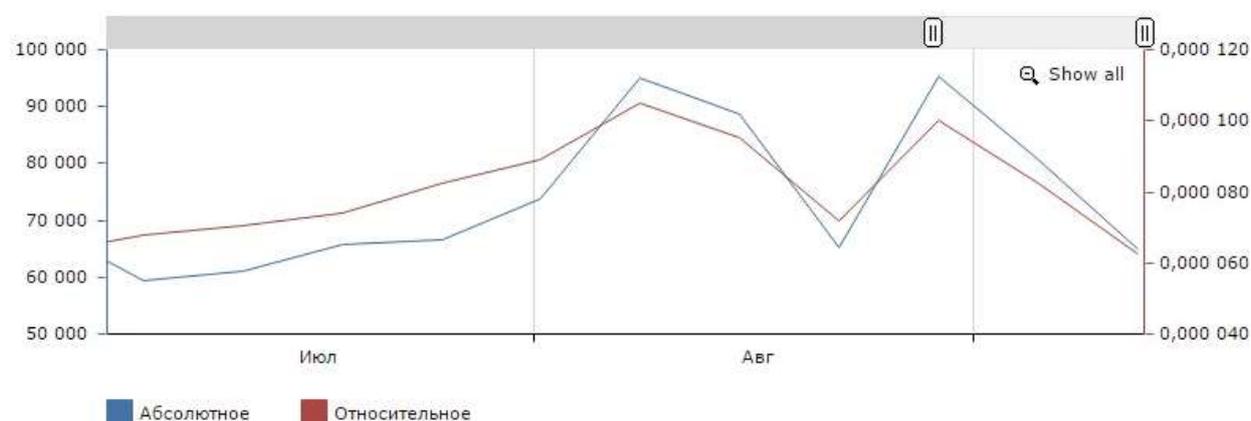


Рисунок 5 - История показов по фразе "купить холодильник", шт. [4]

Как видно на скриншоте, спрос на товар клиента в августе по сравнению с июлем не только не снизился, но, скорее, даже вырос. На основании представленных данных можно сделать вывод о том, что снижение конверсии не является общим трендом для отрасли.

Таким образом, можем сделать вывод, что список возможных факторов, негативно повлиявших на конверсию сайта можно сузить – проблема явно связана с самим сайтом, а не с рекламными кампаниями или сезонностью спроса на товар.

В подобном случае рекомендуется провести анализ юзабилити сайта клиента с глубоким исследованием конверсионного пути сайта. Основным конверсионным путем сайта можно назвать все конверсионные элементы,

которые можно скомпоновать в единый бизнес-процесс захвата клиента, стимуляции его взаимодействия с сайтом посредством любого из используемых на сайте сервисов, и далее через карточку товара, «корзину» и форму отправки и оплаты товара.

Использованные источники:

1. Сайт клиента (закрытая информация).
2. Статистика рекламной кампании клиента в Директе (закрытая информация).
3. Счетчик Яндекс.Метрики клиента (закрытая информация).
4. Яндекс.Вордстат: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://wordstat.yandex.ru/>
5. Яндекс.Помощь: Директ: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://yandex.ru/support/direct/>

*Сивокос К. К.
магистрант 1 курса
Департамент Магистратуры
Ткаченко И. Н., доктор экономических наук
научный руководитель, профессор
Уральский Государственный Экономический Университет
Россия, г. Екатеринбург*

**АНАЛИЗ КОНВЕРСИОННОГО ПУТИ САЙТА С ЦЕЛЬЮ
ПОВЫШЕНИЯ КОНВЕРСИИ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ
ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СО СТЕЙКХОЛДЕРАМИ КАМПАНИИ**

Аннотация: В статье приводятся рекомендации по анализу юзабилити и конверсионного пути сайта с точки зрения развития отношений с одним из важнейших стейкхолдеров любого бизнеса – потребителем.

Ключевые слова: конверсия рекламной кампании, конверсия сайта, юзабилити сайта, конверсионный путь сайта, стейкхолдеры.

*Sivokoz K. K.
undergraduates
1 course, Department of the Magistracy
Ural State University of Economics
Russia, Yekaterinburg
Research supervisor:
Tkachenko I. N.
Doctor of Economics, Professor*

**THE ANALYSIS OF THE CONVERSION PATH WEBSITE TO
INCREASE CONVERSION AS AN EFFECTIVE TOOL OF
INTERACTION WITH STAKEHOLDERS OF THE COMPANY**

Summary: This article provides guidance on analysis of the way of usability and conversion site for the development of relations with one of the most important stakeholders of any business - the customer.

Keywords: conversion of an advertising campaign, website conversion, website usability, website conversion path, stakeholders.

«Если вас нет в интернете – вас нет в бизнесе», - сказал однажды Билл Гейтс, и данная тенденция с тех пор только продолжает прогрессировать.

Действительно, любая компания, заботящаяся о своем имидже в глазах стейкхолдеров и рассчитывающая на положительные финансовые результаты, имеет сейчас свой сайт. Однако не всякий сайт продает настолько эффективно, насколько может.

Вопросами повышения эффективности сайта как инструмента продаж обычно занимаются специалисты по юзабилити (удобству использования сайта). [5] Тем не менее, можно привести ряд рекомендаций по анализу юзабилити и конверсионного пути сайта на примере интернет-магазина бытовой техники. Проблема сайта заключалась в снижении конверсии с сайта период высокого спроса товара на рынке.

Исследуем ряд факторов, влияющих в юзабилити сайта клиента на его конверсионный путь. Проанализировав посредством использования Карты кликов, Карты ссылок, Карты скроллинга и Аналитики форм Яндекс.Метрики [3] несколько критериев, можно сделать вывод, что, скорее всего, слабым звеном является форма заказа товара. Сравним скриншоты Аналитики форм Яндекс.Метрики (рисунок 1 – данные за июль и август 2015 г.).



Рисунок 1 – Сравнительная аналитика формы заказа для сайта клиента за июль и август 2015 г. [3]

Согласно данным Аналитики форм Я.Метрики, можно увидеть, что количество пользователей, которые пытались взаимодействовать с формой,

увеличилось ввиду повышения спроса на товар. Однако количество тех, кто отправил форму – уменьшилось, с чем и оказалось связано снижение конверсии в исследуемых месяцах. Таким образом, фактором, негативно воздействующим на конверсию, вполне может служить сама форма заказа товара.

Проанализируем форму заказа с сайта клиента, используя экспертный метод (скриншот формы приведен на рисунке 2) [1].

Регистрация

Зарегистрировавшись на нашем сайте Вы сможете:

- отслеживать состояние своих заказов;
- сохранить историю покупок и платежей;
- сохранить несколько адресов доставки и реквизитов для юр. лиц.

.....

Фамилия: *

Имя: *

Отчество:

Вы: * физическое лицо юридическое лицо

Email: *

Укажите пароль: *
не менее 6 символов

Повторите пароль: *

Телефон: *

Нажимая кнопку "Зарегистрироваться", я подтверждаю, что ознакомлен с условиями «Защиты персональных данных». [Подробнее](#)

Зарегистрироваться

* – поля, обязательные для заполнения.

.....

Быстрый заказ без регистрации

Рисунок 2 - Форма заказа с сайта клиента [*Ошибка! Источник ссылки не найден.*]

Клиенту был задан вопрос: вносились ли в форму заказа сайта в июле 2015 г. какие-либо изменения? На что был получен ответ, что, действительно, в июле как мера по повышению лояльности клиента на сайт была добавлена возможность зарегистрировать личный аккаунт, авторизовавшись в котором в дальнейшем можно было легко управлять своими заказами и со временем получать накопительные бонусы.

Однако недоработка заключалась в том, что, стараясь перечислить в форме и на первой странице просмотра сайта все плюсы, которые регистрация может дать авторизованному пользователю, разработчик перестарался, и

кнопка «Быстрый заказа без регистрации» сместилась на второй экран просмотра.

Таким образом, в августе по сравнению с июлем заказ могли оформить, в основном, или те пользователи, которые соглашались на регистрацию, или те, которым хватило упорства проскроллить страницу до кнопки заказа без регистрации. Судя по статистике, таких оказалось 1 из 3.

По результатам анализа экспертным методом и с использованием инструментов веб-аналитики и статистики клиенту было предложено внести в форму заявки следующие изменения:

- минимизировать количество полей, обязательных для заполнения - оставить в качестве обязательных только поля «Имя», «Телефон», «Электронный адрес»;
- сделать основной форму отправки заявки без регистрации, а возможность регистрации прописать в качестве дополнительной, перечислив все ее преимущества;
- разместить форму заказа со всеми конверсионными кнопками на первом экране просмотра.

Таким образом, путем упрощения формы заказа через минимизацию усилий пользователя и максимальную доступность для его понимания, предполагается не только поднять конверсию с сайта до прежнего уровня, но и увеличить по сравнению с прежним показателем.

Использованные источники:

1. Сайт клиента (закрытая информация).
2. Счетчик Яндекс.Метрики клиента (закрытая информация).
3. Яндекс.Помощь: Директ: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://yandex.ru/support/direct/>

*Синельников Д.С.
магистрант*

*ФГБОУ ВПО «Хабаровский государственный университет
экономики и права»
Хабаровский край, г. Хабаровск*

АНАЛИЗ ТЕХНОЛОГИЙ, ПРЕДЛАГАЕМЫХ НАСОВРЕМЕННОМ РЫНКЕ БЕСКОНТАКТНЫХ ПЛАТЕЖЕЙ

Аннотация: Основной проблемой, затрагиваемой в статье, является инновационная деятельность крупнейших IT компаний на рынке бесконтактных платежей. Что выступает векторными направлениями развития этих технологий на современном этапе, какие ключевые преимущества использует компании в своих продуктах, для того чтобы занять лидирующую позицию на рынке. Целью исследования стало определение конкурентных преимуществ систем бесконтактных платежей, а также анализ состояния этих систем в настоящее время. Объектом исследования выступила инновационная деятельность крупнейших IT компаний, а также их продукты

и разработки. Охарактеризованы главные особенности продуктов, их состояние в данный момент времени, а также выявлены проблемы и факторы риска.

Ключевые слова: банковская услуга, бесконтактные платежи, пластиковая карта.

Большая часть платежей, осуществляемая людьми между собой и платежами в интернете, обрабатывается традиционными глобальными игроками Visa и MasterCard. Несмотря на то, что в мире сейчас больше 5 млрд. банковских карт, эти компании понимают, что сам инструмент «карта», а ей уже почти 100 лет, должен меняться и, в принципе понятно в какую сторону, потому что смартфонов в мире на руках у пользователей несколько миллиардов.

В ближайшем будущем телефон или другой носимый гаджет сможет полностью заменить ваш бумажник. Вместо того, чтобы искать нужную кредитную или дебетовую карту, всё что вам будет нужно сделать, это поднести Ваше устройство к терминалу. Мощные IT гиганты, как Apple, Samsung и Google понимают важность момента и предлагают рынку свои собственные решения.

Сама технология бесконтактных платежей появилась достаточно давно — в середине 2000-х годов, но широкое распространение она получила в связи с массовым распространением соответствующего оборудования и предоставлением, совместно с международными платежными системами, готовой инфраструктуры, обеспечивающей для конечных бенефициаров (банков) абсолютно прозрачную технологию размещения своих карт на телефонах.

По данным исследовательской компании Gartner, мировой рынок мобильных платежей принесет в 2017 г. 720 млрд, долл., по сравнению с 235 млрд в 2014 г. Недавний опрос, проведенный CreditCards.com показал, что только 17 % респондентов готовы использовать свой смартфон для оплаты "всегда" или "большую часть времени." Это, безусловно, говорит о том, что рынок бесконтактных платежей находится в стадии становления и не собирается останавливаться, отчасти потому, что на рынке бесконтактных платежей так много игроков предлагают множество различных решений.

Так как еще не известно во что может перерасти мир бесконтактных платежей в данной статье предлагаю рассмотреть предложения компаний, которые конкурируют на рынке «мобильных бумажников», выделить их сильные и слабые стороны.

Механизм регистрации кредитной карты в Apple Pay, Samsung Pay и Android Pay примерно одинаков. Вам необходимо только внести данные в специальное приложение, а при оплате подтвердить ваше согласие с помощью отпечатка пальца.

Apple Pay.

Основная доля операций по банковским картам в Америке до

настоящего времени приходилась на операции, совершенные по магнитной полосе. Предложенная компанией Apple платежная система Apple Pay, работающая на ОС IOS, базируется на стандартных технологиях платежных систем Visa и MasterCard и технологии размещения платежного банковского приложения на встроенном в телефон элементе безопасности Система, предлагаемая Apple построена на основе меток. Вместо обычных номеров кредитных карт, Apple Pay генерирует отличный номер счета устройства, и каждый поставщик присваивает свой собственный номер службы маркеров. Благодаря этому уникальный динамический код безопасности генерируется для каждой сделки заново, в следствии чего, номера кредитных карт не отслеживаются и не хранятся в памяти устройств, где вы совершили оплату.

Владельцы смартфонов iPhone 6/6s/6 Plus/6s Plus и SE, а также примкнувшие к ним пользователи Apple Watch, смогут расплачиваться гаджетами везде, где установлены соответствующие NFC терминалы.

Идентификация пользователя производится при помощи встроенного сканера отпечатков пальцев Touch ID, а в случае с Apple Watch достаточно двойного клика по экрану. Дополнительным фактором защиты является знание Apple о вашем местоположении.

В сотрудничестве с Apple Pay находится более 2500 банков и эмитентов пластиковых карт, в том числе Visa, MasterCard, American Express. А расплатиться можно в более чем 700 000 точек по всему миру.

Что касается России, то корпорация ведет переговоры с рядом российских банков, среди которых «Альфа-Банк», «Райффайзенбанк», Сбербанк, «ВТБ24» и другие. Ожидается, что уже к концу 2016 года Apple сможет договориться с российскими банками и запустить свою платежную систему. Доступна она будет, правда, только клиентам тех банков, которые согласятся сотрудничать с «яблочной» корпорацией.

Главным препятствием к широкому распространению на рынке является то, что NFC терминалы составляют лишь 10 % от всех платежных терминалов в пунктах продаж, а также стоимость NFC-совместимых с Apple Pay терминалов начинается от 500 долл., что в свою очередь существенно ограничивает розничный охват компании.

Samsung Pay

Samsung Pay использует мобильную платежную платформу LoopPay для обеспечения мобильных платежей в практически любой системе точек продаж.

Samsung, помимо основного способа оплаты через NFC, добавила возможность оплаты с эмуляцией магнитной полосы или чипа для терминалов, не поддерживающих бесконтактный формат оплаты. Благодаря этому работа с уже имеющимся парком терминалов существенно расширяет изначальную аудиторию пользователей. На данный момент благодаря платежной системе Samsung Pay можно расплатиться в более чем 30

миллионов торговых точек по всему миру,

Минусом же платежной системы от Samsung является то, что при осуществлении транзакции используются стандартные номера кредитных карт, что в некотором роде ослабляет безопасность использования.

Android-Pay

Система бесконтактных платежей от Google работает на аналогичных принципах, что и системы от Apple и Samsung, храня в памяти телефона данные о ваших кредитных картах и сохраняя необходимость подтверждения платежа с помощью сканирования отпечатка пальца. Но в отличие от Samsung Pay, Android Pay использует систему на основе маркеров для защиты пользовательских данных во время транзакций, аналогичную Apple Pay,

Представители компании Google утверждают, что благодаря их платежной системе скоро можно будет расплатиться в более 700 000 точек продаж по всему миру.

Неоспоримым плюсом платежной системы Android Pay является способность работы через любое устройство на ОС Android, что дает большое преимущество перед другими игроками так как доля смартфонов под управление Android составляет 52,3%. А конкуренты в настоящее время ограничены лишь моделями iPhone 6 и Samsung Galaxy S6,

В России инфраструктура приема бесконтактных платежей уже достаточно широка, однако эмиссия такого рода карт пока недостаточна. Именно поэтому сотрудничество российских банков с Apple и Samsung, и Android безусловно, позволит снизить издержки на эмиссию бесконтактных карт, увеличить их эмиссию и обеспечить привлекательный для конечного пользователя сервис.

Очевидно, что пользователи по всему миру созрели для того, чтобы встретить новые платёжные возможности. В свою очередь, у платёжных систем и технологий, есть будущее, в которое можно смотреть со смелым оптимизмом и уверенностью в востребованности.

Использованные источники:

1. Бесконтактные платежи в картинках: от пластиковых карт к «облаку» [Электронный ресурс]. — Режим доступа — URL:<http://geektimes.ru/company/cardsmobile/blog/259918/> (дата обращения 01.06.2016)
- 2, Apple Pay и Samsung Pay: Какими они будут в России? [Электронный ресурс]. — Режим доступа — URL:<http://http://bankir.ru/apple-pay-i-samsung-pay-kakimi-oni-budut-v-rossii-10007454/> (дата обращения 31.05.2016)

Смаков В.А.
аспирант, 1 год
Финансово-экономический институт
Тюменский государственный университет
Россия, г. Тюмень

ИНТЕРНЕТ-САЙТА КОМПАНИИ КАК ОБЪЕКТ ОЦЕНКИ

Статья посвящена вопросу идентификации интернет-сайта как объекта оценки

Ключевые слова: интернет, интернет-сайт, оценка

В условиях возрастающего объема электронной коммерции в сети Интернет наблюдается ежегодное увеличение количества интернет-сайтов компаний. Эта тенденция обуславливается появлением у организаций возможности выхода на новые рынки с наименьшими затратами.

Интернет-сайты становятся объектами аренды, купли-продажи. Однако до сих пор остаются неопределенности в правовом описании понятия интернет-сайт, что приводит к появлению ряда проблем, связанных с налоговым и бухгалтерским учетом этого нематериального актива, в частности с формированием объекта и его оценкой.

Согласно ст. 2 ФЗ N 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», сайт в сети "Интернет" - совокупность программ для электронных вычислительных машин и иной информации, содержащейся в информационной системе, доступ к которой обеспечивается посредством информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет") по доменным именам и (или) по сетевым адресам, позволяющим идентифицировать сайты в сети "Интернет"²⁷. В соответствии со ст. 1232, 1234, 1240, 1261 ГК РФ можно сделать вывод, что интернет-сайт как результат интеллектуальной деятельности является сложным объектом, носит характер составного произведения, и его можно рассматривать, как совокупность объектов авторского права.

Учитывая вышесказанное, можно считать, что интернет-сайт - это результат интеллектуальной деятельности, представляющий собой неизменный базовый элемент, в котором системно расположены программный (объектный) код, дизайн, контент, заменяемые с течением времени и предназначенные для размещения в сети Интернет посредством хостинга и доменного имени.

В соответствии с п.1 ст. 1240 ГК РФ лицо, организовавшее создание сложного объекта, является владельцем исключительных прав на соответствующий объект. Согласно ст. 1234 ГК РФ объект можно приобрести

²⁷ Ст. 2 ФЗ от 27.02.2006 N 149-ФЗ (ред. от 13.07.2015) «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 10.01.2016)

по договору отчуждения исключительного права на результат интеллектуальной деятельности в составе сложного объекта в полном объеме. Однако в п.1 ст. 1240 ГК РФ при перечне сложных объектов интернет-сайт явно не фигурирует. Таким образом, при совершении сделки в договоре необходимо указывать все элементы интернет-сайта и объем передаваемых прав. Поскольку договором предусмотрена передача исключительного права на интернет-сайт, то в бухгалтерском учете данный актив должен быть учтен на балансе и, соответственно, иметь стоимость.

В соответствии со ст. 5 ФЗ № 135 «Об оценочной деятельности в РФ» в качестве объекта оценки будет выступать совокупность исключительных прав на входящие в состав интернет-сайта элементы: доменное имя, хостинг, дизайн, программный код, контент.

Таким образом, понятие интернет-сайта должно быть урегулировано как в гражданском, так и в информационном праве для успешной реализации задач по правовой охране и защите прав и законных интересов правообладателей и целей оценки в сфере нематериальных активов и интеллектуальной собственности в современных условиях. Это хотя бы частично решит проблему оценки такого специфического актива, а оценочное сообщество России решит проблему идентификации его как объекта оценки в задании на оценку и получения информации по данным налогового и бухгалтерского учетов.

Использованные источники:

1. ФЗ от 27.02.2006 N 149-ФЗ (ред. от 13.07.2015) «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 10.01.2016).
2. ГК РФ ч.4 от 18.12.2006 N 230-ФЗ
3. ФЗ от 29.07.1998 N 135-ФЗ (ред. от 02.06.2016) «Об оценочной деятельности в Российской Федерации».
4. Басманова, Е.С. Интернет-сайт как объект имущественных прав / Е.С. Басманова. – Москва, 2005. – 175 с.

Соломина Н.В., к.филол.н.

доцент

кафедра «Философия и социальные коммуникации»

Темерева Е.В.

аспирант

кафедра «Философия и социальные коммуникации»

Омский государственный технический университет

Россия, г. Омск

ВЕБ-САЙТ КАК КОММУНИКАЦИОННАЯ ТЕХНОЛОГИЯ

В статье рассмотрен один из видов коммуникации – электронная коммуникация. Делается попытка характеристики электронной коммуникации. Описывается веб-сайт как способ электронной

коммуникации. Дается типология веб-сайтов.

The article describes one of the forms of communication – electronic communication. Attempt characteristics of electronic communication. It describes the web site as a means of electronic communication. We give a typology of web sites.

Коммуникация, электронная коммуникация, веб-сайт, веб-редактирование.

Communication, electronic communication, website, web editing.

Коммуникация в современном мире приобретает особое значение. Как и прежде, она является целью и основным результатом деятельности человека в определенном социуме. Однако способы ее осуществления и облик самой коммуникации изменились: это, прежде всего, связано с трансформировавшимися условиями общения (научно-технический прогресс обеспечил возможность коммуникативного взаимодействия посредством различных каналов и средств; развитие Интернета и повсеместное активное использование интернет-ресурсов облегчило поиск необходимой информации; доступность электронных устройств и различных гаджетов для рядового пользователя сделала процесс коммуникации осуществимым практически в любой ситуации и др.).

Электронная коммуникация как таковая уже стала особым, конкурирующим, постепенно вытесняющим видом коммуникации, но, как нам представляется, не замещающим «традиционного» общения. Об этом мы писали в статье «Электронная статья как объект редакторского анализа» [1] (см. также [2]).

Особые, иные условия реализации коммуникативного процесса изменяют практически все его составляющие. Назовем некоторые из них:

✓ виртуальность общения (коммуникация реализуется опосредованно, как правило, дистанцированно, в особой виртуальной реальности; участники коммуникации должны иметь возможность доступа в электронную среду с помощью ПК или других электронных устройств,

✓ нерелевантность онлайн или офлайн-коммуникации (возможность мгновенных оповещений позволяет быстро изменить статус «офлайн» на «онлайн»; кроме того, особая требовательность к оперативной обработке информации заставляет контент-менеджера незамедлительно добавлять/обновлять информацию, оперативно отвечать на вопросы пользователей интернет-ресурсов),

✓ сглаживание, а порой и полное нивелирование характеристик коммуникантов (статусных, возрастных, социальных, профессиональных и др.)²⁸,

²⁸ Заметим, что говоря о нивелировании характеристик коммуникантов, мы не имеем в виду полное их неразличение. Так, например, официальная деловая переписка будет соответствовать нормам официально-делового стиля. Тогда как электронное взаимодействие в неофициальных условиях во многом будет

✓ простота поиска и размещения, а также хранения информации (различные поисковые системы, «облачное» виртуальное хранилище данных, файлообменные системы и пр.),

✓ жанровое многообразие электронной коммуникации.

Веб-сайт как один из самых распространенных интернет-ресурсов, представляющий собой информационный ресурс глобальной компьютерной сети Интернет, который является структурированной информацией, размещенной на определенном выделенном пространстве и открытый пользователям этой сети для свободного, авторизируемого или ограниченного доступа.

Заметим также, что информационная составляющая является важнейшей: это и есть цель поисковой деятельности пользователя ПК. Однако веб-сайт может быть не только информационным, но и имиджевым ресурсом (например, веб-сайт организации, для которой важно не только предоставить информацию, но и создать определенный образ в сознании потребителя).

Идея веб-сайта, или связывания документов через систему гипертекста принадлежит Теду Нельсону, который в 1960-е годы активно начал ее продвигать, но недостаточное развитие компьютерных технологий не позволял осуществить эту идею. В 1980-е годы Тим Бернерс-Ли в Европейской лаборатории физики элементарных частиц предпринимал попытки по созданию системы гипертекста (HTML). Эта работа увенчалась успехом, и в 1990 г. был представлен первый текстовый браузер, позволяющий просматривать связанные гиперссылками текстовые файлы в режиме «онлайн». В августе 1991 года Тим Бернерс-Ли опубликовал первый веб-сайт – простую, текстовую страницу с несколькими ссылками. Сайт имел множество ссылок и рассказывал людям, что такое World Wide Web.

Веб-сайт имеет конкретный адрес (или IP-адрес), владельца и состоит из веб-страниц, которые в совокупности составляют единый целый объект.

В настоящее время в сети Интернет существует значительное количество сайтов, представляющих собой, по существу, электронные издания, т. е. аналоги книг или брошюр, но только в электронном сетевом представлении.

Страницы сайтов – это набор текстовых файлов, размеченных на языке HTML. Эти файлы, будучи загруженными посетителем на его компьютер, понимаются и обрабатываются браузером и выводятся на средство отображения пользователя. Язык HTML позволяет форматировать текст, различать в нём функциональные элементы, создавать гипертекстовые ссылки (гиперссылки) и вставлять в отображаемую страницу изображения, звукозаписи и другие мультимедийные элементы.

Страницы сайтов могут быть простым статичным набором файлов или создаваться специальной компьютерной программой на сервере. Она может

подчинено правилам внутригруппового общения, нередко нарушая/модифицируя традиционные принципы и правила построения коммуникации.

быть либо сделана на заказ для отдельного сайта, либо быть готовым продуктом, рассчитанным на некоторый класс сайтов²⁹.

Изначально сайты представляли собой совокупность статичных документов. По мере развития коммуникаций количество внутренних и внешних ссылок увеличивалось. Сайт стал выполнять не только роль справки, аннотации, но и функционального офиса, новостного или медийного центра. В настоящее время большинству из них свойственна динамичность и интерактивность.

Существуют различные типологии веб-сайтов, однако нет единой или общепризнанной классификации. Кроме того, веб-сайты можно характеризовать по различным основаниям. Так, например, *по степени доступности* можно выделить веб-сайты открытые (все сервисы полностью доступны для любых посетителей и пользователей), полуоткрытые (для доступа на веб-сайт необходима бесплатная регистрация) и закрытые (такие веб-сайты доступны для узкого круга пользователей, доступ к ним осуществляется посредством специальных приглашений). С точки зрения того, в какой именно части сети – Интернет или Интранет – располагается веб-сайт, принято говорить об общедоступном и локальном сайтах.

С точки зрения объема, характера и соотнесенности информации, а также в зависимости от комплекса решаемых задач можно выделить следующие виды электронных интернет-ресурсов:

✓ интернет-портал (многокомпонентная разветвлённая структура, состоящая из функционально самостоятельных сайтов разных организаций или подразделений корпоративной структуры),

✓ информационные ресурсы, которые, в свою очередь, также могут быть классифицированы:

▪ тематический сайт (предоставляет специфическую узкотематическую информацию по какой-либо теме);

▪ тематический портал (очень большой веб-ресурс, который предоставляет исчерпывающую информацию по определённой тематике);

▪ интернет-представительства владельцев бизнеса (торговля и услуги, не всегда связанные напрямую с интернетом): сайт-визитка, представительский сайт, корпоративный сайт.

▪ каталог продукции (присутствует подробное описание товаров/услуг, сертификаты, технические и потребительские данные, отзывы экспертов и т. д.; размещается информация о товарах/услугах, которую невозможно поместить в прайс-лист);

▪ интернет-магазин (сайт с каталогом продукции, с помощью которого клиент может заказать нужные ему товары);

▪ промо-сайт (сайт о конкретной торговой марке или продукте, на

²⁹ Некоторые из них могут обеспечить владельцу сайта возможность гибкой настройки структурирования и вывода информации на веб-сайте. Такие управляющие программы называются системами управления содержимым (CMS).

таких сайтах размещается исчерпывающая информация о бренде, различных рекламных акциях (конкурсы, викторины, игры и т. п.).

- *веб-сервис* (сайт, созданный для выполнения каких-либо задач или предоставления услуг в рамках сети Интернет: *доска объявлений, каталог сайтов*).

- *поисковые сервисы* (программно-аппаратный комплекс с веб-интерфейсом, предоставляющий возможность поиска информации в интернете);

- *почтовый сервис* (сайт, предоставляющий услуги по пересылке и получению электронных сообщений по компьютерной сети);

- *веб-форум* (сайт, предназначенный для проведения онлайн-дискуссий);

- *блоговый сервис* (сайт, позволяющий любому пользователю завести свой блог);

- *файлообменный пиринговый сервис* (сервис, предоставляющий пользователю место под его файлы и круглосуточный доступ к ним);

- *облачное хранилище данных* (модель онлайн-хранилища, в котором данные хранятся на многочисленных распределённых в сети серверах, предоставляемых в пользование клиентам, в основном, третьей стороной);

- *сервис редактирования данных* (сайт для онлайн-редактирования различных форматов документов);

- *фотохостинг* (сервис, предназначенный для хранения и быстрой и простой публикации изображений в интернете);

- *видеохостинг* (сайт, позволяющий загружать и просматривать видео в браузере);

- *социальные медиа* (вид массовой коммуникации, осуществляемый посредством Интернета).

Итак, в связи с широким распространением электронных изданий фактически можно говорить о новом типе коммуникации. Информация, размещаемая на веб-страницах, должна быть специально подготовлена и обработана, а значит, появляется и активно функционирует новый вид редактирования – *веб-редактирование*. С появлением электронных вариантов средств массовой коммуникации, а именно электронных сайтов печатных изданий, форумов, чатов, блогов, новостных сайтов и т. п., формируется совершенно новый подход к созданию и восприятию текста.

Использованные источники:

1. Соломина, Н.В. Электронная статья как объект редакторского анализа. – Редакторские чтения-2010: Материалы IV Рос. науч.-практ. конф. / Омский гос. ун-т им. Ф.М. Достоевского; Омский гос. техн. ун-т / Под общ. ред. Г. И. Евсеевой. – Омск: ИЦ «Омский научный вестник», 2010. – С. 92-95.

2. Соломина, Н.В. Электронные средства коммуникации в процессе обучения. – Социальные коммуникации и социальные науки в

демократической России: Материалы Всерос. науч.-практ. конф. / Отв. ред. В.О. Бернацкий.– Омск: Изд-во ОмГТУ, 2009. – С. 171-175.

Шакирова Л.Р.
студент 3го курса
Елабужский институт (филиал)
ФГАОУ ВО КФУ
Россия, г. Елабуга

КОМПЬЮТЕРНАЯ ГРАМОТНОСТЬ И ИНФОРМАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА

Ключевые слова: информационное общество, компьютерная грамотность, информационная культура, информатизация

Постиндустриальное общество, сформировавшееся в 60-70-х годах прошлого века преимущественно в развитых странах Западной Европы, а так же в США и Японии, дало начало информационному обществу, которое так же называют «развитым постиндустриальным обществом». Информационное общество – это общество, в котором большинство работающих занято производством, хранением, переработкой и реализацией информации. Для этой стадии развития общества характерны увеличение роли информации, знаний и информационных технологий в жизни общества. Число людей, занятых информационными технологиями, возрастает. Информатизация общества с использованием телефонной связи, радио, телевидения, интернета расширяется. [5]

В таких условиях закономерно и необходимо появление нового вида культуры – информационной. Иногда можно увидеть, что между понятиями информационной культуры и компьютерной грамотности ставится знак равенства, предполагая, что это одно и то же. Однако существуют значительные отличия. Если компьютерная грамотность – это приобретенные навыки работы с новыми компьютерными технологиями, то информационная культура более широкое понятие.

Понятие «информационная культура» в отечественных публикациях впервые появился в 70-х годах прошлого века в работах, посвященных изучению библиотечного дела. Библиотекари были одной из профессиональных групп, наиболее плотно работающих с большими массивами информации, не удивительно, что именно они внесли большую роль в развитие и популяризацию данного термина. Одними из первых работ, в которых использовался этот термин, были статьи библиографов К.М. Войханской и Б.А. Смирновой «Библиотекари и читатели об информационной культуре» («Библиотека и информация», 1974 г.) и Э.Л. Шапиро «О путях уменьшения неопределенности информационных запросов» (журнал «Научно-технические библиотеки СССР», 1975 г.) [4]

Для того чтобы информационная культура развивалась, необходимы несколько факторов. Во-первых, необходима доступная система образования,

посредством которой закладывается основа интеллектуального развития населения. Во-вторых, развитая информационная инфраструктура, для того, чтобы люди могли свободно передавать и получать информацию, а также для осуществления информационной коммуникации. Важную роль играют такие обстоятельства как демократический режим и развитая экономика в стране. При демократии люди получают правовые гарантии при доступе к необходимой им информации. Развитая экономика важна, так как она определяет финансовые возможности населения, в том числе необходимые для получения образования или приобретения технических средств (телевизоров, компьютеров и прочее). [2]

Информационная культура, вследствие своей специфики, является составной частью таких видов культур, как научная, религиозная, этическая, политическая, экономическая, философская, правовая, экологическая и других. Так же ее можно подразделить на несколько уровней: информационная культура общества, социальных групп и конкретной личности. [1]

Информационная культура личности – одна из составных частей культуры человека, совокупность системы накопленных знаний и умений, которые являются основой для целенаправленной самостоятельной деятельности с целью удовлетворения информационных потребностей, при котором используются как традиционные, так и новые информационные технологии.

О том, насколько сформирована информационная культура, можно судить по определенным критериям. Среди них можно назвать:

- умение точно формулировать свою потребность в информации,
- эффективно осуществлять поиск необходимой информации,
- умение создавать новую информацию и обрабатывать уже имеющуюся,
- навыки отбора, анализа и оценки соответствующей критериям информации,
- наличие компьютерной грамотности.

Компьютерная грамотность – это изменяющаяся характеристика, она определяет, насколько личность владеет определенными компьютерными знаниями, умениями и навыками. Компьютерная грамотность – это приобретенные навыки, которые развиваются на протяжении всей жизни. Не имеет разницы, с какого возраста начинать знакомство с компьютерными технологиями, но чем раньше начать изучение, тем более глубокими и качественными будут результаты. На сегодняшний день аудитория российского интернета составляет 80,5 млн пользователей (прирост по сравнению с 2015 годом составил 9,2%), а 66,5 млн. человек (57%) выходят в сеть каждый день (это больше на 9,3% по сравнению с 2015 годом). Кстати, в ноябре 1996 года российскую Интернет-аудиторию оценивали в 400 тысяч человек. При этом каждый 10-й россиянин использует приложение интернет-

банкинга, у 91% населения старше 18 лет есть мобильный телефон или смартфон, 33,5% россиян обращаются к интернету в качестве источника новостей почти каждый день, однако лишь четверть пользователей полностью уверены в своих силах в вопросах цифровой грамотности. По прогнозам, к 2020 году три четверти россиян станут пользователями интернета. [6]

Молодым людям и людям среднего возраста, выросшим в информационной среде, компьютерная грамотность дается легко, чего не скажешь о людях старшего поколения. Именно для того, чтобы помочь таким людям с 2007 года организуют университеты третьего возраста, где их обучают азам компьютерной грамотности. Численность людей пенсионного возраста в России достигает 40 млн. человек, а по Татарстану эта цифра составляет 1 млн 75 тыс. человек. И согласно данным отделения Пенсионного фонда РФ по РТ тенденция роста сохранится до 2020 года. [7] Эта категория населения в свете тех изменений, что происходят в стране и в мире, нуждается в помощи для освоения современных технологий. В современном обществе сложно быть его полноценным членом, не имея доступа в интернет и не умея обращаться с компьютером. Этому придается такое большое значение потому, что сформированная компьютерная грамотность индивида приносит пользу не только ему, но и всему обществу в целом. Это позволяет уменьшить очереди, наладив электронную запись в разнообразные учреждения. Человек, который активно пользуется компьютером и интернетом, без посторонней помощи способен найти интересующую его информацию, затратив на это меньше времени и сил.

Объективно оценить то, насколько сформирована компьютерная грамотность можно по следующим показателям:

- ценностному отношению к компьютерной деятельности;
- теоретико-технологической компьютерной подготовке;
- реализации творческих способностей (направленности на эвристическую деятельность, проявлению нестандартных подходов к решению стандартных задач). [3]

В современном мире не овладев актуальными знаниями, умениями, навыками в области поиска, анализа и использования информации человек не может подстроиться к стремительно меняющимся условиям информационной среды и чувствовать себя в ней уверенно. И тот факт, что понятия «информационная культура» и «компьютерная грамотность» часто сопоставляются, говорит о том, что они очень схожи между собой. Можно сказать, что компьютерная грамотность является основой для информационной культуры, невозможно не зная основ строить что-то масштабное. Оба эти понятия описывают сложные и многоуровневые взаимоотношения человека и информации. В составе обоих понятий выделяется много составляющих элементов: от навыков вести поиск информации, анализировать и критически оценивать найденные источники информации, до их творческого использования в целях решения

многообразных задач, возникающих в учебной, профессиональной, досуговой или иной деятельности.

Использованные источники:

1. Кульпин Э.С. Природа и общество: на пороге метаморфоз. (Серия «Социоестественная история. Генезис кризисов природы и общества в России». Под ред. Кульпина-Губайдуллина Э.С. Вып. XXXIV. М.: «ИАЦ Энергия», 2013, 320 с.
2. О простом и сложном профессионально: спец. вып. уч. зап. Харьк. Гуманитар. Ун-та «Нар. укр. акад.», посвященный 20-летию НУА/Нар.укр.акад. – Харьков: Изд-во НУА, 2011. – 248 с.
3. Елистратова Н.Н. Информационная культура как критерий информатизации высшего образования в современных условиях реформирования. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2012/07/15770>
4. Информационная культура, информационная грамотность и компьютерная компетентность. URL: <http://www.ifar.ru/projects/infolit.htm>
5. Информационное общество. Режим доступа: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Информационное общество](https://ru.wikipedia.org/wiki/Информационное_общество)
6. РИФ+КИБ 2016: аудитория Рунета составляет 80,5 млн пользователей. URL: <http://2016.russianinternetforum.ru/news/1213/>
7. Университет третьего возраста. URL: <http://www.pfirt.ru/soyuz-pensionerov/universitet-tretego-vozrasta/>

Шәкір Қ.Д.

Информатика мамандығы 4 курс студенті

Ғылыми жетекші:

Кудубаева С.А., т.ғ.к., доцент

А.Байтурсынов атындағы ҚМУ

Қостанай, Қазақстан

МОБИЛЬДІ ҒАЛАМТОР ПАРАҚШАЛАРЫН ЖАСАУ

Аннотация: Ұсынылған жұмыста ғаламтор қолданушылары олардың Қазақстан Республикасы бойынша статистикасы берілген. Қазіргі заманның критерилеріне сай мобильді ғаламтор қолданушылары түрлері көрсетілген. Мобильді интернет арқылы жұмыс жасау тиімділігі мобильді ғаламтор парақшаларын қолданылуы жайлы талдайды. Адаптацияланған ғаламтор парақшасының заманауи кәсіпке қолданушылығы.

Кілттік сөздер: адаптацияланған ,мобильді ,мобильді құрылғылар, ғаламтор жүйесі.

Қазіргі кезде ғаламтор қарқынды дамып және қолданысқа кіріп келе жатқан заман. Ғаламтор – бүкіләлемдік компьютерлер желісі. Ғаламтор пайда болғаннан бастап біз кез келген мекеме, білім органдары, коммерциялық ұйымдадан және жеке тұлғалардан ақпарат алу және алмасу көзі пайда болды. Қазіргі ғаламтордың қарқынды дамуына байланысты біз

ғаламторды тек физикалық тұрғыдан ғана емес, дүниежүзілік ақпарат алу және алмасу желісі деп те айтамыз. Ғаламтор кез келген компьютерлермен және мобильді құрылғылармен ақпарат алмасу, арасында байланыс орнататын желі жүйесі. Интернет технологиясы күн санап өзгеріп келе жатыр. Қазіргі ғаламтор аулаған қауымда біз керекті ақпаратты бірінші кітаптан да емес ғаламтордан табуға тырысамыз. Ғаламтордағы ақпараттар, кітаптар түп нұсқамен бірдей болып келеді. Айта кетерлі жағдай қазір телефондар және смартфондар дамып келе жатқан уақыты. Әрбір қолданушы тек дербес компьютерлер арқылы ғана емес, мобильді телефондар смартфондар арқылы қолданыс артып келе жатыр. Ғаламтор қосылған әрбір құрылғылар арқылы ақпарат алмаса аламыз. Осыған оңтайландырып веб қосымшалардың мобильді қосымшаларын негізгі адаптацияланған түрлерін дамыту барысында.

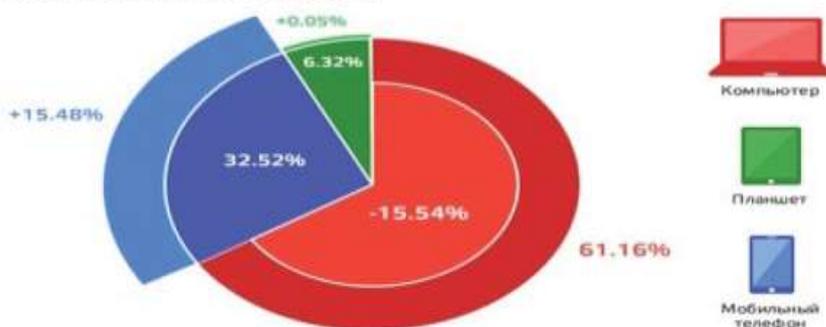
Мобильді веб парақшаларға смартфон немесе планшет арқылы дербес компьютерден кірген оңай. Мобильді құрылғылармен кез келген жерде, дербес компьютерсіз жұмыс жасай алады. Мобильді құрылғылар арқылы біз кез келген операцияны, ақша аудару құжаттарға тапсырыс беру операцияларын орындай аламыз. Мобильді веб сайттар көпшілік ойынша дербес компьютерлерге қарағанда ыңғайлы деп айтады. Шындығына келгенде мобильді құрылғылар және дербес компьютер арқылы қолдану жағдайы бірдей, бірақ мобильді құрылғы арқылы қолдану жеңіл әрі ыңғайлы. Әр ұйым негізгі кәсіп орын үшін веб сайттың дамуы үлкен жетістік. Компания тұтынушылар саны арттуы әр кәсіпорын үшін үлкен жетістік. Осы деректерге жүгініп біз мобильді парақшалар сұранысқа ие.

Web технологиялар ақпаратпен жұмыс жасау концепциясы болып табылады. Кез келген ғаламтор парақшалары веб технологияларда құрастырылып оқылады. Қазіргі кездегі веб технологиялар түрлері сан алуан, бірақ әр технология интернет жүйесіне өзінше ыңғайлы болып табылады. Қазіргі кездегі ғаламтор дамуын қарап болашақ 2-3 арасында әрбір құрылғы ғаламтор қызметіне жүгінетініне және қолданатынына көз жетеді. Ғаламтор және мобильді технологиялар адам өміріне айырмас бір бөлігі болып одан да тез жылдамдықта дамып келе жатыр. Ғаламтор жүйесі көмегі адамдар өмірін көп жеңілдетіп уақытты тиімді пайдалануға ықпал етеді.

Forbes.kz жетекшілерінің көмегімен және Satu.kz аналитиктерінің санауы бойынша Қазақстандағы интернет арқылы сатып алу қызметімен қоладнушылар саны 2014 ж қарағанда 2015 жылы 16 пайызға өсекнің анықтады. Жәнеде интернет дүкеннің адамдарға қандай көмек және оларды қызмет етеін адамдар туралы зерттеу жүргізген.

Бірінші айта кетерлік жағдай телефон планшет арқылы қолданушылар саны көбейіп компьютер арқылы қолданушылар адамдар саны азайған. 40 пайызға дейінгі интернет дүкен қолданушылар телефон арқылы кіретінін анықтаған. Бұл өзгеріс қазақстандағы 4G интернетінің пайда болуы және қарқынды өсуіне байланысты деп есептейді.

Интернет дүкенге кіруге бейімделген құралдар түрі
 Satu.kz ақпараты бойынша



1 сурет.

Жеке кәсіпкерлерге деген қорытынды:

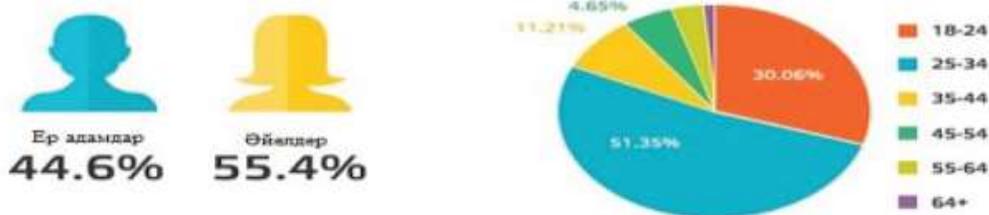
- мобильді сатуды іске асыру
- сайттын мобильді түрін жасау немесе адаптациялық сайт құру.
- мобильді қосымшалар жасау.

Мобильді интернет дүкен қолданушылар жастар қоғамы.

Мобильди интернет дүкен қолданушылары 25-34 жас арасындағы ер адамдар болып келеді. Жәнеде олардың саны 2014 жылға қарағанда көп өсі. Қолданушылардың 3 ен 1 бөлігі 18-24 арасындағы азаматтар, және олардың да саны артып келе жатыр. Ал 35 жастан жоғары интерне дүкен қолданушылары 2014 жылдан бері төмендеп келе жатыр

Интернет дүкен қолданушылар жасы

Satu.kz ақпараты бойынша



2 сурет.

Мобильді қоладанушылар мәртебелі заттарды көп таңдайды.

Мобильді интернет дүкен қолданушылары Android операциялық жүйесіндегі телефондармен жұмыс жасайды. Және де Қазақстанда iPhone телефондары арқылы интернет дүкен қолданушылары 44% жетеді(үшін Белорусияда 19%, ал Россия мен Украинада 30% жуық). сататискиқаға байланысы қазақстан азаматтары аса қымбат және дәрежелі телефондарды қоланыста ұстайтыны дәлелденеді.

Интернет дүкен қолданушылары ұтынатын операциялық жүйедегі телефондар

Satu.kz ақпараты бойынша



3 сурет.

Интернет дүкен қолданушылары тұтынатын тауар түрлері: киім кешек тұрмыстық техника, үй құрал жабдықтары.

Интернет дүкен қолданушылар арасындағы көп тұтынаын тауар түрлері: киім кешек, тұрмыстық техника, мобильді аксессуарлар, үй жабдықтары және электроника болып келеді. Ең көп қолданса ие болатын заттар киім кешек, ал ең кем қолданысқа ие медицина құралдары.

Интернет дүкен қолданушылар арасындағы сұранысқа ие тауарлар

Satu.kz ақпараты бойынша



Жеке кәсіпкерлері бар азаматтарға, және киім кешек аксессуарлармен бизнес жасағандарға мобильді қосымшалар жөнінде ойланған жөн деп Satu.kz аналитиктері коментарии қалдырды. Және де осы жылдары медициналық кезектерге, сұлулық салон кезектері және мемлекеттік қызме алу органдары да интернет қосымшалар арқылы жұмыс істеуді бастап келеді. Satu.kz аналитиктері болашақ 2017 жылдары Қазақстандықтардың 50 пайызынан көбі интернет дүкендер мен қызметтерді ұрақты қолданысқа алатыны туралы болжам айтты.

Қолданылған әдебиеттер:

1. Прохоров А.Н. Интернет: как это работает. СПб:БХВ –Петербург, 2004. – 280 с.
2. CLR via C#. Программирование на платформе Microsoft .NET Framework 4.0 на языке C#, 3-е издание Автор: Джеффри Рихтер

3.ASP.NET MVC

4. Framework с примерами на C# 5.0 для профессионалов. 4-е изд 2015-924с 4
<http://forbes.kz/>

5.Рихтер, Д. CLR via C#. Программирование на платформе Microsoft .NET Framework 4.5 на языке C#. – СПб.: Питер, 2013. – 896 с

Шорина А.А.
студент 3 курса
факультет «Информационные системы и технологии»
ФГБОУ ВО Поволжский Государственный Университет
Телекоммуникаций
Захарова О. И., к.техн.н.
доцент
кафедра «Информационные системы и технологии»
Россия, г. Самара

СОЦИОМЕТРИЯ В ТЕОРИИ ПОДДЕРЖКИ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ

В статье рассмотрено влияние такой области знаний, как социометрия, на принятие решений в менеджменте компаний. В современных компаниях менеджменту при принятии решений важно принимать во внимание не только экономическую составляющую, но и социальное окружение. Так как последнее играет ключевую роль в качественном и добросовестном исполнении поставленных задач конечным исполнителем.

Ключевые слова: *социометрия, менеджмент, принятие решений, теория поддержки принятия решений.*

In article influence of such field of knowledge as sociometry, on decision-making in management of the companies is considered. In the modern companies at decision-making it is important to management to take into account not only an economic component, but also a social environment. As the last plays a key role in high-quality and conscientious execution of objectives by the final performer.

Keywords: *sociometry, management, decision-making, theory of support of decision-making.*

Теория принятия решений - это быстро развивающаяся наука. С высокими темпами ее развития растет потребность в систематизации ее основных принципов и в их развитии, адаптации к тому или иному бизнесу. Основными проблемами современной теории принятия решений являются [4]:

системный подход при принятии решений (системный анализ, позволяющий подойти к решению той или иной проблеме в рамках общего процесса, а не как к отдельно взятой единице);

современные методы принятия решений (для оценки текущей ситуации и для выбора наиболее объективного метода принятия решений, а так же для прогнозирования при выборе целей используют экспертную оценку и методы прикладной математики);

горизонт планирования (включает в себя риски, связанные с неопределенностью продолжительности того или иного проекта, важно правильно оценить продолжительность процессов, на которые влияют принимаемые решения).

В теории принятия решений важную роль играют процессы прогнозирования и планирования. Согласно трактовке немецкого профессора Д. Хана [5] *прогнозирование* - это ни что иное, как взгляд в будущее, не подкрепленная фактами оценка возможных последствий и предугадывание путей решения и развития, а *планирование* - это обоснованная последовательность действий, направленная на достижение поставленных целей, конечным результатом планирования является процесс принятия решений и их воплощение в жизнь. В менеджменте компаний эти два процесса тесно взаимосвязаны. При прогнозе последствий принимаемых запланированных решений важно учитывать человеческий фактор, влияние которого необходимо оценить и, при возможности, корректировать.

На сегодняшний день существует множество инструментов и систем поддержки принятия решений как статистических, так и математических. Однако, все они не учитывают социальную составляющую команды, выполняющей задачи на основе принятых решений, вследствие чего эти решения могут быть не самыми объективными и целесообразными.

Менеджмент организаций неразрывно связан с управлением людьми. Люди в своей массе образуют социальное общество со своей замкнутой социальной атмосферой. Она же в свою очередь может как положительно, так и отрицательно сказываться на их трудоспособности и, соответственно, эффективности. [2]

Социометрия — теория измерения межличностных отношений или методика изучения внутригрупповых связей и иерархии в малых группах [3].

Социометрия в современных экономических условиях становится решающим фактором менеджмента при принятии решений. Однако, стоит сразу отметить, что методы социометрии эффективно используются для оценки уже сложившихся коллективов, т. е. применимы при планировании в уже известных условиях, а при прогнозе в новых неизвестных условиях социометрия бессильна.

Более подробно рассмотрим роль социометрии в процессе принятия решений. Социометрия как метод оценки позволяет выявить количественную характеристику отношений и социальной атмосферы внутри коллектива в виде таблиц, графиков и схем. Морено Дж. [3] разработал схематическое изображение межличностных взаимодействий в коллективе — социограмму.

Социограмма — это несколько концентрических кругов, каждый из

которых соответствует количеству предпочтений в выбранной группе (чем ближе к центру — тем больше предпочтений). Предпочтения выявляются путём опросов или других исследований. В центр помещается наиболее популярный член группы (или несколько членов), далее — менее популярные, по мере убывания, вплоть до изгоев (крайний, внешний круг). Между индивидами прочерчиваются линии со стрелками, обозначающие обоюдную либо одностороннюю симпатию или антипатию. Повторные измерения, проведенные в той же группе, позволяют исследовать динамику отношений. Различают несколько типов социограмм [1]:

1. произвольного вида — показывает комбинацию межличностных отношений с наиболее удобным для восприятия положением респондентов;
2. концентрическая — представляет изображение отношений респондентов на фоне окружностей, вписанных друг в друга, при этом, чем выше положительный статус конкретного члена рассматриваемой группы, тем ближе к центру кругов он располагается на схеме;
3. локограммного вида — при таком виде социограммы респондентов располагают на схеме так же, как они находятся в реальном помещении, где происходит их основная деятельность.

Таким образом, социометрия служит количественным инструментом оценки в теории поддержки принятия решений, позволяющий оценить ряд сложно-оцениваемых характеристик коллективной работы, которые можно отнести к субъективным факторам:

- Межличностные отношения в коллективе.
- Социальная атмосфера в коллективе.
- Командный подход к решению поставленных задач.
- Лидерство в команде.
- Конфликты в коллективе, их причины и последствия (отражение на выполнении задач).
- Сильные и слабые стороны той или иной команды (отдела, подразделения).

Социометрия в теории поддержки принятия решений приобретает смысл в изучении психологической составляющей при выполнении трудовым коллективом обозначенных руководством задач, обладающим рядом социально-психологических характеристик. Нельзя пренебрегать оценкой вышеперечисленных факторов, если необходимо провести максимально эффективную оценку всех рисков и возможностей при принятии объективно-взвешенного и целесообразного решения руководством.

И, хотя, социометрия относительно молодая наука, она успела получить признание и распространение во многих странах и крупных международных компаниях, как один из самых эффективных и полезных инструментов менеджмента.

Использованные источники:

1. Майерс Д. Социальная психология. 7-е изд. СПб.: Питер, 2007.

2. Менеджмент / Под ред. Прокофьевой Ж.К. - М.: Знание, 2000. - 288 с.
3. Морено Я.Л. Социометрия: Экспериментальный метод и наука об обществе: пер. с англ. / Боковиков А. - М.: Акад. Проект, 2001.- 383 с.
4. Орлов А.И. Теория принятия решений. Учебное пособие. - М.: Изд-во «Март», - 2004. - 656 с.
5. Хан Д. Планирование и контроль: концепция контроллинга / Пер. с нем. - М.: Финансы и статистика, 1997. - 800 с.

*Балашов А.М., к.э.н.
доцент*

Новосибирский государственный педагогический университет

Федоровская Л.А.

старший преподаватель

Сибирский государственный университет путей сообщения

Россия, г. Новосибирск

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ И ПРОЕКТНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ УЧАЩИХСЯ ПРИ ИЗУЧЕНИИ ЕСТЕСТВЕННОНАУЧНЫХ ДИСЦИПЛИН

Статья посвящена организации проектной и исследовательской деятельности учащихся. В статье рассматриваются уровни развития исследовательских умений учащихся, условия и последовательность их формирования, а также показано, что значительную роль в формировании исследовательских умений имеет выполнение школьниками разнообразных творческо-исследовательских работ. Далее, авторы рассматривают основные требования к учебно-исследовательским проектам, алгоритм выполнения проектов и основные возможности проектного метода. Использование метода проектов является эффективным и результативным условием развития творческих способностей обучающихся, позволяет достичь оптимального сочетания фундаментальных и практических знаний, формирует навыки самостоятельной работы и самообразования.

Ключевые слова: интерес, личность, модель, мышление, проект, проектно-исследовательская деятельность, творчество, творческие способности.

В условиях ускорения научно-технического и информационного прогресса, а также ряда важных социально-экономических преобразований, осуществляемых в нашей стране в последнее время, одной из главных задач современной педагогики является формирование таких качеств личности как способность к творческому мышлению, самостоятельность в принятии решений, инициативность, ответственность, умение самостоятельно «добывать» необходимые знания. Поэтому, возникает необходимость организации процесса обучения таким образом, чтобы обучающиеся воспринимали изучаемые естественнонаучные дисциплины, как практически необходимые и востребованные жизнью науки, как часть мировой культуры, которая необходима каждому современному человеку для формирования единой и целостной картины мира.

Создание картины мира — это построение на основе существующих (т.е. уже открытых и известных) моделей, наиболее полно отражающей мир. Системность знаний студентов и школьников — это такая совокупность

знаний, структура которой подобна структуре научной теории. Для того чтобы знания у учащихся были системными, они должны знания, которые они получают в процессе обучения во временной и линейной последовательности, непрерывно перестраивать, взаимоувязывая эти знания друг с другом в зависимости от их статуса в теории [2]. Решить эту проблему можно на уроках, которые, организованы на творческом уровне, а именно как проблемные, частично – поисковые, исследовательские. Помня о том, что в достижении поставленных задач выделяют четыре уровня сформированности исследовательских умений учащихся, строится и вся учебно-исследовательская работа.

На первом уровне учащиеся выполняют отдельные операции исследования, используют единичные элементы знаний конкретной темы. На этом уровне строится суждение. Умения данного уровня проявляются на уроках изучения нового материала. Например на уроке химии по теме «Карбоновые кислоты» школьники получают такое задание: определите к какому классу веществ относится данное вещество. Предлагаются соответствующие реагенты. Например: бромная вода, оксид кальция, оксид меди.

Второй уровень предполагает выполнение школьниками единичных операций исследования. Учащимся выдается инструкция при проведении практического задания. Умения этого уровня формируются, следовательно, при выполнении задания по аналогии. Например: Задание 1. Изучите влияние природы солей на протекание гидролиза. Задание 2. Изучите влияние температуры на протекание гидролиза ацетата натрия.

На третьем уровне школьники могут логически связывать отдельные элементы исследовательской деятельности, под непосредственным руководством могут выстроить гипотезу и исследовать свойства вещества, которое не изучали раньше. Например, предположите, какие свойства уксусной кислоты, или предположите, какие свойства этанола. При решении экспериментальных задач на лабораторных работах формируются умения этого уровня.

На четвертом уровне необходимо комплексное использование исследовательских умений. Учащиеся при этом могут не только правильно выполнять под руководством педагога аналогичные исследования, но и самостоятельно планировать свои действия для проверки гипотезы, которую сформировали самостоятельно. Например: Практическая работа по химии: Экспериментальное решение задач по теме « Карбоновые кислоты»

Немаловажную роль в формировании исследовательских умений имеет выполнение школьниками разнообразных творческих работ, например, построение графиков для выбора оптимальных условий при изучении химических производств с использованием расчетов термодинамических величин, написание докладов, рефератов различной тематики с подготовкой презентации. Темы докладов могут быть различные, например «Крекинг

нефтепродуктов», «Экологические проблемы использования углеводородного топлива» и многие другие.

Важным и необходимым этапом учебного процесса является организация проектно-исследовательской деятельности обучающихся. С интересом они берутся за выполнение различных исследовательских проектов, которые предполагают самостоятельную деятельность под руководством преподавателя. Проектные технологии стали неотъемлемой среди исследовательских методов обучения при изучении дисциплин различных направлений. Учащиеся в ходе работы над проектами учатся не только проводить эксперименты или выполнять необходимые расчеты, но и составлять план исследования, обрабатывать результаты, на их основе формулировать обоснованный вывод.

Выполнение исследовательских проектов целесообразно начинать с постановки значимой в исследовательском, творческом, познавательном или практическом плане проблемы, которая и определяет цель дальнейшей работы [3,8]. Здесь происходит осознание приоритетов и мотивов деятельности. Далее идет этап сбора, накопления и систематизации информации, изучения необходимых теоретических сведений по данной проблематике. Для этого целесообразно использовать различные источники информации: журналы, газеты, учебники, монографии, справочная литература, сеть Интернет, телевидение. Очень важно сформулировать способность оценивать идеи, исходя из реальных потребностей, материальных и технических возможностей, научиться выбирать оптимальный, наиболее экономичный, технологичный, отвечающий необходимым требованиям, вариант их реализации.

В ходе выполнения исследовательского проекта выдвигаются гипотезы, подходы к решению задач проекта, подбираются методики исследования, используются различные методы исследований (теоретический, экспериментальный, расчетный, статистический, индуктивный и дедуктивный, метод наблюдений, метод сравнений, метод анализа и синтеза, восхождение от абстрактного к конкретному и др.). Методы исследования служат инструментом добывания фактического материала. Во всех случаях методика исследования должна быть описана так, чтобы любой исследователь при желании мог повторить эти исследования и получить такие же результаты. При выборе методов ученического исследования нужно руководствоваться общими требованиями к научным методам [4]:

- Обусловленность закономерностями, как самого объекта, так и познавательной деятельности.
- Заданность метода целью исследования.
- Результативность и надежность (результат с высокой степенью вероятности).
- Экономичность метода.

- Ясность и эффективная распознаваемость.
- Обучаемость методу.

На следующем этапе производят сбор собственного материала, выполнение теоретических и экспериментальных исследований, анализ и обобщение полученных результатов. Дальнейшим этапом работы над проектом является подведение итогов, формулирование выводов и научных комментариев, самооценка своей деятельности, оформление проекта (исследовательскую работу) и рассмотрение возможных направлений для дальнейших исследований.

Следующим этапом работы является защита и экспертная оценка исследовательского проекта. Защиту можно проводить в форме дискуссии, коллективного обсуждения, отстаивания собственной точки зрения, индивидуального выступления или в форме презентации [3,8]. Защита проекта требует умения выступления перед аудиторией, способности лаконично и аргументировано отвечать на задаваемые вопросы, умения доказать и обосновать принятые в проекте решения, постановки голоса: дикции, интонации, чистоты речи. В настоящее время защиту часто выполняют в форме презентации. Это позволяет кратко и понятно показать основную суть выполненного проекта, более наглядно представить результаты проделанной работы, более объективно оценить выполненный проект. При этом обучающиеся овладевают навыками подготовки и проведения презентаций, что особенно важно в век информационных технологий [3,8].

Таким образом, в ходе выполнения исследовательского проекта выделяют пять основных этапов [6]: ценностно-ориентированный, информационный, исследовательско-конструктивный, оценочно-рефлексивный, отчетно-презентативный. Научно-исследовательская работа (проект) пишется по следующему плану [3]:

1. Введение (обоснование выбора данной темы, ее актуальность, определение цели, задач и методов исследования)
2. Основная часть (литературный обзор, методика исследования, описание исследования, выполнение необходимых расчетов)
3. Заключение (выводы и результаты)
4. Список литературы
5. Приложения

Работа учеников над проектами может успешно выполняться как во время уроков, так и внеурочно. Результатами этой работы является то, что наши обучающиеся каждый год являются призерами и участниками различных научно-практических конференций. За последнее время студентами и учащимися. Было выполнено учащимися значительное количество исследовательских проектов. Например; »Расчет выбросов загрязняющих веществ автомобильным транспортом вблизи территории СГУПС», «Выращивание кристаллов в различных условиях», «Определение

качества питьевой воды», «Составление экологического паспорта организации», «Влияние электропроводности электролитов от степени диссоциации», «Исследование колебаний пружинного маятника», «Исследование теплофизических характеристик сыпучих материалов» и др.

Работая над проектом, обучающиеся изучают различные источники информации, что способствует их начитанности, расширению их кругозора, и как следствие – к развитию правильной, логической грамотной речи. Так же они готовят к защите свою исследовательскую работу, которая включает в себя следующее: оформление материала, включая рисунки, фотографии, схемы, построение разнообразных диаграмм, отражающие зависимость различных показателей, подготовка доклада. Устная презентация проекта, кроме всего перечисленного включает слайды, видеофильмы. Серьезно готовятся учащиеся и к каверзным и серьезным вопросам оппонентов. Предварительно готовят папку, где представлен последовательный ход выполнения проекта и основные результаты. При защите работ ученики показывают знание содержания работы, компетентно представляют достигнутые результаты, обоснованно отвечают на задаваемые вопросы, отстаивают принятые решения и принимают критику как фактор для дальнейшего совершенствования проекта.

Таким образом, проектно-исследовательская деятельность позволяет повысить интерес к изучаемой дисциплине, достичь оптимального сочетания фундаментальных и практических знаний, вырабатывает у учащихся навыки исследовательской деятельности и самообразования. Эта деятельность многопланова. Её можно организовать как на любом этапе урока или изучаемой темы, так и при организации внеклассной работы с учениками. Изучение любой темы дает возможность поставить задачу для исследовательского или творческого проекта. В целом, использование метода творческих и исследовательских проектов увеличивает результативность учебно-воспитательного процесса, повышает качество подготовки учащихся и способствует их дальнейшей успешной адаптации в современной жизни.

Использованные источники:

1. Анофрикова С.В. Не учить самостоятельности, а создавать условия для ее проявления.// Физика в школе.- №3, 1995. -38-46с.
2. Лихолетов В.В. Системный анализ и проектирование систем управления: Учебное пособие. – Челябинск: Изд-во ЮУрГУ, 2004. – 160 с.
3. Новые педагогические и информационные технологии в системе образования: Учебное пособие для студентов педагогических вузов и системы повышения квалификации педагогических кадров / Под. ред. Е.С. Полат.- М.: Издательский центр Академия, 1999.
4. Поддьяков А.Н. Исследовательское поведение: стратегии познания, помощь, противодействие, конфликт. - М.: Просвещение, 2000.- 266с.
5. Савенков А.И. Одаренные дети в массовой школе/ М.: Академия, 2001.
6. Федоровская Л.А., Никитина Е.И., Паули И.А., Балашов А.М. Значение

научно-практических конференций в преподавании естественнонаучных дисциплин. // Образование. Технология. Сервис. Сборник материалов научно-практической конференции преподавателей и студентов / под. ред. Трофимова В.М. – Новосибирск: Изд-во НГПУ, 2010. – 203-209 с.

7. Хуторской А.В. Развитие одаренности школьников: Методика продуктивного обучения. М.: Владос, 2000.

8. Юрова Н.С. Организация проектно-исследовательской деятельности учащихся на базе школьного музея. Режим доступа <http://www.lit-yaz.ru/kultura/75634/index.html?page=10>

Беккер Л.П.
методист

*Муниципальное автономное общеобразовательное учреждение
«Лицей № 176»*

Россия, г. Новосибирск

РАЗВИТИЕ ИНЖЕНЕРНОГО ОБРАЗОВАНИЯ В ШКОЛЕ – ВАЖНЫЙ РЕСУРС СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ СТРАНЫ

Аннотация: в статье рассмотрены актуальные вопросы развития инженерного образования в школе. Интеграционные связи школы с наукой и производством способствуют развитию исследовательской деятельности учащихся и формированию у них современных профессиональных компетенций.

Ключевые слова: инновация, приёмы и методы обучения, инженерное образование.

Стратегический курс руководства страны определяет создание конкурентоспособной национальной экономики через ее диверсификацию, технологическую и инфраструктурную модернизацию, формирование кадрового потенциала новых знаний и компетенций.

Закон «Об образовании в Российской Федерации» обеспечивает превращение образования в движущую силу и ресурс социально-экономического развития, в важный механизм формирования инновационного потенциала общества и экономики, повышения конкурентоспособности страны.

Закон также устанавливает новые права и обязанности субъектов системы образования, вытекающие из необходимости:

- отражения современных требований к образованию, направленных на удовлетворение объективных запросов общества и реальных секторов экономики, потребностей социально-экономического развития страны;

- создания условий для ведения экспериментальной и инновационной деятельности в сфере образования, связанной с внедрением в образовательную практику новых технологий, форм и методов обучения, и

направленной на более полную реализацию права на образование.

Понятие «инновация» относится не просто к созданию и распространению новшеств, но к таким изменениям, которые носят существенный характер, сопровождаются изменениями в образе деятельности, стиле мышления.

Вопрос развития инженерного образования в России является стратегическим для экономической безопасности страны и развития человеческого капитала России.

Так же, очевидно, что в современной экономике регионы с большими запасами полезных ископаемых уже не столь выигрывают по сравнению с теми, где природных ресурсов меньше. Развитие территории все больше зависит от человеческого капитала, от образовательного, научного и культурного потенциала.

Стратегическим приоритетом социально-экономического развития регионов России является развитие стимулирования модернизации и технологического перевооружения, создания новых мощностей, расширение наукоемкого производства, технологического оборудования и услуг, основанных на новейших знаниях.

Ряд субъектов Российской Федерации обладают достаточно диверсифицированной структурой реального сектора экономики, где сочетаются перерабатывающая и добывающая промышленность, тяжелая промышленность и производства, ориентированные на удовлетворение конечных потребностей населения. В некоторых отраслях промышленности имеются весьма конкурентоспособные производства.

Подготовка высококвалифицированных кадров для промышленности и развитие инженерного образования является стратегической задачей развития всех регионов Российской Федерации.

Среди задач политики в сфере развития образования и кадрового потенциала называются:

- развитие интеграционных связей образования с наукой, создание условий и стимулов для ускоренного включения новых знаний в процесс образования, организационная и финансовая поддержка инженерных школ в образовательной среде;
- обеспечение соответствия квалификации и уровня профессиональной подготовки кадров потребностями рынка труда, кадровое обеспечение высокотехнологического сектора экономики;
- организационная и финансовая поддержка развития профессионально-ориентированных школ, формирования положительного имиджа научно-образовательного комплекса регионов, престижа изобретательства и новаторства инженерных профессий;
- развитие региональной системы стимулов для молодежи к занятиям научно-исследовательской, изобретательной и инновационной деятельностью.

Таким образом, государство определяет цель на устойчивый рост качества и количества инженерных кадров через планирование и пропедевтическую подготовку специалистов инженерно-технологического направления из среды талантливых и одарённых учащихся муниципальных образовательных учреждений.

В последние годы во многих регионах России в школах всё чаще открываются специализированные классы, в том числе и инженерной направленности.

Повышение эффективности инженерно-технологического образования в школе в настоящее время рассматривается как создание среды, в которой учащиеся специализированных инженерно-технологических классов смогут заниматься не только исследованием научных явлений, но и применением полученных результатов на практике в различных инженерно-технологических проектах, предполагающих конечный продукт.

Сегодня учитель имеет возможность использовать интерактивные методы обучения, которые способствуют развитию исследовательской деятельности учащихся, повышению доли самостоятельной работы над учебным материалом (проблемные лекции, дискуссии, олимпиады, научно-практические конференции, проектирование и т.п.).

Кроме того, в содержании всех предметов учебного плана необходимо выделить инженерную компоненту, например, в курсе истории – это может быть история открытий, в литературном внеклассном чтении – произведения научной фантастики и о великих исследователях и инженерах (Леонардо-да-Винчи, К.Э. Циолковском, С.П. Королеве, М.Т. Калашникове, А.Н. Туполеве и др.). В физике и химии изучение всех явлений завершается рассмотрением их практического применения в машинах и механизмах. При изучении биологии рассматриваются открытия в области биоинженерии, а также свойства живой природы, реализованные в работе технических устройств. В курсе географии обсуждается, какая техника используется при изысканиях и в различных отраслях хозяйства регионов страны.

В системе воспитательной работы классного руководителя должны быть предусмотрены серии профорientационных классных часов «Введение в профессию», экскурсии, встречи с интересными людьми – инженерами, учеными.

Для организации эффективной образовательной деятельности учащихся специализированных инженерно-технологических классов необходима особая инфраструктура – Школьный Технопарк, позволяющий осваивать современные профессиональные компетенции школьниками.

С целью расширения возможностей и организации образовательного кластера для развития необходимых предметных, метапредметных и инженерных компетенций у обучающихся необходимо заключение договоров о сотрудничестве между школой и техническими профессиональными средними и высшими учебными заведениями.

В рамках такого сотрудничества стороны будут иметь возможность проводить совместные научно-исследовательские работы по актуальным для обеих сторон направлениям.

Учащиеся школ смогут проходить подготовку на базе лабораторий колледжей, вузов под руководством инженеров-педагогов профессиональных учебных заведений по различным инженерным компетенциям.

Инновационные процессы – это закономерность в развитии современного образования, новая стратегическая линия образования. Это процессы, связанные с повышением результатов образованности с целью достижения личностью полноценного участия в жизни общества на максимальном для неё уровне успешности.

Бердюгина О.Н., к.пед.н.

доцент

кафедра алгебры и математической логики

Глушкова А.А.

студент

направление «Педагогическое образование»

профиль «Математическое образование»

Тюменский государственный университет

ПРАКТИКА ПОВТОРЕНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ МАТЕМАТИКЕ УЧАЩИХСЯ ОСНОВНОЙ ШКОЛЫ

Аннотация

Данная статья посвящена обзору практики повторения учебного материала на уроках математики в средней школе. Проведенное исследование позволяет выделить некоторые приемы в практике повторения на уроках математики. Также сформулированы рекомендации будущему учителю по организации повторения. Данная проблематика имеет многогранный и междисциплинарный характер.

Ключевые слова: математика, повторение, приемы, учитель математики.

Abstract

This article provides an overview of the practice of repetition of educational material in math class in high school. This study allows to allocate some of the techniques in the practice of repetition in the classroom mathematics. Also made recommendations on the organization of the future teachers of repetition. This perspective is a multifaceted and interdisciplinary nature.

Keywords: mathematics, repetition techniques, mathematics teacher.

Повышение успеваемости и качества образования одни из важных проблем стоящих перед учителем. Это заказ не только государственной политики в области образования, но и требования современного общества, требования ученического сообщества. Поэтому, будущий выпускник

направления «Педагогическое образование» профиль «Математическое образование» должен быть готов к применению различных методов и приемов к решению этих проблем.

Основой повышения качественной успеваемости и способствующей достижению прочных знаний является повторение. За этим процессом будущий учитель математики наблюдает, проходя педагогическую практику в общеобразовательных учреждениях. Но данного наблюдения не достаточно для полноценной подготовки будущего учителя..

Прочность учебного материала проявляется в возможности обучающегося сохранять знания на длительное время. А это невозможно при механическом заучивании материала, без глубокого понимания учебного материала.

Методисты отмечают, что повторение, влияя на систематизацию знаний, не только обеспечивает обучающихся настроен на успешность, но и переводит учебную информацию из кратковременного запоминания в долговременное. Именно повторение учебного материала способствует развитию математической деятельности и личности ученика.

Учителя математики отмечают, что без прочного сохранения приобретенных знаний, без умения воспроизвести в необходимый момент, ранее пройденный материал, изучение нового материала всегда будет сопряжено с большими трудностями и не даст надлежащего эффекта. Еще Я.А Коменский отмечал, что обучение нельзя довести до основательности без возможно более частых и особенно искусно поставленных повторений и упражнений.

Современные исследователи в диссертационных исследованиях отмечают важность процесса повторения изученного материала.

Так, например, в исследовании Храмовой Н.Н рассматривается комплексный подход к разрешению проблемы повторения на уроках математики для учащихся 5-6 классов. В ней на основе анализа функций повторения, принципов его реализации смоделирована методика организации повторения, включающая несколько взаимосвязанных его этапов (предваряющего, предупреждающего и обобщающе-систематизирующего), на каждом из которых определены в зависимости от поставленной цели критерии формирования содержания учебного материала, а также приёмов и способов организации деятельности учащихся с учётом психологических и педагогических закономерностей обучения.

В исследовании Имранова Б.Г. представлено итоговое повторение как часть методической системы закрепления знаний учащихся в условиях непрерывного образования, обеспечивающая формирование у выпускников средней школы готовности к применению математических знаний и способов деятельности.

В практике преподавания математики выделяются ряд методов, способствующих более эффективному повторению. Например, для текущего

повторения целесообразно использовать математические диктанты, самостоятельные работы, решение задач. Для тематического повторения можно использовать различные игровые технологии, специализированные уроки посвященные одной темой.

При заключительном повторении темы «Уравнения» в 11 классе учащимся должны последовательно перейти от одного уровня математической деятельности к следующему, более высокому, сделав для себя открытия в этой теме. А также, чтобы не терять время на уроках при повторении алгоритмов решения уравнений различного вида, учащимся может быть предложено задание подготовить презентации по темам: «Алгоритмы решения иррациональных уравнений»; «Алгоритмы решения показательных уравнений»; «Алгоритмы решения логарифмических уравнений»; «Решения уравнений, содержащих переменную под знаком модуля»; «Алгоритмы решения тригонометрических уравнений»; «Решение рациональных уравнений». Таким образом, учащиеся получают творческую работу, при выполнении которой они откроют для себя что-то новое, при этом ученики пройдут первый этап математической деятельности: накопление фактов с помощью наблюдения, опыта и обобщения.

Для повышения интереса обучающихся к предмету математики необходимо применять различные приемы и методы работы, разнообразить повторяемый материал. Необходима хорошо продуманная теоретическая и практически обоснованная система повторения, которая должна обеспечить высокое качество и прочность знаний обучающихся.

Следует отметить, что не всегда повторение несет в себе контролирующую функцию. Например, при построении индивидуального устного повторения можно применять следующую методику. Учебный материал разбивается на законченные части. каждой части формулируется учебное задание (вопросы, задача и т.д.). Учащимся сначала предлагается составить план ответа, затем составить ответ по плану. В это случае основная задача повторения развивающая, а именно развитие умения передавать свои научные знания в связной речи.

Анализ показывает, что организация повторения в процессе обучения математике представляет собой довольно сложную в методическом отношении проблему, предполагающую решение нескольких частных задач. Это и выбор учебного материала для повторения, и определение наиболее эффективных приёмов и форм организации деятельности учащихся на уроках и дома, и выделение места для уроков повторения в структуре учебного процесса.

Таким образом, повторение учебного материала требует от учителя творческой работы, так как он должен обеспечить четкую связь между содержанием, видами, формами и средствами повторения.

Использованные источники:

1. Бердюгина О.Н. Проектирование целей развития геометрических умений

- студентов в процессе обучения геометрии /О.Н. Бердюгина //Альманах современной науки и образования, 2008, № 7. –Тамбов: Грамота. – С. 28-6-2
2. Имранов, Б.Г. Методическая система закрепления знаний учащихся при изучении математики в средней школе. Дисс д.п.н., Баку, 1995, 151 с.
 3. Храмова, Н. Н. Теория и практика повторения в обучении математике учащихся основной школы. Дисс. к.п.н., Пенза, 2004, с 169.
 4. Шармин Д.В. Язык математической науки и язык обучения математике //Альманах современной науки и образования, 2008, № 12. С 239-241.

Боброва Т.О., к.филол.н.

доцент

кафедра иностранных языков

Ставропольский государственный педагогический институт

Российская Федерация, г. Ставрополь

К ВОПРОСУ ОБ ИСПОЛЬЗОВАНИИ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ В РАМКАХ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ

Аннотация. В данной статье автор исследует возможность использования в рамках дистанционного обучения таких современных инновационных технологий обучения иностранному языку как: кейс-метод, проектная и проблемная технологии, игровая технология, информационно-компьютерные технологии.

Ключевые слова: компьютерные технологии, информационные технологии, кейс-метод, игровая технология, проектная технология, веб-квест, информационные ресурсы, телекоммуникационные сети.

Bobrova, T. O., candidate of philological sciences,

Associate Professor of foreign languages

Stavropol State Pedagogical Institute

Stavropol, Russian Federation

TO THE QUESTON ABOUT THE USE OF INNOVATIVE TECHNOLOGIES OF FOREIGN LANGUAGE TEACHING IN THE FRAMEWORK OF DISTANCE LEARNING

Abstract. In this article the author explores the possibility of using in the framework of distance learning such modern innovative technologies of foreign language teaching as a case study, problematic and project technologies, games technology, information and computer technology.

Key words: computer technology, information technology, case study, games technology, game technology, web quest, information resources, telecommunications network.

Современный мир дает огромные возможности для приобретения знаний во всех сферах и направлениях. За последние годы появилось

множество технологий и методик обучения иностранным языкам, и практически все они, в той или иной мере, связаны с применением информационно-компьютерных технологий.

Одной из таких технологий является дистанционное обучение иностранному языку, которое предполагает учебный процесс на расстоянии с использованием технических средств связи [1]. Наиболее перспективным направлением на сегодняшний день в данном виде обучения является использование различных телекоммуникационных сетей и информационных ресурсов.

Кроме того, дистанционное обучение, как и любая другая форма обучения на современном этапе развития общества, должно, в целом, соответствовать принципам гуманизации образования, способствовать всестороннему развитию личности, иными словами, протекать в рамках личностно-ориентированного обучения.

Говоря о преимуществах дистанционного обучения иностранному языку, можно отметить следующие:

- экономия затрат на обучение;
- гибкий график занятий;
- возможность совмещать работу и учебу;
- самостоятельность в распределении учебных нагрузок;
- возможность обучения у лучших преподавателей (носителей языка) и др.

Однако, наибольшие преимущества дает дистанционному обучению именно возможность использования телекоммуникационных и информационных ресурсов сети Интернет.

Дистанционное обучение основывается на принципах, которые, во многом, схожи с принципами других методик и технологий, и не противоречат личностно-ориентированному направлению в педагогике.

Можно выделить следующие основные принципы дистанционного обучения:

- *принцип интерактивности*, предполагающий постоянное и целенаправленное взаимодействие учащегося и преподавателя в рамках учебного процесса;
- принцип стартовых знаний, который основан на том, что учащемуся требуются некоторый «стартовый» набор знаний по дисциплине и опыта в работе с компьютером и телекоммуникационными системами интернет;
- принцип индивидуализации, позволяющий преподавателю разрабатывать индивидуально направленную методику обучения конкретного ученика, которая основана на учете его способностей, целей и темпа обучения;
- принцип педагогической сообразности применения информационных и компьютерных технологий [2].

С нашей точки зрения, реализация вышеуказанных принципов может стать более эффективной, если в процесс обучения иностранным языкам в рамках дистанционного обучения будут встроены уже зарекомендовавшие себя в плане эффективности следующие технологии:

- case-метод;
- проектная технология;
- технология проблемного обучения;
- групповая технология;
- игровая технология.

Рассмотрим, как могут применяться вышеуказанные технологии в процесс дистанционного обучения иностранным языкам.

Посредством кейс-технологии ученик получает возможность приобрести навыки нестандартного и критического мышления, повысить мотивацию к изучению иностранного языка, научиться адекватно оценивать уровень своих знаний, а также увидеть их практическую значимость. Кейс-технология представляет собой разработанные преподавателем учебные проблемные ситуации, основанные, как правило, на фактическом материале и требующие нахождения решения. Таким образом, ученик должен проанализировать предложенную ситуацию, увидеть различные варианты решения и выбрать из них тот, который представляется ему наиболее удачным. В процессе такой деятельности учащийся, с одной стороны, активизирует необходимый запас знаний в иностранном языке, а с другой, осуществляет самостоятельный поиск и усвоение недостающих для решения кейса знаний.

Нужно отметить, что уже в рамках применения кейс-технологии мы можем заметить близость ее к проблемному методу, так как в последнем деятельность учащегося также направлена на поиск оптимального решения проблемной ситуации. Процесс обучения при этом может иметь следующую последовательность: вначале перед ним ставится проблема (например, выбор предполагаемого путешествия с целью изучения определенного вопроса), затем решение кейса (оформление визы, выбор турагентства, продумывание маршрута и т.д.). Кроме того, такая деятельность ученика может впоследствии вылиться в проект, который, в свою очередь, завершается презентацией результатов исследования и разрешения данной проблемы. Важно подчеркнуть, что работа с проблемой, кейсом и проектом может, несомненно, осуществляться не только в индивидуальном режиме, но и в групповом. Кроме того, такая работа учащихся может подразумевать и исполнение определенных ролей, что означает включение в учебный процесс игровой технологии.

Использование в дистанционном обучении телекоммуникационных систем и информационных ресурсов сети Интернет может и должно выступать не только как средство связи учителя и ученика, но и как средство обучения. Информационные сетевые ресурсы является богатейшим и

неисчерпаемым источником разнообразной информации, представленной в виде текстовых, видео, аудио файлов, что предоставляет большие возможности для изучения иностранного языка. Телекоммуникационные сети позволяют осуществлять письменное и устное общение не только с преподавателем, но и с другими учащимися по всему миру, что решает основную проблему для изучающих иностранный язык – создание естественной среды для коммуникации.

Работа с информационными ресурсами в рамках дистанционного обучения может эффективно осуществляться с помощью следующих методов: Treasure Hunt, Hot List, Subject Simpler, Web Quest [3].

Все указанные методы позволяют осуществлять и подбирать необходимые Интернет-ресурсы для изучения определенных тем, а также производить отработку фонетического, лексического и грамматического аспектов языка.

Работа с телекоммуникационными сетями может быть также построена в соответствии с проектной и проблемной технологиями, кейс-методом и другими методиками, однако, она должна быть направлена, прежде всего, на развитие всех видов речевой деятельности, в особенности, продуктивных - письма и говорения, так как дает возможность непосредственной естественной коммуникации.

Таким образом, дистанционное обучение иностранному языку может быть существенно трансформировано при помощи инновационных технологий, которые позволяют повысить эффективность обучения данной дисциплине, и, кроме того, не только обучать, но и воспитывать всесторонне развитую личность, готовую к принятию собственных решений, умеющую анализировать явления окружающего мира, творческую и самостоятельную.

Использованные источники:

1. Андреев А.А. К вопросу об определении понятия «дистанционное обучение» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.e-joe.ru/sod/97/st96.html> (Дата обращения 05.06.16).
2. Андреев А.А. Дидактические основы дистанционного обучения. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pokoleniye.ru/> (Дата обращения 03.06.16).
3. Сысоев П.В. Методика обучения иностранному языку с использованием новых информационно-коммуникационных Интернет-технологий: Учебное пособие / П.В. Сысоев, М.Н. Евстегнеев. – Рн/Д: «Феникс», 2010. – 182 с.

Бобылева Н.Ю.
студент 3 курса
Проказина Н.В., доктор социологических наук
научный руководитель, доцент
ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и
государственной службы при Президенте Российской Федерации»
Россия, г. Орел

КРИЗИС СОВРЕМЕННОГО ГУМАНИТАРНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Автор осуществляет анализ причин кризисных явлений в современном гуманитарном образовании и предлагает пути выхода.

Ключевые слова: гуманитаризация, гуманитарное образование, гуманитарное мышление.

The author carries out the analysis of the causes of the crisis in contemporary education and offers a way out of it.

Keywords: humanitarization, education in Humanities, thinking.

Современное общественное развитие определило положение образования, как одной из важнейших сфер человеческой деятельности. Те глобальные изменения, которые произошли и продолжают происходить в жизни общества, привели к появлению новых социально значимых ориентиров во всей системе образования, независимо его от ступеней.

От современного человека требуется быть не только высококвалифицированным специалистом, но и творческой личностью, способной к саморазвитию и самообразованию, своевременно реагирующей на новые социальные вызовы.

Кризисные явления, как глобального, так и внутриобщественного характера – разрушение естественных условий жизни человека, борьба за ресурсы, возведение в норму жестокости, культа грубой силы, индивидуалистический характер ценностей, примитивизация чувств и интересов, стремление к достижению обогащения за счёт других, агрессия и насилие – всё это обусловило постановку проблемы гуманизации общества. Поэтому, неслучайной стала обращённость общественных дискуссий на поиск возможностей модернизации образовательных систем, которые должны способствовать оздоровлению социальной жизни.

Основной задачей современного общества является анализ состояния гуманитарного образования и проблемных факторов, которые сопровождают его развитие. С этой целью требуется детально рассмотреть понятия «гуманитаризация» и гуманитарное мышление. Уточнение данных понятий позволит предметно вести речь о состоянии гуманитарного образования и трудностей, сопровождающих его осуществление в настоящее время.

Необходимо обратиться к истокам возникновения самого понятия «гуманитаризация» и генезису проблемы его взаимодействия с

альтернативами, формирующимися в пространстве культуры. В этой связи, необходимо, в первую очередь, отметить, что проблема гуманитаризации изначально возникает тогда, когда естественно-научное, и в особенности техническое, знание начало отделяться от культурно-философского и обрело самостоятельность. Отделившись от культурно-философского знания, оно, как наиболее динамично преобразующее природу, присвоило себе право заниматься проблемами человека. Именно тогда возникли и стали оформляться собственные, имеющие техническую и естествоиспытательскую природу, критерии целесообразности и эффективности. В результате к XX в. полезным для человека оказалось только то, что можно рационально просчитать (укрупнение, удешевление, ускорение, усовершенствование).

Утверждающийся на этой основе сциентизм привёл к своеобразной дисгармонии, нарушающей целостность культуры, и появлению эффекта «двух культур», одна из которых, с позиции парадигмы знания, опирается на естественно-научное отражение мира и претендует на фундаментальность, другой же отводится роль социально-гуманитарного приложения, призванного объяснить возможности человека во взаимодействии с окружающим его миром [2, с. 132]. Именно эта расчлененность (не культуры, а образа её в нашем сознании), способствующая утверждению разных форм мышления, и есть камень преткновения в решении вопросов, так или иначе связанных с пониманием сущности гуманитаризации (в том числе и гуманитаризации образования).

Поводом для организации и поддержания дискуссии о целях, направленности и содержании гуманитарного образования стало признание кризисных явлений, которые имеют место в данной сфере. Свидетельством кризиса гуманитарного образования является наблюдаемое на протяжении последних десятилетий падение престижа гуманитарных профессий (за исключением всплеска общественного интереса к отдельным гуманитарным специализациям, обусловленным запросами рынка труда, либо общественными стереотипами относительно престижности конкретных профессиональных сфер). В обществе заговорили о кризисе перепроизводства гуманитарных профессий.

Так же, наблюдается повсеместное сокращение государственных субсидий на гуманитарное образование и гуманитарные исследования, коммерциализация образовательной сети, что не могло негативным образом не отразиться на развитии гуманитарного знания и образовательных систем, основанных на нём. И напротив, активно продолжающаяся технократизация общества, абсолютизация естественнонаучного знания привела к доминированию негуманитарных сфер в системе образования и науки.

Дискуссии относительно причин и факторов, которые привели к кризисным явлениям в гуманитарной сфере, разделили исследователей на два лагеря: сторонников того, что причины всех проблем кроются в

противоречиях современной концепции национального государства и концепции социального государства; сторонников того, что кризис вызван внутренними факторами, сложившимися в самом гуманитарном знании. Как бы в реальности не обстояло дело, от гуманитарных профессий и гуманитарного образования общество не только не готово отказаться, но и демонстрирует намерения переосмыслить, происходящие в данной области негативные процессы и постараться разрешить те противоречия, которые образовались [4].

Так, в конечном счёте, наступило осознание того, что созданное сегодня общество массового потребления, превратилось в объект, которым активно стремятся манипулировать с помощью массмедиа совершенно разные силы – от крупных корпораций, до террористических организаций. Это не может не настораживать тех, кто понимает действительную цену происходящего и последствия, к которым такие действия могут привести.

Гуманитарное образование, по своей сути, изначально обращено к обществу и представляет собой личностно ориентированное обучение. Поэтому от него сегодня ожидается выполнение судьбоносной роли – осуществление продуктивной работы по формированию нового менталитета современного человека, который по своим составляющим во многом должен стать противоположностью старому, соответствовать уровню информационного, постиндустриального общества. Иными словами, внедрение и повсеместное распространение новых технологий требует нового человека, а от гуманитарного образования ожидается адекватный ответ.

Каким же должен быть этот новый человек? Каких результатов ожидают в обществе со стороны гуманитарного образования?

В первую очередь, требуется вернуться к гуманизации как принципу, на котором строится не только всё гуманитарное образование, но и другие образовательные сферы. Социальный институт «образование», целевая функция которого заключается в передаче и воспроизводстве ценностных модусов общественной жизни и культуры, в развитии жизненных сил человека, его индивидуальности, на протяжении ряда десятилетий становился всё более дегуманизированным. Это делало его всё менее способным эффективно влиять на гуманизацию многомерного поликультурного общества, обеспечивать его стабильность и развитие человека как социального объекта.

В данных условиях представляется необходимой научная разработка методологических оснований становления и устойчивого развития образовательного пространства, как в национальном, так и международном масштабе, полиязыкового по содержанию и диалектично противоречивого по характеру взаимодействия субъектов образовательного процесса.

Гуманизация образовательного пространства, в условиях процессов интеграции, затронувших всё мировое сообщество, повышение роли информационных технологий, коммуникационной среды в современной

российской действительности и значимости личностного фактора в жизни общества в глобализирующемся мире, связана с гуманитаризацией. Разумеется, последнее определяется, прежде всего, гуманитарным образованием и обеспечением языкового доступа человека к национальной и мировой культуре.

Приведённые цели гуманитаризации не достижимы в отсутствии признания ценности плюрализма культур и толерантного отношения к различиям, которые существуют между ними. Феномен толерантности сегодня является предметом общественного дискурса. Его исследуют практически все гуманитарные области, не только для того, чтобы признать его полезность в практическом отношении, но и разобраться в возможных негативных следствиях. Например, каковы должны быть условия обеспечения толерантности? Или же, где пределы толерантного отношения и имеются ли они?

Критическое, но при этом открытое отношение к миру, невозможно без сформированного в человеке, в достаточной мере, рефлексивного отношения к себе и к окружающей социальной и природной реальности.

Всё вместе перечисленное ожидается как результат приложения усилий со стороны гуманитарной образовательной среды. Она, в свою очередь, остро нуждается в выработке новых стратегий образования, которые призваны учитывать возможности её перестройки в соответствии с системой ценностей современной цивилизации.

Учитывая глобальные тенденции, общесоциальные условия, гуманитарное образование, всё же, призвано культивировать в человеке его субъективность (в самом положительном его значении), органичность, целостность, ответственность. Перечисленные качества позволяют устанавливать выраженное отношение человека к окружающему его миру, к себе, как его части. Всё это является результатом его познавательной активности.

Гуманитарное мышление, без которого невозможно гуманитарное образование и любая социально ориентированная деятельность вообще, опирается на такое взаимодействие с любыми знаково-символическими системами, которое позволяет сохранять открытость их понимания и как объективных значений, и как ценностно-смысловых проявлений человека. Именно поэтому различные гуманитарные концепции кладут в основу познавательного процесса (как и преобразовательного) понимание достигаемое в форме диалога. При этом диалог обретает значение всеобщего способа.

Гуманитарное мышление отличает способность преодолевать ограниченность представлений об детерминированности и рационализме в познании мира, предопределяющего однозначность результата. Оно строится на признании противоречивости, изменчивости, неисчерпаемости как мира, так и познавательного процесса. Следовательно, отрицает заложенную в

естественно-научном мышлении однозначность, достигаемую рациональным путем. Здесь само знание становится не результатом, а процессом, т. е. «живым знанием», несущим в себе потенциал открытости.

Таким образом, гуманитарным образование становится не по предметности изучения определённой части реального мира, а по универсальному способу осуществления взаимодействия с этим миром. Иными словами, суть гуманитарного образования заключается в том, что оно направлено на формирование и развитие гуманитарного мышления. Следовательно, оно приобретает характер культурно-образовательного становления и развития творческой и динамичной личности, способной к осуществлению познания, конструирования и социального взаимодействия.

Исходя из рассмотренного выше, возможно сделать вывод о сути необходимого реформирования, изменений содержания образования. В его структуру должны войти основные элементы культуры, а не «основы наук», транслируемые в предметах (скорее способствующие унификации знаний, чем его креативности). Результатом такого образования станет «выращенная» способность формирования целостной полифоничной картины мира, которая позволяет не только усваивать цикл предметов, но прежде всего, приобщаться, «врастать» в культуру, т. е. овладевать способами мышления и способностями, посредством которых люди на протяжении многих веков строили мировую цивилизацию.

Использованные источники:

1. Аврамкина И. С. К вопросу о кризисе образования в современной России // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. 2011. № 139. С. 142 – 152.
2. Герасимов Г. И. Гуманитарность и гуманизация образования // Гуманитарии Юга России. 2012. № 1. С. 129 – 140.
3. Константиновский Д. Л., Вознесенская Е. Д., Дымарская О. Я., Чередниченко Г. А. Социально-гуманитарное образование: ориентации, практики, ресурсы совершенствования. – М.: ЦСП, 2011. – 264 с.
4. Олейников А. Кризис гуманитарного знания // Интернет-журнал «Гефтер» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gefter.ru/archive/7970>.

*Джолдасова В.К.
студент 4-го курса
НИУ «БелГУ»
Россия, г. Белгород*

СОЦИАЛЬНАЯ АДАПТАЦИЯ ИНОСТРАННЫХ СТУДЕНТОВ ИЗ СТРАН ПОСТСОВЕТСКОГО ПРОСТРАНСТВА (НА ПРИМЕРЕ НИУ «БЕЛГУ»)

В данной статье характеризуется процесс социальной адаптации иностранных студентов в вузе. Изучены основные направления социальной адаптации студентов из ближнего зарубежья.

Ключевые слова: иностранные студенты, социальная адаптация, постсоветское пространство, учебный процесс, образовательное пространство, социокультурная среда, бытовая среда.

Привлечение иностранных студентов является важной составляющей образовательного процесса во всем мире, в том числе и в России. Грантовые программы для обучения за рубежом, распространенное сетевое обучение, системы двойных дипломов усиливают академическую мобильность. В результате этого в вузах всего мира постоянно растет доля иностранных студентов. Российская Федерация не является исключением.

На основании данных, представленных Организацией экономического сотрудничества и развития, в период с 2005 по 2015 гг. количество иностранных студентов в России увеличилось почти в два раза и составляет 186606 человек [1]. Количество иностранных студентов в Белгородских вузах также постоянно растет и составляет более 3500 студентов, из них – 2200 студентов из НИУ «БелГУ».

Стоит отметить, что вовлечение иностранных студентов в учебный процесс на базе российских вузов является важной и ответственной задачей в связи с высокой позицией российского образования на международной арене. Разрешение вопросов, связанных с адаптацией студентов-иностранцев, повышает престиж образовательных учреждений и, как следствие, престиж России за рубежом.

Кроме того, адаптация иностранных студентов к новым социальным и культурным условиям при поступлении в университет является ключевым фактором, определяющим в большинстве случаев эффективность учебного процесса в целом.

Важную роль в изучении социальной адаптации студентов играют работы О.В. Куликовой, Г.М. Андреевой [2]. По их мнению, формирование или изменение социальных качеств субъекта происходит под воздействием новой окружающей среды. Так, О.В. Куликова к элементам, формирующим социальные качества человека, относит социально определенную цель его деятельности, социальные статусы и роли, ожидания в отношении этих статусов и ролей, нормы, которыми он руководствуется в процессе своей деятельности, уровень образования, активность и степень самостоятельности в принятии решений [3].

На сегодняшний день все больше иностранных учащихся приезжают в Россию для получения высшего образования. Это студенты из стран дальнего и ближнего зарубежья. В силу этого студенты, прибывшие из стран СНГ, Прибалтики, бывшего СССР вынуждены привыкать к новым психологическим, социальным, культурным условиям. Это вызывает некоторые сложности для них. Каждый иностранный студент объективно проходит процесс адаптации к обучению и проживанию. Ведь процесс адаптации к студенческой жизни довольно трудный, даже если обучение проходит в своей стране. Вдвойне сложнее приходится тем, кто учится в

другой стране [4].

Социальная адаптация является постоянным и непрерывным процессом реагирования на изменения, происходящие в жизни человека и достаточно трудно отделить друг от друга его отдельные аспекты.

Таким образом, социальную адаптацию можно трактовать как непрерывный коммуникативный процесс, в котором люди, взаимодействуя друг с другом, создают новые способы коммуникации и связи с элементами социальной среды. При этом целью социальной адаптации выступает интегрирование личности в определенную сложившуюся систему социальных отношений. Это предполагает выработку шаблонов поведения, определяющих систему ценностей и норм, и отражающих поведение в данной культурной среде, а также приобретение, принятие и развитие умений и навыков межличностного общения.

Проблемы социальной адаптации иностранных студентов связаны с вхождением личности в новую социокультурную, социально-психологическую и учебно-познавательную среду, где формируются системы устойчивых личностных отношений ко всем элементам образовательного процесса. Протекание процесса адаптации иностранных студентов к образовательной среде вуза должно осуществляться организованно, целенаправленно и комплексно. По нашему мнению, одним из важнейших факторов успешной и эффективной социальной адаптации иностранных студентов из стран постсоветского пространства к незнакомой образовательной среде выступает организация взаимодействия и взаимопонимания между индивидами. Данное взаимодействие может быть между преподавателями и иностранными студентами, студентами-иностранцами и представителями разных культур внутри учебной группы, факультета или вуза. Немаловажным требованием, неразрывно связанным с предыдущим, является вовлечение иностранного студента в практическую межкультурную коммуникативную деятельность.

Нами было проведено пилотное исследование (анкетирование иностранных студентов, в котором приняли участие 69 студентов-иностранцев Института управления НИУ «БелГУ» из стран постсоветского пространства). Кроме того, был проведен экспертный опрос, который охватил 16 экспертов в области социально-воспитательной работы и международной деятельности. Исследование показало, что относительное большинство иностранных студентов из стран постсоветского пространства не испытывают языкового барьера, однако нуждаются в эффективной работе по социальной адаптации. Иностранные студенты и эксперты в области международной деятельности и социально-воспитательной работы, а также кураторы, которые работают со студентами из ближнего зарубежья, однозначно определились о необходимости проведения мероприятий по социальной адаптации.

Таким образом, наиболее полезной будет программа первичной адаптации, которая включает в себя знакомство с жизненно необходимыми

местами (больница, миграционная служба, предприятия общественного питания и др.), культурно-историческими памятниками Белгорода и области, основными торговыми центрами в городе, а также работа волонтеров по консультированию иностранных студентов по различным вопросам.

Использованные источники:

1. Взгляд на образование 2015 // Организация экономического развития и сотрудничества. URL: <http://www.oecd.org/zip/9612038e5.pdf>.
2. Г.М. Андреева. Общение и межличностные отношения. М.: Добросвет. – 2012. – 257 с.
3. О.В. Куликова. Проблема адаптации иностранных студентов в процессе обучения в российском вузе. – М.: Наука. – 2013. – С. 87.
4. Ханс де Вит. Интернационализация образовательной программы // Международное высшее образование. – 2016. – №83. – С. 17.

*Евдакимов Г.И., к.т.н.
заведующий кафедрой*

*Уфимский государственный нефтяной технический университет
Россия, г. Салават*

СЕМЬ ПРОСТЫХ ИНСТРУМЕНТОВ КАЧЕСТВА В ОБРАЗОВАНИИ

Аннотация: В статье рассматривается применение семи простых инструментов качества в образовании. Представлен пример использования диаграммы Парето. Показано, что подобный подход может быть применен для планирования деятельности вуза.

Ключевые слова: качество, инструмент, диаграмма Парето, система менеджмента качества

*Evdakimov G.I., candidate of Science
head of department*

*Ufa State Petroleum Technological University
Russia, Salavat*

THE SEVEN BASIC QUALITY TOOLS IN EDUCATION

Abstract: The article is about application of the Seven Basic Quality Tools in education. The example of Pareto chart application is considered. This approach can be used for planning activities of the university.

Keywords: quality, tool, Pareto chart, quality management system

Сегодня трудно представить крупный вуз, не имеющий системы менеджмента качества (СМК). Необходимость разработки и внедрения СМК не ставится под сомнение ни руководством вузов, ни преподавателями. Каждый вуз решает вопрос о создании СМК по-своему [1]. Однако следует понимать, что методы и средства управления качеством должны быть достаточно простыми и понятными, чтобы не вызвать недовольство персонала и не дискредитировать саму идею СМК. К счастью, подобные

методы и средства есть.

Так, мировая практика управления качеством давно предложила инструменты, достаточно простые по форме и алгоритму использования. В 1979 году Союз японских ученых и инженеров (JUSE) объединил их под общим названием «Семь простых инструментов качества» [2]. Название было дано вполне оправданно, поскольку каждый из этих инструментов действительно прост в применении, но очень эффективен.

Перечислим эти инструменты:

- контрольный листок;
- гистограмма;
- диаграмма Парето;
- диаграмма Исикавы;
- диаграмма разброса;
- контрольная карта;
- расслоение (стратификация) данных.

Некоторые из этих инструментов (гистограмма, диаграмма разброса) изучаются в курсе высшей математики и не являются чем-то новым для человека, получающего высшее техническое образование. Другие инструменты малознакомы или совсем не известны преподавателям вузов.

Рассмотрим в качестве примера использование одного из семи инструментов – диаграммы Парето. Как известно, диаграмма Парето выявляет проблемы, подлежащие первоочередному решению.

В филиале Уфимского государственного нефтяного технического университета диаграмма Парето успешно применяется при оценке удовлетворенности студентов обучением по дисциплинам основных профессиональных образовательных программ (анкетирование «Рейтинг дисциплин»).

В ходе анкетирования студентам предлагается блок вопросов, касающихся различных сторон учебного процесса:

1. Удовлетворены ли Вы актуальностью (новизна, современность, связь с будущей работой) учебного материала?
2. Удовлетворены ли Вы объемом теоретической части?
3. Удовлетворены ли Вы содержанием теоретической части?
4. Удовлетворены ли Вы объемом практической части (практические и лабораторные занятия, курсовое проектирование)?
5. Удовлетворены ли Вы содержанием практической части?
6. Удовлетворены ли Вы организацией самостоятельной работы при изучении дисциплины?
7. Удовлетворены ли Вы обеспеченностью дисциплины учебниками, учебными пособиями?
8. Удовлетворены ли Вы качеством используемых учебников и учебных пособий?
9. Удовлетворены ли Вы обеспеченностью лабораторных занятий (если

они есть) методическими указаниями к выполнению работ?

10. Удовлетворены ли Вы качеством (содержание, понятность, оформление) методических указаний?

11. Удовлетворены ли Вы состоянием лабораторного оборудования?

12. Удовлетворены ли Вы уровнем использования технических средств (компьютеров, макетов, плакатов, видеоматериалов и т.д.)?

По результатам анкетирования строится диаграмма Парето (рис. 1).

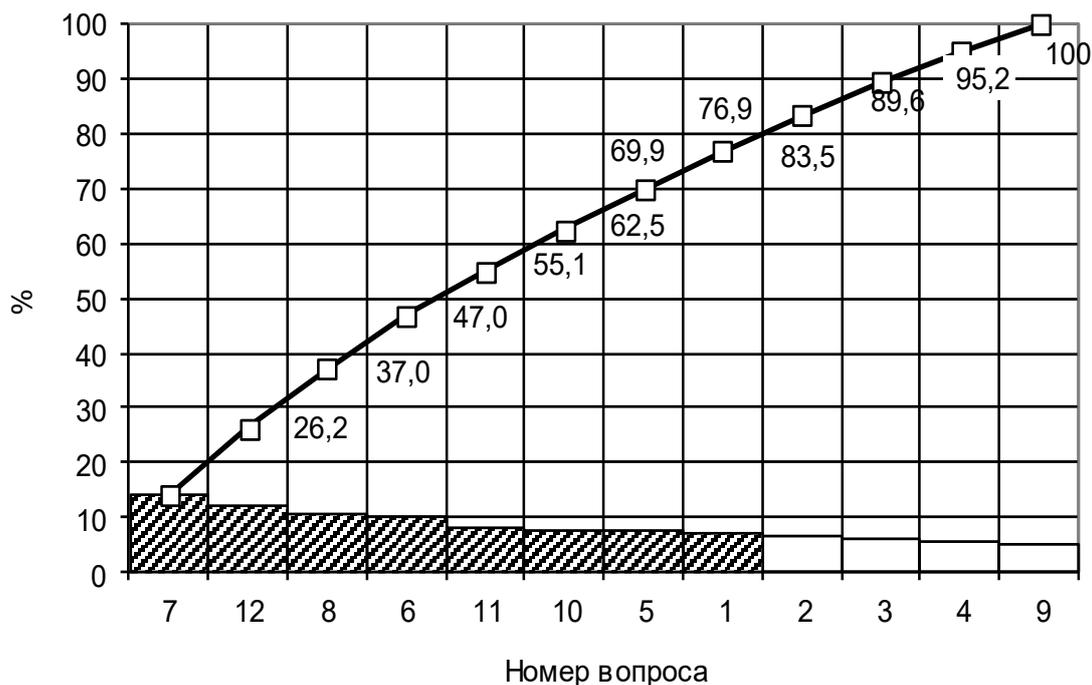


Рис. 1

Представленная диаграмма Парето позволяет выделить области для улучшения.

Таковыми являются:

- обеспеченность учебной литературой (область 7);
- использование технических средств обучения (область 12);
- качество учебной литературы (область 8);
- организация самостоятельной работы (область 6);
- состояние лабораторного оборудования (область 11);
- качество методических указаний (область 10);
- содержание практической части дисциплин (область 5);
- актуальность учебного материала (область 1).

Результаты анализа должны служить входными данными при планировании работы кафедр, Учебно-методического совета и Ученого

совета.

Использованные источники:

1. Евдакимов Г.И. Процессы системы менеджмента качества вуза: монография / Г.И. Евдакимов. – Салават: Изд-во ФОБОС, 1915. – 98 с.
2. Левшина В.В. Система качества вуза: монография. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 280 с.

Ефремова М.С.

магистрант 2 курса

Акутина С.П., доктор педагогических наук

научный руководитель, профессор

Арзамасский филиал ННГУ им. Н.И. Лобачевского

Россия, г. Арзамас

ПРОБЛЕМА РАЗВИТИЯ ТОЛЕРАНТНОСТИ У ДЕТЕЙ МЛАДШЕГО ШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА

В статье рассматривается понятие дефиниции «толерантность», вопросы развития толерантности у детей младшего школьного возраста; формы и методы развития толерантности у младших школьников.

Ключевые слова: толерантность, младшие школьники, современное образование, формы и методы развития толерантности.

Abstract. The article discusses the concept of the definition of "tolerance", the development of tolerance among children of primary school age; forms and methods of development of tolerance at younger schoolboys.

Keywords: tolerance, junior high school students, modern education, forms and methods of the development of tolerance

Обращение к проблеме воспитания толерантности детей на современном этапе связано, прежде всего, с тем, что в обществе участились различные межнациональные конфликты, террористические акции, проявления у молодежи нетерпимости к различным категориям людей (нищие, лица без определенного места жительства, представители различных религий и т.д.). Поэтому, развитие такого качества личности, как толерантность, является важной задачей современного российского образования и воспитания.

Одной из важнейших задач современной школы является воспитание у школьников толерантности как качества личности. Изучению этого вопроса посвящены работы таких ученых, как Т.П. Гаврилова, С.И. Галяутдинов, В.Д. Ермоленко, Л.В. Занков. В своих исследованиях они отмечают, что наиболее благоприятные условия для формирования вышеперечисленных качеств личности созданы в условиях общеобразовательной школы, а именно в период обучения в начальной школе.

На сегодняшний день понятие толерантности российскими учеными (А.Г. Асмоловым, Г.Л. Бардиеер, С.Л. Братченко, Р.Р. Валетовой,

Б.З.Вульфовой, Б.С. Гершунским, В.В. Глебкеным, В.Н. Гуровым, В.М. Золотухиным, В. А. Лекторским, Е.В. Магомедовой, Г.У. Солдатовой, В.А. Тишковым, М.Б. Хомяковым, В.В. Шалиным и др.) рассматривается в качестве главного нравственного принципа взаимодействия людей, социокультурного феномена, гуманистического правила образовательного пространства, одного из разносторонних аспектов культуры личности, ее ценностной ориентации.

В нашем исследовании мы предприняли попытку изучить факторы, которые влияют на процесс формирования толерантности учащихся младшего школьного возраста. С этой целью нами были проанализированы основные теоретические подходы к определению понятия «толерантность» в психолого-педагогической литературе, изучены возрастные особенности младшего школьного возраста, их характер межличностных взаимоотношений со сверстниками в условиях начальной школы, опыт работы по развитию толерантности младших школьников в условиях общеобразовательной школы.

Само определение понятия толерантности было принято ЮНЕСКО в 1995 году, оно означает «...уважение, принятие и понимание богатого многообразия культур нашего мира, наших форм самовыражения и способов проявления человеческой индивидуальности. Ей способствуют знания, открытость, общение и свобода мысли, совести и убеждений. Толерантность – это гармония в многообразии». «Толерантность – это то, что делает возможным достижение мира и ведет от культуры войны к культуре мира» [2].

Мы также обратились к определению данного понятия данных в словарях В.И. Даля, С.И. Ожегова и в толковом словаре русского языка Д.Н. Ушакова и новой философской энциклопедии. Понятие толерантности соотносится и отождествляется здесь с определением понятия терпимости.

Слово «терпимость» определяет свойство и (или) качество, возможность что-либо или кого-либо терпеть «только по состраданию, потворству» или «способность без конфликта, терпимо относиться к чужой точке зрения, интересам, проблемам».

В «Толковом словаре русского языка» под редакцией Д.Н. Ушакова определение «толерантность» ставится наравне с определением «терпимый» - умеющий терпеть что-нибудь чужое, мириться с чужим мнением, характером и т.п.) [3].

Наиболее точной, на наш взгляд, на сегодняшний день в Российской педагогике определение понятия толерантности, данное Б.В. Вульфовой, под понятием толерантности он понимает возможность человека (или группы лиц) уживаться с другими людьми (сообществами), которым приемлем иной менталитет, иной образ жизни» [1]. За основу взято понимание толерантности с педагогической точки зрения, то есть толерантность - способность, умение терпеть, уважать чужое мнение, позиции и ценности других людей, понимая

и принимая свою собственную позицию. В нашем исследовании мы считаем, что под толерантностью понимается личность, которая способна к различным видам взаимодействий с представителями различных социальных групп и сообществ.

На наш взгляд, с детьми младшего школьного возраста необходимо целенаправленно проводить работу педагогами по формированию толерантности. Именно в данный период обучения младшие школьники способны оценить свои поступки и действия по отношению к другим сверстникам, изменить свое поведение в соответствии с общепринятыми нормами в обществе.

Кроме того, необходимо отметить, что именно в данном возрасте мы можем наблюдать, как у детей младшего школьного возраста закладываются и развиваются определенные образцы поведения, моральные и духовные ценности, нравственные идеалы. Взрослые (педагоги, родители), оказывают значительное влияние на формирование данного феномена, они дают внешнюю оценку поведению ребенка, оценивают его поступок, чем, несомненно, влияют на формирование ответственного отношения младшего школьника к установившимся правилам общественной жизни.

Как правило, дети младшего школьного возраста стремятся ориентироваться в различных взаимоотношениях со сверстниками на поступки и поведение своих лучших сверстников, которые выступают для них примером, что помогает ребятам в развитии определенных качеств личности, в том числе и такого качества, как толерантность.

Несомненен и тот факт, что в стенах общеобразовательного учреждения не маловажное значение, в развитии толерантности, приобретает личность школьного педагога-психолога.

С этой целью в работе педагогов-психологов используются различные формы и методы работы по формированию толерантности у младших школьников. К наиболее распространенным методам работы можно отнести следующие: этическая беседа, обсуждение дискуссионных вопросов в ходе проведения круглых столов, обсуждение конкретных ситуаций на классных часах, тренинг толерантности и др. Главной задачей проведения такой работы является создание и совершенствование у детей позитивного восприятия всех людей, расширение социальных чувств, просоциальных действий, взаимовыручки.

Таким образом, для начальной школы проблема формирования толерантности актуальна, поскольку именно в этом, наиболее сензитивном возрасте, наиболее эффективно усвоение норм и правил, общекультурных ценностей. На данном возрастном этапе начинает складываться межличностные отношения со сверстниками и взрослыми, формируется взаимодействие между детьми, пришедшими из разных микросоциумов с разным жизненным опытом.

Использованные источники:

1. Вульф, Б.З. Воспитание толерантности, сущность и средства [Текст] / Б.З. Вульф // Внешкольник. – 2002. – № 6. – С. 38.
2. Декларация принципов толерантности, утвержденная резолюцией 5.61 Генеральной конференции ЮНЕСКО от 16 ноября 1995 года [Электронный ресурс]. URL: http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/toleranc.shtml (дата обращения: 09.06.2016).
3. Ушаков, Д.Н. Большой толковый словарь современного русского языка: 180000 слов и словосочетаний [Текст] / Д.Н. Ушаков. – М.: Альта-Принт, 2008. – 1239 с.

*Матус М.В.
преподаватель
кафедра «Экономических дисциплин»
Волгоградский экономико-технический колледж
Россия, г. Волгоград*

НАГЛЯДНЫЕ МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ В ПРЕПОДАВАНИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ МОДУЛЕЙ ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ 38.02.02. СТРАХОВОЕ ДЕЛО (ПО ОТРАСЛЯМ) КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ И ОБЩИХ КОМПЕТЕНЦИЙ СТУДЕНТОВ

Статья посвящена рассмотрению методов наглядного обучения для обучающихся по специальности Страхование. Приведены основные преимущества этого метода.

Ключевые слова: наглядные методы, интерактивное обучение, иллюстрации, компетенции, страховое дело, обучение.

Отличительная особенность современного среднего профессионального образования – личностно – ориентированное обучение, направленное на формирование мобильных, конкурентоспособных высококлассных специалистов, характеризующихся ответственностью, творческой инициативой, способностью предпринимать конструктивные и компетентностные действия в профессиональной деятельности.

В настоящее время остро стоит вопрос о подготовке конкурентоспособных специалистов, которые в современных социально-экономических условиях будут способны развивать производство, стремиться к профессионализму, чтобы сразу включиться в производственный процесс.

Эти показатели непосредственно связаны с содержанием образовательных программ и педагогических технологий их реализации. Очевидно, что обучение основным знаниям, умениям и навыкам, которые являются профессиональными, должно занимать значительное место в образовательном процессе. Образовательный процесс должен быть построен

таким образом, чтобы каждый его элемент и составная часть способствовали формированию соответствующих компетенций.

Формирование общих и профессиональных компетенций необходимо осуществлять на протяжении всего процесса обучения: 1. в период введения в профессию; 2. в период овладения профессией; 3. в контрольно-заключительный период.

«Под профессиональной компетентностью понимается интегральная характеристика, определяющая способность специалиста решать профессиональные проблемы и типичные профессиональные задачи, возникающие в реальных ситуациях профессиональной деятельности, с использованием знаний, профессионального и жизненного опыта, ценностей и наклонностей».

Особенность наглядных методов обучения заключается в использовании изображений объектов и явлений, конкретных образов, которые непосредственно воспринимают студенты. К таким методам относятся иллюстрирования, демонстрации.

Иллюстрирование - использование в учебном процессе наглядности (плакатов, карт, рисунков на доске, картин и др.) с целью оптимизации усвоения знаний

В учебном процессе нередко иллюстрируют натуральные предметы (растения, живые животные, минералы, технику и др.), изображения изучаемых (фотографии, картины, модели и др.), схематические картинки предметов изучения (географические, исторические карты, графики, схемы, диаграммы и т.д.) Такие иллюстрации помогают студентам эффективнее воспринимать учебный материал, формировать конкретные представления, точные понятия.

Демонстрация - использование приборов, опытов, технических установок и др.

Дисциплина «Страховое дело» является начальной ступенью знакомства с профессиональной деятельностью. Через изучение этой дисциплины происходит накопление теоретических сведений о специфической деятельности страховых компаний.

Самая первая задача при изучении страхования является формирование понятийного аппарата. Это очень важный момент работы, потому что любая профессиональная терминология является специфичной. С большинством терминов не специалисты страхового дела не знакомы, поэтому для дальнейшего обучения и восприятия информации необходимо накопить достаточно знаний в этой области.

Согласно федеральному государственному образовательному стандарту (ФГОС) специальности 38.02.02 «Страховое дело» при изучении дисциплины «Страховое дело» необходимо знать страховую терминологию и уметь использовать в речи профессиональную терминологию.

Применение интерактивных технологий обучения на занятиях

обеспечивает не только успешное усвоение учебного материала по дисциплине «Страховое дело» всеми студентами, интеллектуальное, но и творческое развитие обучаемых, их самостоятельность, активность. Интерактивное обучение – это специальная форма организации познавательной деятельности. Можно определить следующие педагогические условия, повышающие эффективность использования интерактивных технологий обучения в развитии творческих способностей студентов специальности «Страховое дело»:

- поэтапное усвоение знаний, умений и навыков и развитие творческих способностей личности студентов;
- учет принципов личностно-ориентированного подхода к образованию;
- профессиональной направленности обучения;
- активизации творческой деятельности студентов;
- педагогики сотрудничества при организации процесса обучения;
- структурирование содержания обучения на основе взаимосвязи интеллектуальных и творческих способностей личности студентов через поэтапную реализацию диалоговых форм и методов;
- использование интерактивных технологий обучения («мозговой штурм», метод проектов, ролевые и деловые игры, метод «круглого стола» и др.) в учебном процессе комплексно.

Технология интерактивного обучения может успешно применяться на занятиях по страховому делу: при закреплении пройденного материала; при решении сложных теоретических задач; при получении различных способов решения задач. На занятиях может использоваться работа в парах.

Применение технологии интерактивного обучения при обучении страховому делу - с одной стороны способствует: повышению познавательной активности личности, развитию ее творческого потенциала в применении нестандартных подходов к решению различного рода заданий, формированию навыков исследовательской деятельности.

С другой стороны, повышается ответственность перед группой за результаты совместной работы, происходит формирование позитивного отношения личности к делу, к членам группы, к учебной деятельности. Она развивает коммуникативные умения и навыки, помогает установлению эмоциональных контактов между студентами, обеспечивает воспитательную задачу, поскольку приучает работать в команде, прислушиваться к мнению своих товарищей.

Наглядные методы обучения особенно актуально использовать при изучении таких профессиональных модулей как: ПМ 01 Реализация различных технологий розничных продаж в страховании, ПМ 02 Организация продаж страховых продуктов, ПМ 04 Оформление и сопровождение страхового случая (оценка страхового ущерба, урегулирование убытков).

Использованные источники:

1. Федеральный стандарт для специальности 080118 «Страховое дело (по отраслям)»
2. Федеральный закон N 307-ФЗ от 1 декабря 2007 г. «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в целях предоставления объединениям работодателей права участвовать в разработке и реализации государственной политики в области профессионального образования»
3. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования по направлению подготовки 050100 Педагогическое образование – <http://www.fgosvpo.ru/index.php>
4. Козырев В.А., Радионова Н.Ф., Тряпицына А.П. Компетентностный подход в педагогическом образовании: Коллективная монография / Под ред. Проф. В.А. Козырева, проф. Н.Ф. Радионовой и проф. А.П. Тряпицыной. – СПб.: Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2012. – 392 с.
5. Симонов, А.С. Страховое дело / А.С. Симонов. – М., Школа-Пресс, 2011. – 168 с.

*Павлова М.А.
студент-магистрант 1 курса
кафедра «Экономика и финансовый менеджмент»
Рязанский государственный радиотехнический университет
Россия, г. Рязань*

ПРИНЦИПЫ НОРМАТИВНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ СИСТЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ

Завершение перехода страны к рыночной экономике отразилось, и на системе образования в целом, а так же на ее правовой и финансово-экономической основе. В связи с этим приобретает актуальность исследование нормативно-правовой основы финансово-экономического обеспечения отечественного образования.

Система образования играет важную роль в структуре общества. Современное состояние образования характеризуется недостаточным поступлением средств из государственного бюджета, что порождает необходимость в привлечении внебюджетных средств. В данных условиях все остальные проблемы, связанные с содержанием, качеством и доступностью образования отодвигаются на второй план.

Финансово-экономическое обеспечение национальной системы образования предполагает формирование и использование кадровых, материальных и финансовых ресурсов, осуществление текущих затрат и капитальных вложений за счет собственных и привлеченных средств отдельных образовательных организаций и всей системы в целом.

Фундаментальные принципы финансово-экономического обеспечения национальной системы образования опосредуются в прикладных принципах.

Остановимся на таких прикладных принципах финансово-экономического обеспечения национальной системы образования, как: 1) принцип единства кассы в государственных и муниципальных образовательных учреждениях; 2) принцип бюджетирования, ориентированного на результат; 3) принцип нормативного финансирования.

Последний из названных, по сути, является ключевым среди прикладных принципов. Его содержание не раскрывается в законодательстве. Однако отдельным его аспектам и порядку их реализации посвящен целый ряд статей Закона "Об образовании в Российской Федерации". Так, из смысла ст. 99 указанного Закона следует, что финансово-экономическое обеспечение оказания государственных и муниципальных услуг в сфере образования осуществляется в соответствии с действующим законодательством с учетом особенностей, установленных данным Законом, а также разграничения расходных обязательств в сфере образования между бюджетами бюджетной системы Российской Федерации.

В условиях перехода от модели правового регулирования образовательной деятельности 90-х годов прошлого века к современной модели актуальным является стимулирование использования новых подходов к организации образования. Примером такого стимулирования могут служить указы Президента РФ, в соответствии с которыми перевод муниципальных общеобразовательных учреждений на нормативное подушевое финансирование и внедрение системы оплаты труда преподавателей, ориентированной на результат, расценивалось в качестве эффективных управленческих действий и являлось одним из оснований для выделения дополнительных ассигнований из федерального бюджета органам исполнительной власти субъектов Федерации и местного самоуправления.

Согласно нормам нового Закона об образовании выделяется четыре основных источника финансово-экономического обеспечения национальной системы образования: 1) бюджетное финансирование; 2) средства физических и юридических лиц; 3) доходы от использования имущества образовательных организаций; 4) прибыль хозяйственных обществ и партнерств, созданных образовательными организациями для внедрения результатов их интеллектуальной деятельности.

Ограничение бюджетного финансирования сформировало у образовательных учреждений устойчивую тенденцию к расширению границ своей рыночной деятельности. Увеличение внебюджетных источников обусловлено появлением экономической заинтересованности у учреждений, поскольку значительная часть из них направляется на заработную плату и улучшение условий труда.

Новый порядок финансирования образовательных организаций также характеризуется: 1) зависимостью финансового обеспечения от реализации образовательных программ, потребностей образовательной организации, количества обучающихся в образовательной организации; 2) возможностью

для образовательной организации самостоятельно перераспределять средства; 3) установлением связи между финансированием и качеством образовательных услуг.

Новый этап экономических и социальных реформ в России предусматривает в качестве приоритетных направлений государственных расходов инвестиции на поддержание систем жизнеобеспечения населения страны. Расходы на образование являются именно такими инвестициями, поскольку развитие всех отраслей экономики напрямую зависит от уровня образованности общества. Первостепенная роль в деле воспитания подрастающего поколения всегда принадлежала системе образования. Образование – одно из основных и неотъемлемых конституционных прав граждан РФ.

Использованные источники:

1. Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ "Об образовании в Российской Федерации" // СЗ РФ. 2012. N 53 (ч. I). Ст. 7598.
2. Указ Президента РФ от 28 июня 2007 г. N 825 // СЗ РФ. 2007. N 27. Ст. 3256.
3. Указ Президента РФ от 28 апреля 2008 г. N 607 // СЗ РФ. 2008. N 18. Ст. 2003.
4. Указ Президента РФ от 14 октября 2012 г. N 1384 // СЗ РФ. 2012. N 43. Ст. 5815; Указ Президента РФ от 21 августа 2012 г. N 1199 "Об оценке эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации" // СЗ РФ. 2012. N 35. Ст. 4774.
5. Постановление Правительства РФ от 14 августа 2008 г. N 608 // СЗ РФ. 2008. N 34. Ст. 3918.
6. Постановление Правительства РФ от 3 ноября 2012 г. N 1142 // СЗ РФ. 2012. N 46. Ст. 6350.
7. Болтинова О.В., Мошкова Д.М. Правовое регулирование финансирования высшего образования в свете проводимой реформы // LexRussica. 2013. N 3.
8. Якушина Н. А. Статья: «Основные направления совершенствования бюджетного финансирования образования в Российской Федерации» Опубликовано 14.04.2013

*Перехода М.А.
магистр 1 курса
факультет гуманитарных и социальных наук
Оренбургский Государственный Университет
Россия, г. Оренбург*

К ВОПРОСУ О САМООРГАНИЗАЦИИ ЛИЧНОСТИ СТУДЕНТОВ

Аннотация: Автором статьи рассматриваются вопросы формирования самоорганизации личности студента. Уделяется внимание тому факту, что самоорганизация личности происходит не только под воздействием внешних факторов, но и за счет мобилизации внутренних сил, волевого настроя и индивидуальных способностей.

Ключевые слова: Самоорганизация, личность, студент, психология, педагогика, синергетика

M.A.Perehoda, master degree

Orenburg State University, Orenburg, Russia

TO THE PROBLEM OF SELF-ORGANIZATION OF THE PERSON OF STUDENTS

Short abstract: The author of the article deals with the formation of self-identity of the student. Attention is paid to the fact that the self-organization of the individual is not only under the influence of external factors, but also due to the mobilization of internal forces, strong-willed spirit and individual capacities.

Keywords: self-organization, person, student, psychology, pedagogy, Synergetics

Современное образовательное пространство диктует будущему специалисту особые требования. Ускорение временных констант в жизни молодого человека объявляет о развитии не только высокой степени квалификационных способностей, но и высокого уровня самоорганизационных моментов, а также особой организации своего деятельного пространства. Н.Г. Милорадова указывает на то, что именно самоорганизация рассматривается как один из параметров успешности деятельности для современной молодежи. Отметим, что самоорганизация личности, как и самоорганизация системы, характеризуется наличием взаимосвязей между элементами и появлением на их основе свойств, необходимых для стабильного функционирования системы.

Термин «самоорганизация» развился в недрах синергетики, и далее утвердился в других отраслях науки. Ученые в области синергетики, такие как - М.С. Каган, Е.Н. Князева и др., определяют самоорганизацию, как первичное свойство открытых систем, способных к самообеспечению, саморазвитию, саморегуляции не столько за счет притока энергии, информации, вещества извне, сколько за счёт активизации её внутренних перспектив. Самоорганизацию, в зависимости от научного вектора, определяют разнообразно. Отечественная психолого-педагогическая практика определяет данное понятие весьма широко. Такие исследователи, как Л.И. Божович, Т.Е. Конникова, Т.Н. Мальковская и др., определяют самоорганизацию, как одно из фундаментальных свойств личности. Также, существует ветвь исследований констатирующих принадлежность самоорганизации к волевым чертам личности. Личностно-деятельный подход, в ряды которого входят С.С. Амирова, Н.П. Попова, И.А. Трофимова и др., настаивает на определении самоорганизации, как психологического качества детерминирующего личность субъекта. Мы придерживаемся позиции утверждающей, что системные элементы самоорганизации равноправны личностным характеристикам, определяющим самоорганизацию как психологическое качество. Ценностные ориентации, в

синтезе с личностными чертами личности образуют деятельный модус самоорганизации.

Систематизация данного термина, в большинстве случаев, рассматривают по разнообразным классификациям. Во-первых, самоорганизация подразумевает процесс, а во-вторых явление (результат). Также самоорганизация являет себя как социальная, биологическая или техническая. В большинстве случаев рассматривают данный процесс на коллективном либо личностном (индивидуальном) уровне.

Общая структура, какой либо деятельности субъекта включает ориентировочные, исполнительные и контрольные (контрольно-коррекционные) акты деятельности. Ориентировочные операции направлены на трансформацию знаний о процессе осуществления деятельности, исполнительные – для осуществления самого преобразования, контрольные – для регуляции и коррекции исполнительных операций в ходе сопоставления протекания исполнительных операций с их образцами, представленными в знаниях о действии. Уровень самоорганизации личности учащегося прослеживается по следующим параметрам, это - анализ ситуации, планирование, самоконтроль, коррекция, волевые усилия. На наш взгляд, данные единицы являются наиболее важными для актуализации процессов самоорганизации. Но современные авторы утвердили данную константу в разнообразных формах.

Следует отметить, что самоорганизация неотделима от организации. Самоорганизация всегда занимает одну из ключевых позиций в отношении с ней: предшествуя ей, или сопровождая как параллельный процесс, или раскрываясь на ее основе. То есть самоорганизация представляет собой самодеятельный модус упорядочивания объекта деятельности. Студенту для активации процесса самоорганизации следует, таким образом, инициировать процесс самодеятельности. Каким образом? Как упоминалось выше, самоорганизация стоит в одном ряду с личностными чертами студента. Именно личностные приоритеты лежат в основе успешного достижения цели. Ценностные доминанты, мотивы, цели, организация положительных идей, смыслов, перспектив.

Студент, находясь в точке бифуркации, все чаще становится в эпицентре процессов отчуждения. На сегодняшний день истиной стало то, что чем масштабнее человек преобразует мир, тем в большей мере он порождает непредвиденные социальные факторы, которые начинают формировать структуры, радикально меняющие человеческую жизнь и, очевидно, ухудшающие ее. Самоорганизация включает в себя абсолютно активную позицию личности. Следовательно, она характеризуется как осозанный, целенаправленный, планируемый процесс деятельности, направляемый искомой личностью за счет волевых усилий, настрой и мобилизации сил. Индивидуальные способности учащегося, безусловно, катализируют процессы самоорганизации, но для инициации данных процессов

современный студент должен интегрировать множество аспектов своей личности.

Использованные источники:

1. Зелинченко А.И., Степанова Т.И. Психосемантика и изучение профессионального сознания психологов // Вестн. Моск. Ун-та. – Сер.14. Психология. – №3 – 1989. С.21 – 34
2. Козловская Т.Н., Епанчинцева Г.А. Самоорганизация как бесконечность развития личности. Интеграционный аспект //Фундаментальные исследования. 2013. № 10-14. С. 3201-3205.
3. Козловская Т.Н. Самоорганизация времени как фактор формирования «образа будущего» студента университета // автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата педагогических наук / Оренбургский государственный университет. Оренбург, 2005
4. Милорадова Н. Г. Психология и педагогика : учебник / Н. Г. Милорадова. — М. : Гардарики, 2005. — 335 с.

Петров Р.Е., к.п.н.

доцент

кафедра физической культуры

Упаев А.О.

студент 3 курса

Казанский (Приволжский) федеральный университет

филиал в г. Елабуга

Россия, г. Елабуга

ЭКСТРЕМАЛЬНЫЕ ВИДЫ СПОРТА В ЖИЗНИ МОЛОДЕЖИ

Аннотация. Данная статья посвящена рассмотрению популярных экстремальных видов спорта. Актуальность данной статьи очевидна, т.к. экстремальные виды спорта являются молодыми и в тоже время быстроразвивающимся.

Ключевые слова: экстрим, спорт, адреналин, образ жизни

EXTREME KINDS OF SPORT IN YOUTH'S LIFE.

Annotation. This article is devoted to consideration of popular extreme kinds of sport. The importance of this article is clear because extreme kinds of sport are new and at the same time fast developing.

Key words: extreme, sport, adrenaline, lifestyle

Экстрим в переводе с английского означает противоположный, чрезмерный, особенный. Экстрим-это экстраординарные действия. Обычно они связаны с риском для жизни.

В наше время число экстремалов растет очень быстро. Экстремалом можно назвать человека с отличной физической формой, с крепкими нервами. Они очень смелые, не боятся трудностей, готовы идти до конца, чтобы получить желаемый результат. Их поступки обычно бывают на грани возможного. Обычно этим людям не хватает азарта, острых ощущений и

адреналина от жизни. Эти люди часто рискуют своим здоровьем, даже жизнью, чтобы получить большой адреналин. У них это вызывает чувство эйфории, счастья, удовольствия.

У экстремалов отличная психологическая подготовка. Они знают законы природы. Экстремалы должны уметь быстро принимать решения, а также обладать хорошей реакцией. При экстремальных ситуациях они должны идти на риск, но этот риск должен быть оправданным.

Экстремальный вид можно представить как черту между жизнью и смертью. Люди, которые начинают заниматься данным видом спорта, хотят от жизни большего, открыть что-то новое для себя.

Отличием экстремального от обычного вида спорта является то, что люди осознанно идут на риск, готовы к непредвиденным обстоятельствам. Они постоянно совершенствуются, доводят свои навыки до совершенства.

Если обратиться к истории, то экстремальные виды спорта зародились в первой половине 20-го века. Начиная с 1950-х годов, начали возникать некоторые виды, такие как: паркур, скалолазание, скейтбординг.

Рассмотрим историю развития сноубординга. Если обратиться к источникам информации, то начало этого вида спорта начинается в 1929 году. Джек Буртшеет прикрепил к ногам доску из фанеры. После этого он спустился по снежному склону горы. Свое бурное развитие сноубординг поучила в 60-х годах 20-го века. Именно в это время начали производить сноуборды. В 1998 году сноубординг признали олимпийским видом спорта. Этот вид отнесен к видам спорта с риском для здоровья.

В настоящее время существует около 40 видов экстремального вида спорта. Самыми популярными видами являются: альпинизм, бейсджампинг, парашютизм, горнолыжный спуск и другие. К самым травмоопасным видам можно отнести: каякинг, бейсджампинг, сёрфинг, скалолазание, дайвинг, слэक्лайнинг.

Одним из самых популярных видов спорта является альпинизм. Этим видом спорта занимаются люди, которые хотят покорять горные вершины. Для этого вида нужна высокая физическая и моральная подготовка. Альпинизм является одним из самых опасных и тяжелых видом спорта. Чтобы покорять, нужно брать с собой много вещей и приспособлений, таких как: палатки, спальные мешки, теплые вещи, еду и многое другое. Если подниматься на очень высокие горы, такой как Гималаи, то еще нужно брать кислородные баллоны. Это связано с тем, что с высотой снижается давление и уровень кислорода. У неопытных людей еще может возникнуть горная болезнь. К этому надо быть готовым. Из альпинизма происходит еще один, более экстремальный вид-это скалолазание. Смысл этого вида заключается в том, что люди лезут по естественным или искусственным скалам. Нередко скалолазы двигаются перпендикулярно земле.

Одним из самых опасных видов экстремального спорта является бейсджампинг. Он представляет собой прыжки с парашютом с неподвижных

фиксированных объектов. Количество летальных исходов и травм у этого вида одна из самых больших. В некоторых странах этот вид спорта запретили законодательно. Для бейсджампинга требуется только очень высокое здание или сооружение и парашют. Но это опасно тем, что времени для раскрытия парашюта очень мала и нужно очень быстро, раскрыть его. Этот вид спорта очень популярен среди молодежи. Обычно это люди, которые ищут острые ощущения. Из бейсджампинга вытекает еще один вид-это прыжки со специальными крылокостюмами. При прыжке с высоких скал, можно контролировать свое падение и набрать очень высокую скорость, которая может достигнуть около 240 км/ч.

Так же одним из самых опасных и травмоопасных видов экстремального спорта является каякинг. Каякинг в переводе означает плавание на специальной одноместной лодке. Для тех, кто хочет большую дозу адреналина, выбирают экстремальный каякинг. Она представляет собой спуск на одноместной лодке по бурной реке, в котором нужно проплыть сложные участки рек. Еще одним фактором является то, что вы находитесь один на один с переменчивостью природы. Обычно маршруты этих сплавов находятся в отдаленных и труднодоступных местах.

В наше время все больше и больше появляются новые виды экстремального спорта. К ним можно отнести: вулканобординг (спуск со склона вулкана на специальных досках), «Человеческая катапульта», езда по дюнам на машинах (популярна в арабских странах), спидрайдинг (спуск с горы на лыжах с крылом над головой), флайбординг (в переводе -полет на доске), прыжки со стратосферы (рекорд высоты прыжка 41424 м), скайгинг(прыжок из самолета на небольшой лодке), и многие другие.

Подавляющее количество людей, которые занимаются экстремальными видами спорта это молодежь. Но этот вид не практикуют в школах, ВУЗах и других учебных заведениях. Обычно люди сами их практикуют, либо нанимают опытных тренеров. Для менее травмоопасных видов можно открыть специальные центры подготовки. Например: людей можно обучать горным походам, а затем отправляться в походы на горы. Также можно открывать искусственные скалодромы. Там люди могли бы научиться скалолазанию. Можно открыть центры с искусственными волнами для серфинга, где любой может почувствовать себя сёрфером. И таких примеров очень много.

С каждым годом в городах строят специальные экстрим парки, в которых молодежь может заниматься. Обычно в этих парках занимаются скейтбордисты, паркуристы, велосипедисты и другие. Но число таких мест в городах очень мала. Нужно больше открывать такие парки и привлекать туда молодежь, чтоб развивать данный вид спорта.

История экстремальных видов спорта молода, но она развивается очень быстро. Экстремальные виды спорта не все подходят людям. Для этого нужно быть смелым, храбрым, нужно уметь рисковать. Эти виды зачастую очень

опасны для жизни и здоровья, но занимаясь этим можно получить много адреналина, можно посмотреть на жизнь совсем с другой стороны.

Использованные источники

1. Экстрим и экстремальные виды спорта. URL: <http://www.list7i.ru/?mod=boards&id=699> (дата обращения 05.06.2016)

*Петров Р.Е., к.п.н.
доцент
кафедра физической культуры
Шалимов А.С.
студент 3 курса
Казанский (Приволжский) федеральный университет
филиал в г. Елабуга
Россия, г. Елабуга*

РАЦИОНАЛЬНОЕ ПИТАНИЕ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ

Balanced diet of modern

Аннотация. Данная статья посвящена рассмотрению рациональному питанию. Актуальность данной статьи очевидна, так как в современном мире не все люди следуют правильному питанию.

Ключевые слова: здоровье, питание, здоровый образ жизни, рациональное питание.

Правильное питание – залог здоровья, но не все люди в нашем современном обществе об этом знают, а те, кто знают, зачастую забывают об этом. Ведь в повседневной суете большинство торопясь едят что попало, или переедают или наоборот забывают вовремя принять пищу. И не каждый задумываются над тем, что это может повлиять на здоровье. Чтобы его сохранить, следует придерживаться рациональному питанию.

Рациональное питание – это питание, включающее в себя разнообразие и сбалансированность питательных веществ, необходимых человеку. В эти питательные вещества входят такие компоненты как белки, жиры и углеводы. Но знание химических компонентов требуют употреблять разнообразную пищу и соблюдать некоторые правила:

1. Не переедать.

Последствия переедания заключаются в том, что человек начинает страдать ожирением, ухудшается его фигура и нарушается работа почти всех органов, в том числе и сердца. Органы начинают увеличиваться в своих размерах. Вследствие чего увеличивается нагрузка на сердце, расширяются стенки сосудов, что приводит к проблемам с артериальным давлением и гипертонии.

Так же при переедании страдает печень. При превышении потребления в пищу необходимых жиров, печень становится непосредственным источником жиров при приеме пищи. Вследствие чего страдает весь кишечный тракт. А лишний вес увеличивает нагрузку на суставы, что

приводит к их быстрому изнашиванию.

2. Питание должно быть разнообразным.

Правильное питание включает в себя разнообразие пищи. Следует употреблять такие продукты как рыбу, мясо, молочные продукты, овощи, фрукты и хлеб.

Рыба полезна содержанием масла омега-3. Это вещество предотвращает инсульт, а так же снижает кровяное давление. В мясе содержится питательный и строительный белок. Молочные продукты улучшают обмен веществ, содержат минералы, которые незаменимы для укрепления костей, а так же белок, молочные жиры и т.д.

3. Отдавать предпочтение отварной еде.

Отварная еда полезна тем, что она сохраняет в себе больше полезных веществ, и не раздражает желудок, в отличие от жареной пищи. Овощи лучше всего стараться есть в свежем виде, так как в результате тушения они теряют часть своих полезных качеств для организма.

4. Знать калорийность и химический состав пищи.

В первую очередь следует знать, что такое белки жиры и углеводы, и для чего они нужны.

Белки – жизненно важные вещества для организма. Они используются в качестве строительного материала для восстановления клеток, так же для образования ферментов и гормонов. В состав белков входят заменимые и незаменимые аминокислоты. Чем больше незаменимых аминокислот, тем полноценнее белок.

Жиры – это основной источник энергии в организме. Они содержат в себе ненасыщенные жирные кислоты, витамины А, Е, К. Большую ценность для организма представляют жиры растительного происхождения.

Углеводы – основной источник энергии. Они должны обеспечивать примерно 50% суточного рациона. Если же в организме большое количество углеводов, то лишние углеводы переводятся в жиры, т.е. человек начинает страдать ожирением.

Так же помимо жиров, белков и углеводов, человек должен потреблять витамины. Они являются органическими соединениями, необходимые для нормального функционирования организма, нашего роста и общего самочувствия.

Таким образом, можно прийти к выводу, чтобы вести здоровый образ жизни, следует правильно питаться, а именно соблюдать режим приема пищи, не переедать, включить разнообразные продукты в рацион, а так же не забывать о витаминах. И этого будет достаточно для того, чтобы сохранить свое здоровье. Как говорил Людвиг Фейербах: «человек есть то, что он ест».

Использованные источники:

1. Сусликов В.Л. Питание и здоровье [текст]/ Сусликов В.Л. Чебоксары, 1990. – 48 с
2. Петровский К.С. Гигиена питания [текст]/ т. 2 под ред. проф. К.С.

Петровского, изд-во "Медицина", М.: 1971. – 245 с.

*Савостина Е.А.
студент 3 курса
факультет психологии
НИУ «БелГУ»
Россия, г. Белгород*

ОСОБЕННОСТИ САМООТНОШЕНИЯ ЛИЦ, СОСТОЯЩИХ В ГРУППЕ РИСКА

Аннотация: В статье рассматривается характер самоотношения лиц, употребляющих наркотические средства. Также представлены результаты эмпирического исследования психологических предпосылок к употреблению наркотиков.

Ключевые слова: употребление наркотиков, самоотношение, морально-нравственная сфера, рискованное поведение

*Savostina E.A. student
3rd year, faculty of Psychology NIU «BSU»
Russia, Belgorod*

THE PECULIARITIES OF SELF RELATIONS OF PEOPLE COMPOSING THE RISK GROUP

Abstract: The article examines the nature of the self-people who use drugs. Also, the results of empirical research of psychological prerequisites for the use of drugs.

Keywords: drug use, self-attitude, the moral sphere, risky behavior

По статистике, многие люди начинают употреблять наркотические вещества уже в подростковом возрасте. Многие считают, что если снизить уровень наркомании именно среди подростковой сферы, то и общий уровень наркотической преступности будет постепенно спадать. У подростков достаточно тяжело выявить какие-либо признаки употребления наркотических средств, так как они тщательно скрывают свои предпочтения. Проводя анализ, стоит отметить, что наиболее яркими личностными особенностями обладают личности, склонной к употреблению наркотиков, являются импульсивность и готовность совершать рискованные поступки, а также наблюдается пренебрежительное отношение к устоявшимся нормам поведения в обществе.

Проблема наркотизма является аналогом объекта междисциплинарного для опытов испытательные изучения. Механизмы реального влияния разных обстоятельств, влияющих на формирование склонности к применению в потребление наркотических веществ, рассматриваются в пределах рамок биологического, социального, психологического и этического подходов.

Употребление наркотических веществ относится к отклоняющемуся поведению, т.е. поведению, которое противоречит одобренным в предоставленном обществе правовым, моральным, общественным и другим

нормативам и расценивается преимущественно участников общества как предосудительное и недопустимое. Кроме такого, использование в потребление наркотических веществ рассматривается как одно из проявлений аутоагрессивного элемента сдерживания и может также относиться к аддиктивному поведению. У склонных к риску существуют особенности в эмоционально-оценочном компоненте самоотношения, а это ведет за собой трудности адаптации, которые проявляются во внутреннем и внешнем планах [2].

Изучая поведение и личностную характеристику наркоманов, стоит отметить, что один из важнейших аспектов их психологических особенностей есть не что иное как мотивация. В неё отмечается малая доля содержательности, а истинные предпосылки поведения вовсе не осознаются субъектом. Также наблюдается достаточно низкий уровень самосознания, самоуважения, саморефлексии, пониженная способность к эмпатии, переживанию, сочувствию.

Употребление наркотиков включает в себя ряд многих факторов, которые не предопределяются только 1 причиной. Но в совокупность наиболее значимых входят: мотивационная сфера личности человека и сфера его самоотношения.

В группе риска необходима профилактика, любого вида, которая имеет свой потенциал в решении проблемы предупреждения девиантного поведения, но в целом, независимо от вида, подразумевает своей конечной целью успешную адаптацию и социализацию обучающегося, создание условий для его нормального личностного развития, устранение десоциализирующих влияний [1].

Таким образом, цель нашего исследования заключается в том, выявить предпосылки употребления наркотиков в области самоотношения.

Методы исследования: Авторская анкета-опросник «Оценка рискованного поведения», методика исследования самоотношения, методика оценки уровня развития морального сознания (форма С).

В качестве испытуемых в нашем исследовании участвовали школьники, студенты и люди старше 30 лет. Выборка составила 10 человек. По итогам нашего опросного листа, целью которого послужила оценка рискованного поведения, были выделены 4 группы испытуемых, основанием отбора которых послужила частота употребления наркотических веществ: N1- те испытуемые, которые употребляют наркотики чаще 1 раза в неделю (3 человека: 2 м и 1 ж); N2 - испытуемые, употребляющие 1–2 раза в месяц (4 человека: 2 м и 1 ж) N3 - лица, употребляющие наркотические вещества чаще 2 раз в год (6 человек: 5 м. и 1 ж.); К– контрольная группа– никогда не употребляющие наркотики.

Дискриминантный экспертный анализ позволил квалифицировать статистическую важность различий контрольной и 2-х эмпирических групп(лиц, употребляющих наркотики регулярно , и лиц, употребляющих

наркотики 1–2 раза в год) и узнать вклад каждой переменной в имеющиеся различия. Результаты дискриминантного экспертного анализа дают возможность предсказать присутствие склонности к потреблению наркотиков веществ на базе познания психических специальных свойств человека. Поскольку проведение дискриминантного экспертного анализа требует одновременного учёта всех исследуемых переменных, некоторые участвующие члены опроса не вошли в число обстоятельств, которые анализировались, потому что некие переменные подвергались качественно сделанному экспертному анализу, и было выделено большее суммарное число альтернативных видов разъяснений ответов, чем требовалось для доказательства догадки, проверяемой с поддержкой дискриминантного экспертного анализа. Тем не менее итоговые эффекты проведенного дискриминантного анализа можно считать репрезентативными, поскольку они подтвердились другими методами статистической обработки данных. Для обретения больше точных и верных и детально точных итогов мы оценивали не только группы лиц, не употребляющих наркотики и регулярно их употребляющих, но еще и тех, кто в потребление использовал наркотики эпизодически, не больше 2-х раз в течение года. Разделение на 3 группы объясняется существованием 2-х канонических функций. Чем менее величина 1-й функции, тем более вероятна возможность употребления наркотических веществ. Вторая назначенная функция значения разрешает квалифицировать частоту применения в потребление наркотиков: 1–2 раза в годовалый промежуток либо периодически чаще 1-го раза за месяц. Чем более величина той самой функции, тем более вероятна возможность частого потребления наркотиков. С неупотреблением наркотиков эта назначенная функция вовсе не связана.

Для первой функции наиболее значимы следующие переменные: осознание жизни как ценности и наполненной смыслом; принятие морального решения на основе умозаключения, а не чувств; самосознательность; невысокая самооценка. На вторую функцию наибольшее влияние оказывают значимое отношение к себе и друзьям, эмоциональное неприятие матери, преобладание эгоистических желаний над альтруистическими. Распределение случаев по функциям представлено на рис. 1. «G_1:0» – лица, никогда не употреблявшие наркотиков, «G_2:1» – лица, употребляющие наркотики 1–2 раза, «G_3:2» – лица, регулярно употребляющие наркотики. При сопоставлении контрольной группы с группами лиц, употребляющих наркотики, максимально более значительные психические различия были выявлены непосредственно между контрольной группой и нередко употребляющими наркотики. Те, кто употребляет наркотики, обесценивают всю важность жизненного пути. Они в главном определяют жизненный путь как делу либо игру, а испытуемые из контрольной группы – как постижение себя, поиск смысла жизни, выявление самоотношения, дар, шанс или ценность. Обесценивание жизни – это некая опасность чувству

наполненности и осмысленности собственной жизни. Эти люди заменяют употребление наркотика, потому что он становится важной составляющей их собственной жизни, придавая ей смысл: достать и употребить наркотическое вещество.

Использованные источники:

1. Селезнева Г.Н. Организационно-педагогические условия развития системы профилактики девиантного поведения подростков / Ю.Н. Гут, Г.Н. Селезнева // В сборнике: Риски в изменяющейся социальной реальности: проблема прогнозирования и управления. Материалы международной научно-практической конференции. Отв.ред. Ю.А. Зубок. 2015. С. 367-371
2. Селезнева Г.Н. Самоотношение у лиц с алкогольной зависимостью / Научный альманах · 2016 · N 1-3(15) С. 348-350

Семенов Д.Е.
студент 4 курса
факультет «Экономики и управления»
Елабужский институт
КФУ
Россия, г. Елабуга

ОСОБЕННОСТИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

В статье рассматривается проблема конкурентоспособности образовательных организаций. Конкурентоспособность образовательной организации является всесторонним процессом взаимодействия и борьбы между организациями-конкурентами в целях достижения приоритетных позиций по качеству предоставляемых образовательных услуг.

Ключевые слова: конкурентоспособность, образовательная организация, образовательная услуга, потребность.

In article the problem of competitiveness of the educational organizations is considered. Competitiveness of the educational organization is comprehensive process of interaction and fight between the rival organizations for achievement of priority positions on quality of the provided educational services.

Keywords: competitiveness, educational organization, educational service, requirement.

На современном этапе, качество образования выступает главным конкурентным преимуществом учебных заведений наряду с ценой. Качество обучения представляет собой совокупность потребительских свойств образовательной услуги, обеспечивающих возможность удовлетворения комплекса потребностей по всестороннему развитию личности обучаемого [1].

Особенности изменения конкуренции между образовательными организациями проявляются в следующем:

- 1) конкуренция повышается с увеличением числа конкурентов;
- 2) конкуренция повышается, когда происходит процесс реорганизации путем присоединения образовательных организаций;
- 3) конкуренция сильна, когда спрос на услуги растет медленно;
- 4) конкуренция повышается, когда какие – либо условия с подвигают учебное заведение на занижение цены или на применение других методов увеличения объема продаж;
- 5) конкуренция повышается, когда затраты покупателей при переходе с одной услуги на другие невысоки;
- 6) конкуренция повышается, когда один или несколько учебных заведений не удовлетворены своей долей рынка;
- 7) конкуренция повышается пропорционально росту прибыли от успешных стратегических решений;
- 8) ход конкуренции предсказуем, когда стратегии, ресурсы, организационные особенности, миссии вузов различаются в значительной мере и открыты большинству [1].

Более устойчивые позиции на рынке займут те организации, которые наряду со сбалансированным деловым портфелем будут работать над созданием пользующейся доверием у потребителя торговой марки. Фактором, повышающим конкурентоспособность учебного заведения, является также его готовность предоставить качественное образование в инноваторском режиме с внедрением современных информационных технологий и ноу-хау [2].

Большое значение для привлечения клиентов имеет наличие у образовательной организации положительной репутации на рынке образования, т.е. бренда. Д.А. Шевченко предлагает считать основным показателем «Ценовую премию», то есть те деньги, которые потенциальные покупатели готовы переплатить за получение определенной бизнес - услуги. Также выделяют, помимо «ценовой премии», удовлетворенность брендом для клиентов, которые воспользовались данной услугой, качество и популярность бренда на рынке образовательных услуг, осведомленность о нем, его ценность и индивидуальность. Например, бренд Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова приравняем к единице, по сравнению с ним бренды Российский университет дружбы народов и Государственный университет Высшая школа экономики будут варьироваться от 0,7-0,8. Цена же приобретенной услуги будет зависеть не от бренда, а от конкретной специальности [3].

Во время реализации методов коммуникаций необходимо владеть информацией о потенциальных покупателях и их действиях, стремлениях в отношении образовательной услуги. Для российского рынка при продвижении образовательных услуг характерны выдержанность,

интеллектуальность, солидность, преобладание информации над эмоциями. При проведении рекламных кампаний материалы стараются связать с потенциальной личностью будущего потребителя образовательной услуги.

В последнее время образовательные организации прибегают к такому средству коммуникаций, как PR. Например, организуют дни открытых дверей, участвуют в ярмарках образования, организуют встречи выпускников, запускают рекламные ролики по радио и телевидению. Также большое значение имеет кооперация с другими образовательными учреждениями, органами исполнительной власти, наличие партнеров, надежных работодателей.

Вероятно, усовершенствование учебной деятельности, и обновление воспитательной работы в профессиональной образовательной организации (ПОО) в соответствии с требованиями времени приведут в будущем к увеличению за пределами учебного времени, которое может быть использовано как для общего развития, воспитания личности, так и для расширения профессиональной подготовки рабочих, служащих и специалистов.

Основной задачей ПОО является учебная работа, но так же важное место занимает и вне учебная деятельность, а именно:

- хозяйственная деятельность (облагораживание территорий, наличие дополнительных услуг - банк, буфет, столовая и т.д.);
- наличие бытовых услуг (лавочки, урны и т.п.);
- наличие спортивных секций;
- организация досуга (спортивные мероприятия, команды КВН, театральные кружки, танцевальные студии, проведение конкурсов и т.п.).

Исходя из этого, информация, изложенная в данной статье, намеривает сделать следующие выводы:

1. Конкурентоспособность - это свойство товара, услуги, субъекта рыночных отношений выступать на рынке наравне с присутствующими там аналогичными товарами, услугами или конкурирующими субъектами рыночных отношений.

2. Конкурентоспособность компании – совместный показатель эффективности управления промышленным предприятием, а еще его возможность своевременно предложить товар в нужном рынке количестве, наиболее полно отвечающий предпочтениям клиентов по сравнению с продуктами конкурентов.

3. Конкурентоспособность услуг – это величина относительная, и определенный показатель этой важной экономической категории может быть выявлен при исследовании конкурирующих услуг.

– ПОО – это оказание образовательных услуг, основной деятельностью которого является учебная и вне учебная деятельность.

– Конкурентоспособность ПОО – это готовность предоставить образовательные услуги в инновационном режиме с использованием

современных информационных технологий и ноу-хау [1].

Анализ конкурентоспособности основывается на маркетинговых исследованиях, соблюдении нормативных показателей и информации внутреннего характера.

Особенности конкурентоспособности ПОО проявляются в том, что:

– в конкурентоспособности концентрируются все показатели качества и ресурсоемкости работы общего персонала по всем этапам жизненного цикла образовательной услуги;

– на сегодня не существуют документов, готовых дать оценку конкурентоспособности ПОО;

техническая, экономическая, кадровая, социальная политика ПОО не направлена на обеспечение конкурентоспособности.

Использованные источники:

1. Балаш О.Ю. О маркетинговой деятельности в государственном техническом вузе / О.Ю. Балаш. - 2006. - №1. – с. 22-37
2. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. — М: Прогресс, 2013. – 736 с.
3. Нуралиев С.У. Маркетинг / С.У. Нуралиев, Д.С. Нуралиева. - Издательство: Дашков с. 2013.- 362

Слесаренко Д.С.

аспирант 1 курса

кафедра гуманитарных дисциплин

Таганрогский институт управления и экономики

Россия, г. Таганрог

Daria S. Slesarenko

1st year graduate student at the department of humanities,

Taganrog Management and Economics College

Russia, Taganrog

УСПЕХ КОРРЕКЦИОННО-РАЗВИВАЮЩЕЙСЯ РАБОТЫ ПРИ ОБЩЕМ НЕДОРАЗВИТИИ РЕЧИ

Successful correction and development therapy in children with general speech underdevelopment

Статья посвящена необходимости комплексного коррекционного воздействия по преодолению общего недоразвития речи (ОНР). Развитию подхода предшествовал длительный путь становления дефектологической науки как интегративной области знаний на стыке медицины, психологии и педагогики. Рассматриваются вопросы, связанные с результатами исследований, по мнению которых необходимо строить коррекционно-развивающую работу с детьми с ОНР на основе ведущей деятельности в данном возрасте, которым является игра, а также на организации взаимодействия детей с окружающими взрослыми и сверстниками в ходе

этой деятельности.

The article examines the necessity of combined corrective therapy to overcome the general speech underdevelopment (ONR). The development of the new approach started a long time ago from formation of defectology as an integrative field of knowledge at the confluence of medicine, psychology and education. The author analyses problems associated with the research results, giving reasons for correctional therapy in children with ONR based on the game – the leading activity at this age, as well as the interaction of children with surrounding adults and peers.

Ключевые слова: научно - обоснованная теория, логопедия, логопедизация, недоразвитие речи, кора головного мозга, речевой механизм, игра.

Keywords: scientific grounded theory, speech therapy, logopedic treatment, underdevelopment of speech, the cerebral cortex, the speech mechanism game.

Успех коррекционно-развивающей работы при общем недоразвитии речи определяется строгой, продуманной системой, суть которой заключается в интегрировании логопедии в учебно - воспитательный процесс жизнедеятельности детей.

Естественным путем осуществления логопедизации видится взаимодействие логопеда и воспитателей (при разных функциональных задачах и методах коррекционной работы).

Впервые теоретическое обоснование общего недоразвития речи было сформулировано Р.Е. Левиной и коллективом ученых НИИ дефектологии (Н.А.Никашиной, Г.А.Каше, Л.Ф.Спировой, Г.И.Жаренковой и др.). Именно они, основываясь на методе системного анализа нарушений, разработали периодизацию общего недоразвития речи.

В основе возникновения общего речевого недоразвития лежат различные причины и механизмы. На основе клинического подхода Е.М. Мастюковой (1998) условно выделены следующие варианты общего недоразвития речи: общее недоразвитие речи неосложненного генеза; общее недоразвитие речи церебрально-органического генеза (неврологические синдромы: гипертензионно-гидроцефальный, церебрастенический, двигательных расстройств); - общее недоразвитие речи, обусловленное алалией.

В литературе прослеживается большое количество исследований, посвященных изучению сложной структуры речевой деятельности, а также определению взаимосвязи процессов речевого развития и других психических функций (Л.С. Выготский, А.Р. Лурия, А.А. Леонтьев), учению об общих и специфических закономерностях психического и речевого развития при нормальном и нарушенном онтогенезе (Л.С. Выготский, Р.Е. Левина, В.И. Лубовский и др.), учению о функциональных системах (П.К. Анохин), учению

о динамической локализации высших психических функций (И.М. Сеченов, А.Р. Лурия и др.), концепция о единстве биологического и социального в процессе психического развития (Л.С. Выготский, А.Н. Леонтьев, П.Я. Гальперин и др.)

Этими многочисленными исследованиями доказано, что психика ребенка формируется прижизненно под влиянием условий окружающей среды, целенаправленного воспитания и обучения. Одновременно с этим процесс психического развития определяется состоянием биологических предпосылок, являющихся материальным субстратом высших психических функций. Биологической основой рассматриваемых речевых и неречевых психических процессов являются постепенно усложняющиеся в онтогенезе системы функций (А.Р. Лурия, 2000; А.Н. Леонтьев, 2001).

Опираясь на результаты исследований данных авторов, необходимо строить коррекционно-развивающую работу с детьми с ОНР на основе ведущей деятельности в данном возрасте, которым является игра, а также на организации взаимодействия детей с окружающими взрослыми и сверстниками в ходе этой деятельности.

Речевая и другие формы деятельности являются сложными иерархически организованными функциональными системами, деятельность которых основывается на работе многих структур головного мозга. Связь речи и других высших психических функций со структурами мозга основывается на современных представлениях о динамической локализации их в коре головного мозга.

В раннем дошкольном возрасте границы функциональных зон коры головного мозга диффузны, и только в результате практической деятельности происходит постепенная концентрация функциональных зон в очерченные центры (Л.О. Бадалян, 1984).

Взаимосвязь речевой системы и других компонентов психического развития осуществляется дифференцированно и специфично. Так, например, смысловая сторона речи имеет своей специфической предпосылкой обобщенное предметное восприятие и, следовательно, логические процессы. Усвоение лексико-грамматического строя речи происходит на основе овладения средствами чувственного и эмоционального познания. Формирование коммуникативной функции речи связано с созреванием аффективно-волевой сферы, произвольного внимания. От сохранности двигательной-кинестетической функции речевого аппарата, слухового восприятия, аналитико-синтетической деятельности мозга зависит правильность звукопроизношения, возможность сравнения произношения с эталоном. Формирование слоговой структуры слова происходит с опорой на успешивные процессы.

В соответствии с закономерностью перехода от низших к высшим ступеням онтогенеза, Р.Е. Левиной были описаны три уровня общего недоразвития речи, каждый из которых характеризуется определенным

соотношением первичного дефекта и вторичных проявлений, задерживающих формирование зависящих от них речевых компонентов [10].

В современной логопедии был выделен четвертый уровень общего недоразвития речи (Филичева Т.Б., 1999, 2000), характеризующийся остаточными проявлениями лексико-грамматического и фонетико-фонематического недоразвития речи.

Общим для выделенных клинических вариантов ОНР является патологическая структура и функционирование языковой системы. Речь у детей с ОНР возникает значительно позже, чем в норме: первые слова появляются в 2-3 года, первые фразы формируются в 4-5 годам. Дети не проявляют достаточной речевой активности и без специально организованной коррекционной помощи не могут полноценно использовать речевые средства коммуникации. Речь дошкольников с ОНР характеризуется недостаточностью фонетического оформления. У этих детей отмечаются полиморфные нарушения звукопроизношения, несформированность процессов дифференциации акустически или артикуляторно сходных звуков, нарушения звукословным составом слова (Б.М.Гриншпун, А.К.Маркова, Л.Н.Ефименкова, Г.А.Каше, В.А.Ковшиков, Л.В.Лопатина, О.В.Правдина, Ф.Ф.Рау, Н.В.Серебрякова, Т.А.Титова, Т.В.Туманова, Т.Б.Филичева, Н.А.Чевелева, Г.В.Чиркина, А.В.Ястребова).

Последовательность формирования грамматического строя детей с ОНР осуществляется по онтогенетическим законам. Своеобразие проявляется не только в более медленном темпе усвоения языковых единиц и правил их комбинирования, но и в дисгармонии развития морфологической и синтаксической системы языка, семантических и формально-языковых компонентов, в искажении общей картины языкового развития.

Неполноценность развития компонентов речевой системы приводит к тому, что преобладающими формами связной речи у детей с ОНР выступают ситуативная и вопросно-ответная формы. При составлении пересказов, рассказов у дошкольников с ОНР отмечаются нарушения логической последовательности событий, застревания на второстепенных деталях выражаемой неречевой ситуации, пропуски событий, повторы эпизодов. При выполнении указанных заданий детьми используются, как правило, простые малоинформативные предложения.

Неполноценная речевая деятельность накладывает отпечаток на формирование у детей с ОНР сенсорной, интеллектуальной и аффективно-волевой сферы (Л.С. Волкова, И.Т. Власенко, Н.С. Жукова, В.А. Ковшиков, Е.М. Мастюкова, О.Н. Усанова, Т.Б. Филичева, Л.М. Шшшцына и др.).

Правильная оценка неречевых процессов необходима для выявления закономерностей атипичного развития дошкольников с ОНР и, в том числе, для определения их компенсаторного фона.

Рядом авторов (В.И. Балаевой, И.Т. Власенко, В.А. Ковшиковым, А.Н. Корневым, Е.М. Мастюковой, Т.И. Синяковой, Е.Ф. Собонович, О.Н.

Усановой, Т.Б. Филичевой, Г.В. Чиркиной, Ю.А. Элькиним и др.) установлены специфические особенности мышления данной категории дошкольников. Обладая полноценными предпосылками для овладения мыслительными операциями, дети отстают в развитии словесно-логического мышления, с трудом овладевают мыслительными операциями анализа, синтеза, сравнения и обобщения. В основе возникновения затруднений лежит недостаточность собственно речевого механизма приобретения знаний в вербальной форме.

Выявленные особенности речевого и неречевого развития являются диагностическими признаками, позволяющими отграничить ОНР от сходных состояний, например, от задержки речевого развития, задержки психического развития.

Понимание необходимости комплексного коррекционного воздействия по преодолению ОНР пришло с осознанием сложности и многоаспектности этого нарушения. Развитию подхода предшествовал длительный путь становления дефектологической науки как интегративной области знаний на стыке медицины, психологии и педагогики.

На современном этапе развития логопедической науки была разработана научно обоснованная теория обучения, а также принципы комплектования групп и основы функционирования дифференцированной сети учреждений для данной категории детей.

Таким образом, опираясь на теоретический анализ исследований и опыт организации практической работы с детьми с ОНР в данной области, можно сделать вывод о том, что основной упор в логопедической работе нужно делать не просто на логопедические занятия, а на организацию и налаживание контактов между детьми и взрослыми, сплочение коллектива, подготовку к предстоящей коррекционной работе, преодоление инерции и внутренней несвободы в процессе их жизнедеятельности.

Использованные источники:

1. Бариленко Н.В. Становление взаимоотношений у старших дошкольников в совместной деятельности // Вопросы психологии. — 2006. -№ 4.-С. 24-31.
2. Выготский Л.С. Мышление и речь. Психика, сознание, бессознательное. -М., 2011. -368 с.
3. Жукова Н.С. Логопедия. Преодоление общего недоразвития речи у дошкольников: Кн. для логопеда. Екатеринбург., 2010. 320 с.
4. Лалаева Р.И., Гермаковска А. Особенности симультанного анализа и синтеза у младших школьников с тяжёлыми нарушениями речи //Дефектология. 2013. - № 4. - С. 17-22.
5. Программы дошкольных образовательных учреждений: Методические рекомендации для работников дошкольных образовательных учреждений / Сост. О.А. Соломенникова. М., 2012.- 112с.
6. Современная личность: социальные представления, мышление, развитие в норме и патологии / Под ред. К.А. Абульхановой, А.В. Брушлинского, М.И.

Воловиковой, Е.А. Чудиной. М., 2010. - 100с.

7. Филичева Т.Б., Чиркина Г.В. Психолого-педагогические основы коррекции общего недоразвития речи у детей дошкольного возраста// Дефектология. 1985. - №4. - С. 72-78.

8. Формирование взаимоотношений дошкольников в детском саду и семье / Под ред. В. К. Котырло. М., 1987.

9. Фотекова Т.А. Сочетание нарушений познавательной и речевой сфер в структуре дефекта у детей с общим недоразвитием речи// Дефектология. 1994. - №2. - С. 9-13.

10. Цветкова Л.С., Семенович А.В. Актуальные проблемы нейропсихологии детского возраста: Учеб. пособие / Под ред. Л. С. Цветковой. М. - Воронеж, 2011. - 272 с.

11. Шацкая О. О. Формирование социального поведения у детей 5-6 лет с общим недоразвитием речи в процессе коррекционно-логопедической работы: Автореф. дис. ... канд. пед. наук. М., 2003. -17с.

Федотенко Н.Ю.

аспирант 1 курса

факультет «Иностранных языков»

Форманюк Г.А.

доцент

**кафедра «Английской филологии и методики преподавания
английского языка»**

Армавирский Государственный Педагогический Университет

Россия, г. Армавир

ОБУЧЕНИЕ ДИАЛОГИЧЕСКОЙ РЕЧИ НА УРОКАХ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

Статья посвящена обучению диалогической речи на уроках английского языка. Свободное владение иностранным языком предполагает умение реагировать на всевозможные ситуации реальной действительности. В связи с этим конечной целью обучения иностранному языку является овладение навыками неподготовленной речи как монологической, так и диалогической. Рассматривая язык как средство живого общения, следует обращать внимание на максимальное развитие неподготовленной диалогической речи

Ключевые слова: диалог, диалогическая речь, экстралингвистические средства, тематический микродиалог, мотивация, лингвистические особенности.

Основной и ведущей целью в преподавании иностранных языков в общеобразовательной школе является коммуникативная цель, которая и определяет весь учебный процесс. Одной из основных форм речевого общения является диалогическая речь.

Развитие диалогической речи на изучаемом иностранном языке — одна

из самых острых проблем современной педагогической науки. Подтверждением сказанному служит целый ряд исследований, статей, пособий, появившихся за последнее время. И, тем не менее, данная проблема требует дальнейшего методического разрешения, поскольку современные требования к диалогической речи - научить учащихся вести беседу на изучаемом иностранном языке — не всегда и в полной мере выполняются.

Диалогическая речь – это процесс общения, который характеризуется поочередно сменяющимися репликами двух и более лиц. К психологическим характеристикам диалогической речи психологи относят, прежде всего, речемыслительную активность партнеров. В основе диалога лежит реплицирование, т.е. обмен репликами. Поскольку каждый из собеседника может выступать в роли слушающего и говорящего, то диалогическая речь является рецептивно – продуктивным видом речевой деятельности. В живой диалогической речи обмен репликами происходит быстро, отсюда – неподготовленность, спонтанность диалогической речи, что требует высокой автоматизированности и готовности языкового материала.

Важнейшей психологической особенностью диалогической речи является ее ситуативность, которая определяет характер речевого поведения партнеров, языковое оформление речи. Диалогическая форма общения предполагает широкое использование экстралингвистических средств (мимики, жестов и т.п.). Как уже отмечалось, в основе диалога лежит реплика, она является элементарной структурной единицей диалогической речи. Но основной, исходной структурной единицей обучения принято считать диалогическое единство (ДЕ), образуемое парой реплик, одна из которых - реплика-стимул, другая — реплика-реакция. Способы сочетания (сцепления) реплик могут быть различны, они лежат в основе функциональной типологии диалогических единств:

вопрос — ответ ;сообщение — вопрос; сообщение — ответное сообщение ;приглашение (просьба) — согласие (несогласие) ;сообщение (приказ, просьба) — эмоциональная реакция ;просьба — сообщение.

Данные типы ДЕ определяют типы диалогов, среди которых основными, включенными в Программу обучения в школе, являются:

диалог — односторонний расспрос (типа интервью);

диалог — двусторонний расспрос; диалог — обмен мнениями;

Структурно данные типы являются более крупными единицами диалогической речи, но в их основе лежат однотипные ДЕ, находящиеся в логико-смысловой зависимости. Такие диалоги принято называть микродиалогами. Самая крупная структурная единица диалогической речи — тематический микродиалог, включающий в себя несколько микродиалогов, объединенных одной ситуацией общения.

Система по обучению диалогической речи включает в себя:

•подготовительные упражнения, формирующие материально-операционную основу говорения (лексические, грамматические,

фонетические упражнения на имитацию, подстановку, трансформацию, комбинирование);

- условно – коммуникативные (коммуникативные), связанные с решением определенной коммуникативной задачи, при которых учащиеся приобретают умения реплицировать (произносить стимулирующую и реагирующую реплики), соотносить действия друг с другом (утверждение — переспрос, вопрос — ответ), т. е. поддерживать двустороннюю активность.

Для того чтобы обеспечить самостоятельное речевое взаимодействие учащихся и получить искомый речевой продукт, а также планируемый результат — умение осуществлять основные функции общения, чтобы сформировать такие свойства диалогической речи, как ее мотивированность, экспрессивность, обращенность, ситуативность, необходимо моделировать само взаимодействие. Этому в наибольшей степени способствуют инсценирование сказок и диалогов этикетного характера, создание игровых ситуаций, использование РИ, приемов коллективного взаимодействия.

При обучении диалогической речи могут широко использоваться опоры. Е.И. Пассов предлагает следующую их классификацию:

- функциональные, показывающие функциональную направленность речевого поступка, например
- смысловые, вербально задающие ситуацию,
- содержательные, подсказывающие предметно-содержательную сторону диалога.

Диалогическая речь - одна из основных форм речевого общения. Несмотря на то, что она сложнее монологической, как с точки зрения напряженности внимания, так и разнообразия используемых речевых образцов. Тем не менее, предпочтение в обучении устной речи на начальном этапе обучения иностранным языкам все же отдается диалогической речи.

На содержание и характер диалогического общения влияют психологические процессы: восприятие речи собеседника и ориентировка в ситуации; формирование содержательной стороны высказывания; языковое оформление мысли и восприятия (декодирования) реплик партнера по общению.

Диалогическая речь всегда мотивированна. Появление у учеников желания что-то сказать, выразить свои мысли, чувства, а не только воспроизводить чужие слова или заученный наизусть текст, создается определенными условиями. Это, прежде всего, использование таких стимулов, которые вызывают у ученика потребность «выразить себя», что возможно при создании благоприятного психологического климата, располагающего к высказываниям, доброжелательного отношения коллектива класса и учителя, заинтересованность в выполнении предложенных заданий, стремление выполнить их хорошо. Благоприятные условия для общения располагают детей к тому, чтобы слушать, говорить, читать на изучаемом языке и делать это с удовольствием, вселяют в учеников

уверенность в том, что они могут понимать и говорить на иностранном языке.

Таким образом, обучение диалогической речи является неотъемлемой частью урока английского языка. Успешность обучения диалогической речи обеспечивается при выделении определенной поэтапности и выделении наиболее успешных путей ее организации. Учащиеся быстро овладевают речевыми конструкциями и формулами (в рамках определенных ситуаций), потом автоматически оперируют ими при выполнении коммуникативных заданий другого рода. Учащиеся намного быстрее приобретают чувство языка.

Использованные источники:

1. Вайсбруд М.Л. Обучение диалогической речи / М.Л. Вайсбруд // ИЯШ. – 2000. - № 4. – с. 11-17.
2. Жукова Е.А. Устный контроль при коммуникативно-направленном подходе к обучению иностранным языкам / Е.А. Жукова // ИЯШ. – 1991. - № 3. – с. 21-26.э
3. Исхакова Ф.С. Обучение правильной неподготовленной диалогической речи / Ф.С. Исхакова // ИЯШ. – 2001. - № 4. – с.54-59.
4. Соколова В.А. О некоторых вопросах обучения диалогической речи / В.А. Соколова // ИЯШ. – 2002. – № 4. – с. 89-93.

Чернякова Н.В.

магистрант 2 курса

кафедра менеджмента

государственное и муниципальное управление

Батарчук Д.С., к.пед.н.

научный руководитель, доцент

Брянский филиал РАНХиГС

Россия, г. Брянск

РОЛЬ СОЦИАЛЬНЫХ ИНСТИТУТОВ В ПАТРИОТИЧЕСКОМ ВОСПИТАНИИ МОЛОДЕЖИ

Статья посвящена патриотическому воспитанию молодежи. Определяется роль социальных институтов в патриотическом воспитании молодежи. Актуализируется роль государства, семьи, образовательных и религиозных организаций, неформальных и общественных объединений, экономики в становлении гражданской позиции личности и формировании патриотических качеств молодежи. Показана взаимосвязь результатов патриотического воспитания молодого поколения и будущего России.

Ключевые слова: патриотизм, молодежь, социальные институты, гражданственность.

Chernyakova N.V.
A Second Year Undergraduate, Department of Management, State and
Municipal Management
Scientific Leader: Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor
Batarchuk D.S.
The Bryansk Branch of RANEPА
Russia, Bryansk

THE ROLE OF SOCIAL INSTITUTIONS IN THE PATRIOTIC YOUTH'S EDUCATION

The article is devoted to the patriotic youth's education. The role of social institutions in the patriotic youth's education is defined. The role of the state, family, educational and religious organizations, and informal voluntary associations, the economy in the formation of personality's civic position and the formation of youth's patriotic qualities is actualized. The relationship of the results of young generation's patriotic education and the Russia's future is shown.

Key words: patriotism, youth, social institutions, citizenship.

В современной политической жизни России патриотизм играет главенствующую роль. Современное общество, особенно молодежь, переживает кризис идентичности, что приводит к утрате патриотизма как социально-духовной ценности. Политика международных отношений зачастую формирует потребность в развитии у молодежи патриотических качеств, чувств и готовности к сознательной гражданской позиции.

Проблема патриотического воспитания приобрела общенациональный характер и этому в большей степени способствовала политическая трансформация общества.

Изучая сущность патриотизма, мы обратились к словарю русского языка С.И. Ожегова и обнаружили следующее толкование понятия «патриот»: «Человек, проникнутый патриотизмом»[1]. Патриотизм является важным ресурсом развития общества, национальной идеи и нравственных качеств. В этой связи, важно отметить, что необходимо уделять особое внимание, патриотическому воспитанию молодежи, учитывая современные условия.

Следует учесть, что в науке сложились теоретические предпосылки исследования проблемы патриотизма. Исследовательский интерес представляют труды Е.А. Андреева, В.В. Гладких, Ю.П. Сентюрина, В.А. Коробовой, А.В. Солодилова, А.И. Афолина и др. В научных трудах уделяется внимание проблемам военно-патриотического воспитания, политическому экстремизму и патриотическому воспитанию на современном этапе развития гражданского общества, политическим основам патриотизма. Научную общественность привлекают также проблемы: нравственного и патриотического воспитания (Н.Ф. Виноградова); патриотизм и религия (Т.Е. Вежевич); государственная молодежная политика как фактор становления гражданского общества (В.М. Бурцев); духовно-нравственное развитие и

воспитание личности гражданина (А.Я. Данилюк, А.М. Кондаков, В.А. Тишков). Указанные и многие другие исследования подчеркивают современную значимость проблемы патриотического воспитания молодежи.

Патриотическое воспитание является сложным процессом, в котором необходимо консолидировать усилия органов государственной власти, общественных организаций и объединений, институтов гражданского общества, образовательных организаций.

Особая роль в патриотическом воспитании отводится социальным институтам, то есть с одной стороны специальным учреждениям, с другой институты представляют собой совокупность норм, которые регулируют сферу конкретных общественных отношений.

Так, исследователем А.Г. Эфендиевым выделяются следующие типы социальных институтов: институты социализации и культуры, политические, экономические [2]. Научные труды А.А. Горелова дополняют типы социальных институтов. Ученый также выделяет: политические, экономические, культурные и юридические [3].

Наиболее полная картина, раскрывающая роль социальных институтов в патриотическом воспитании, представлена в работах А.И. Кравченко. Исследователь отмечает, что институт семьи и брака удовлетворяет потребности в воспроизводстве рода; государство в целом и политические институты формируют потребности в социальном порядке и безопасности; производство и экономические институты формируют потребности в добывании средств существования; наука, культура и институты образования в целом формируют потребности в передаче знаний, создают условия социализации молодежи, осуществляют необходимую подготовку кадров; институт религии формирует потребности в решении духовных проблем и смысла жизни [4].

Следует заметить, что социальные институты помогают управлять сферами общественной жизни. Семья, государство, религия, образование, экономика и другие социальные институты создают условия для формирования верований и ценностей, норм, ролей принятых в обществе на определенном этапе исторического развития.

К.И. Крылов, обобщая целевые установки комитета Государственной Думы по безопасности, по обороне, по делам молодежи и по делам общественных объединений и религиозных организаций, в отношении роли государства и общественных институтов в обеспечении патриотического воспитания молодежи, отмечает следующие важные позиции;

– будущее России находится в прямой зависимости от результатов патриотического воспитания детей и молодежи, от формирующегося нравственного облика подрастающего поколения;

– патриотическое воспитание является неотъемлемой частью основы воспитания, которую должны составлять базисные ценности, являющиеся фундаментом общенациональной идентичности;

– воспитание патриота и гражданина предполагает пробуждение в человеке чувства любви к Родине, к своему краю;

– государство, различные институты гражданского общества, электронные и печатные средства массовой информации, оказывающие значительное влияние на формирование жизненных установок и нравственных критериев подрастающего поколения, должны осознать свою огромную ответственность за сбережение России и ее народа за сохранение вековых духовных и культурных традиций [5].

Система воспитания молодого поколения реализуется во многом через деятельность социальных институтов, которые мы обозначали ранее. Актуализируем роль некоторых основных социальных институтов патриотического воспитания молодежи.

Государство выступает основным институтом воспитания на институциональном уровне. Государство определяет цель воспитания, формирует тип гражданина, и определяет стратегию воспитания молодого поколения. Государство, определяя и реализуя образовательную политику, организует деятельность организаций и учреждений направленную на создание условий для развития патриотизма молодежи.

Следующим основным институтом патриотического воспитания выступает семья. Именно в семье закладываются основы нравственности, формируется личность, происходит развитие ценностных ориентаций в соответствии с жизненными смыслами, которые закладываются как принципы социального поведения в семье. В семье прививаются правила поведения в обществе, отношение к ближнему, своему дому, семье, окружению, родному краю, Родине.

Одним из важнейших социальных институтов патриотического воспитания также является экономика. Условия рыночных отношений и конкуренции создают предпосылки для формирования «модели хозяина», воспитание духа предпринимательства. Вовлечение молодого поколения в участие хозяйственной деятельности, прививает любовь к труду, формирует экономическую образованность и мобильность.

Учащаяся молодежь получает большое воспитательное воздействие в условиях образовательных организаций. Важная роль отводится патриотизму и гражданственности в образовательных организациях. Образовательные организации направлены на воспитание патриотических чувств к Родине, способствуют развитию гражданской позиции и уверенности молодого поколения.

Особая роль в патриотическом воспитании молодежи также наряду с рассмотренными социальными институтами отводится религиозным организациям, молодежным неформальным объединениям, политическим партиям и движениям, организациям культуры и спорта, творческим организациям, средствам массовой информации и другим социальным институтам, деятельность которых оказывает влияние на воспитание

современного патриота России. Патриотическое воспитание формирует гражданскую идентичность, являющуюся основой поликультурной идентичности молодежи, как современной модели личности в условиях многонациональной среды [6].

Таким образом, патриотизм является неотъемлемой составляющей социальной и духовной жизни молодежи и всего общества. Социальные институты играют важную роль в патриотическом воспитании, наполняя смыслом, вектор духовно-нравственного развития молодежи, создают основу стабильности и безопасности страны.

Использованные источники:

1. Ожегов С.И. Словарь русского языка: Ок. 57000 слов / Под ред. чл.-корр. АН СССР Н.Ю.Шведовой. – 20-е изд., стереотип. М.: Рус. яз., 1989. – 750 с.
2. Эфендиев А.Г. Базисные элементы социальной жизни // Основы социологии/ Отв. ред. А.Г. Эфендиев. М., 1993. С. 133-134.
3. Горелов А.А. Социология в вопросах и ответах. М., 2006. С. 170.
4. Кравченко А.И. Социология. Екатеринбург, 1999. С. 334-335.
5. О роли государства и общественных институтов в обеспечении патриотического воспитания молодежи [Электронный ресурс]. URL: <http://fpvestnik.ru/zakonodatelstvo/o-rol-i-gosudarstva-i-obshhestvennykh-institutov-v-obespechenii-patrioticheskogo-vozpitaniya-molodjozhi/> (дата обращения 25.05.2016).
6. Батарчук Д.С. Модель развития поликультурной идентичности личности в многонациональной образовательной среде // Мир психологии. 2012. № 1. С. 93-104.

Шафеева А.Ф.

учитель истории и обществознания

МОУ «СОШ № 45»

Россия, г. Саратов

НАУЧНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ШКОЛЬНОГО ПРОЕКТА (ПО ТЕМЕ «СОВРЕМЕННАЯ РОССИЙСКАЯ ПОЛИТИКА», УРОК ОБЩЕСТВОЗНАНИЯ 11 «А» СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КЛАСС)

Аннотация: Одним из наиболее эффективных методов работы с учащимися выступает метод проектов. Применение этого метода позволяет эффективно решать задачи личностно-ориентированного подхода в обучении. Представлен личный опыт педагога по применению метода проектов на уроке обществознания.

Ключевые слова: метод проектов, системно-деятельностный подход, новые педагогические технологии, методика проектной деятельности.

В основе нового Федерального государственного образовательного стандарта лежит системно-деятельностный подход, который обеспечивает

активную учебно-познавательную деятельность обучающихся. Многочисленные примеры свидетельствуют о том, что одним из актуальных и эффективных методов работы с учащимися, в их организации научно-исследовательской деятельности является метод проектов. Именно осмысление и применение этого метода в свете новых требований к образованию позволяет говорить о школьном проекте как о новой педагогической технологии, помогающей эффективно решать задачи личностно-ориентированного подхода в обучении подрастающего поколения.

Актуальность избранной темы обусловлена тремя компонентами:

1) *Общественная актуальность: метод проектов дает школьникам возможность, развивать творческие способности и коммуникативные навыки, приобретать опыт разрешения реальных проблем, что позволяет им успешно адаптироваться в современном быстро меняющемся мире.*

2) *Научно-методическая: выполняя проекты, школьники осваивают алгоритм проектно-преобразовательной деятельности, учатся самостоятельно искать и анализировать информацию, экспериментировать, аргументировать, синтезировать, обобщать, применять полученные ранее знания.*

3) *Личная: проектная технология позволяет мне решить проблему мотивации обучающихся, повысить их интерес к обозначенным проблемам. В процессе ее использования мною реализуются принципы личностно-ориентированного обучения. Совместная творческая деятельность над проектом по теме «Современная российская политика» доставила мне удовольствие от интересного сотрудничества.*

Исследуя названную проблему, следует отметить имена нескольких авторов, статьи которых содержат материалы общего характера о методике проектной деятельности: Землянская Е. «Учебные проекты в экономической подготовке школьников»; Балаян Г.В. «Метод проектов на уроке истории»; Алексеева Т. «Метод проектов в школьных исследованиях»; Чечель И.Д. «Метод проектов: субъективная и объективная оценка результатов; исследовательские проекты в практике обучения»; Е.С. Полат в практике преподавания иностранного языка; Н. Ю. Пахомова и Т.А. Новикова в информатике; В.Е. Мельников, В.А. Мигунов, П.А. Петряков в преподавании образовательной области «Технология»; Шкель В.Ф. «Проектные технологии в образовательном учреждении»; Г.А. Кропаневой «Технология метода проекта при обучении истории». Из специальной литературы на момент подготовки доклада мне показалась интересной статья Л.К.Колоколовой³⁰. В ее статье представлен опыт применения метода проекта на уроках обществознания. Сформулированные автором положения видятся важными в первую очередь, потому, что за ними стоит многолетний опыт работы над ученическими проектами, неустанный поиск оптимальных решений,

³⁰ Колоколова Л. К. Проектная деятельность на уроках обществознания Режим доступа: <http://www/ioso.ru/distant/project/>

постоянное совершенствование методики. Таким образом, в современной литературе тема «Научная составляющая школьного проекта» недостаточно изучена, хотя некоторые попытки предприняты Колоколовой Л. К.

В данной работе хотелось бы рассмотреть следующий круг вопросов: Какова последовательность деятельности обучающихся над разработанным мною проектом «Современная российская политика»? Какова роль учителя в подготовке данного проекта? Какова роль ученика в работе над проектом? Какие умения и навыки формировались в реализации названного проекта?

1. Какова последовательность деятельности обучающихся над разработанным мною проектом «Современная российская политика»?

Прежде чем начать работу над проектом, мне как его руководителю предстояло ответить на ряд вопросов: 1. Для чего создается данный проект? Чем вызвана необходимость его создания? Как в дальнейшем он будет использоваться? 2. Каким должен быть проект для того, чтобы отвечать полностью поставленным задачам? 3. Кто будет создавать проект? В какой мере смогут они воплотить мой творческий замысел? 4. Как лучше распределить обязанности среди членов команды, так как по названной теме предусматривалось несколько проектов.

В проектной деятельности принято выделять несколько этапов. Мы на уроке обществознания в 11 «А» социально-экономическом классе при подготовке к обобщающему повторению по теме «Современная российская политика», проведённому в форме защиты проектов, действовали в соответствии с данными правилами.

На первом этапе – подготовке были определены темы и цели проекта, сформированы группы обучающихся, которые будут работать над названными проектами: «Особенности современного российского образования»; «Модернизация российского здравоохранения»; «Демографическая проблема в современной России»; «Закон Димы Яковлева: веяние времени или необходимость?». На данном этапе, как руководителю проекта, мне было необходимо мотивировать учащихся, помогать им в постановке цели и задач, наблюдать за их деятельностью.

Попытаемся проследить за процессом создания проекта на тему «Особенности современного российского образования», так как эта проблема нам наиболее близка. **Цель проекта:** сформировать более полное представление об особенностях современного российского образования.

Задачи проекта:

1. Изучить основные положения нового Закона об Образовании РФ, ежегодное обращение с Посланием Президента РФ Федеральному Собранию.
2. Показать особенности новых форм обучения.
3. Провести и проанализировать социологический опрос по проблемам современного российского образования среди выпускников школы.

На втором этапе - планировании определены: основные источники

информации – новый закон об Образовании РФ, ежегодное обращение с Посланием Президента РФ Федеральному Собранию, Конституция РФ, Интернет-ресурсы; способы сбора и анализа информации; способы представления результатов (формы проекта) - творческая работа, презентация; установлены процедуры и критерии оценки результатов и процесса проектной деятельности; распределены задачи (обязанности) между членами команды.

На третьем этапе – исследовании осуществлялась непосредственная работа с источниками: Законом об Образовании РФ, ежегодном обращении с Посланием Президента РФ Федеральному Собранию, Конституцией РФ, Интернет-ресурсами; проведен социологический опрос среди выпускников школы по проблемам современного российского образования:

1. Довольны ли вы качеством современного образования?

2. Есть ли у вас конкретные предложения по улучшению качества образования.

3. Знакомы ли вы с документами, регламентирующими государственную политику в сфере образования?

4. Согласны ли вы с утверждением, что школа оказывает огромное влияние на формирование личности человека?

На четвертом этапе - формулирование результатов и выводов был дан анализ информации, сформулированы выводы, обучающиеся оформили свой проект в виде творческой работы, презентации. С авторами проекта проведена консультация по методике защиты проектов.

На пятом этапе - защита проекта- учащиеся представили свой проект: обосновали процесс проектирования, показали полученные результаты, ответили на вопросы одноклассников и учителей.

На шестом этапе - оценка результатов и процесса проектной деятельности осуществлен анализ выполнения проекта, достигнутых результатов (успехов, неудач и их причин) путем коллективного обсуждения и самооценки деятельности обучающихся. На данном этапе была дана оценка работе учащихся, их креативности, качеству использования источников. Определен потенциал продолжения проекта и качество отчета. По итогам защиты проект «Особенности современного российского образования» был признан лучшим и рекомендован для ознакомления с ним обучающихся школы и участия в муниципальной научно-практической конференции «Современные политико-правовые технологии», где проект получил 1 место.

2. Какова роль учителя в подготовке данного проекта? Реализация проекта по теме «Особенности современного российского образования» изменила мою позицию как учителя. Из носителя готовых знаний превращаешься в организатора познавательной, исследовательской деятельности своих учеников. Проектная деятельность требовала от меня создания условий для расширения познавательных интересов обучающихся и их возможностей самообразования. Именно поэтому, мы учителя как

руководители проекта должны обладать высоким уровнем общей культуры, комплексом творческих способностей. И прежде всего – развитой фантазией, без которой мы не сможем быть генераторами развития интересов ребенка и его творческого потенциала. Разрабатывая данный проект совместно с обучающимися 11 «А» социально-экономического класса Пчелинцевым И. и Пчелинцевым П., мы вместе определили проблемы, над которыми они будут работать в течение двух недель и представят свою творческую работу и презентацию на открытом уроке по итоговой теме «Современная российская политика». Творческий, нестандартный подход к выбору актуальных проблем для проекта способствовал повышению мотивации учащихся и ориентировал их на самостоятельную деятельность. В течение всего периода работы над проектом мною оказывалась постоянная консультативная помощь обучающимся.

Проектная деятельность позволяла мне осуществлять индивидуальный подход. Менялся и психологический климат на уроке. Из авторитетного источника информации становишься соучастником исследовательского, творческого процесса, наставником, консультантом, организатором самостоятельной деятельности учащихся. А это и есть подлинное сотрудничество.

В работе над проектом учитель: помогала ученикам в поиске нужных источников информации; координировала весь процесс; поощряла учеников; поддерживала непрерывную обратную связь для успешной работы обучающихся над проектом.

Мне предстояло «прожить» ряд ролей в ходе руководства проектом:

1. энтузиаста (повышала мотивацию учащихся, поддерживала, поощряла и направляла их в сторону достижения цели);
2. специалиста (обладая знаниями и умениями в нескольких – не во всех! – областях);
3. консультанта (организатора доступа к ресурсам, в т.ч. к другим специалистам);
4. руководителя (особенно в вопросах планирования времени);
5. «человека, который задает вопросы» (по Дж. Питеру – тот, кто организует обсуждение способов преодоления возникающих трудностей путем косвенных, наводящих вопросов; тот, кто обнаруживает ошибки и вообще поддерживает обратную связь);
6. координатора всего процесса;
7. эксперта (дала четкий анализ результатов выполненного проекта).³¹

3. Какова роль ученика в работе над проектом?

Проектная деятельность учащихся — одна из важнейших составляющих образовательного процесса. В ходе выполнения проекта по

³¹ Колоколова Л. К. Проектная деятельность на уроках обществознания. Режим доступа: <http://www/ioso.ru/distant/project/>

теме «Особенности современного российского образования» учащиеся были вовлечены в активный познавательный творческий процесс на основе методики сотрудничества. Они были погружены в процесс выполнения творческого задания, а вместе с ним и в процесс получения новых и закрепления старых знаний по предмету, в рамках которого и проводился проект.

Кроме того, ученики под непосредственным моим руководством решали конкретные практические, исследовательские задачи. Они подробно изучили такие важные источники как новый Закон об Образовании РФ, Ежегодное обращение с Посланием Президента РФ к Федеральному Собранию, приказы и постановления Министерства образования Саратовской области.

В результате, в творческой работе и презентации, они наиболее полно показали особенности новых форм обучения в Современной России и в Саратовской области. Работая над проектом, они провели социологический опрос по проблемам современного образования среди участников образовательного процесса, анализ его представили в виде таблицы.

Наиболее сложным является вопрос о степени самостоятельности учащихся, работающих над проектом. Какие из задач, стоящих перед проектной группой, должен решать учитель, какие – сами учащиеся, а какие разрешимы в их сотрудничестве?

Здесь хочется отметить, что авторы проекта «Особенности современного российского образования» Пчелинцев Илья и Пчелинцев Петр имели опыт проектной деятельности, кроме того, это эрудированные, креативно мыслящие ребята и работа с ними доставляла мне большое удовольствие.

4. Какие умения и навыки формировались в реализации названного проекта? Общеизвестно, что учащиеся прочно усваивают только то, что прошло через их индивидуальное усилие. Цель любого проекта – это формирование ключевых компетенций: комплексные свойства личности, включающие взаимосвязанные знания, умения, ценности, а также готовность мобилизовать их в необходимой ситуации. Внешние компетенции проявились в форме умений. Работая над проектом по теме «Особенности современного российского образования», обучающиеся овладели следующими умениями и навыками:

Рефлексивные умения: умения осмыслить задачу, для решения которой недостаточно знаний; умение отвечать на вопрос: чему нужно научиться для решения поставленной задачи?

Поисковые (исследовательские) умения: умение самостоятельно найти недостающую информацию в информационном поле; умение запросить недостающую информацию у эксперта (учителя, специалиста); умение выдвигать гипотезы; умение устанавливать причинно-следственные связи.

Умения работать сотрудничая: умения коллективного планирования;

умения взаимопомощи в группе в решении общих задач; навыки делового партнерского общения; умения находить и исправлять ошибки в работе других участников группы.

Менеджерские умения и навыки: умение проектировать процесс; умение планировать деятельность, время, ресурсы; умение принимать решения и прогнозировать их последствия; навыки анализа собственной деятельности (ее хода и промежуточных результатов).

Коммуникативные умения: умение инициировать учебное взаимодействие с взрослыми – вступать в диалог, задавать вопросы и т.д.; умение вести дискуссию; умение отстаивать свою точку зрения; умение находить компромисс; навыки интервьюирования, устного опроса и т.д.³²

Презентационные умения и навыки: навыки монологической речи; умение уверенно держать себя во время выступления; артистические умения; умение использовать различные средства наглядности при выступлении; умение отвечать на незапланированные вопросы.

Таким образом, мы видим, что метод проектов позволяет формировать и личностные качества, которые развиваются лишь в деятельности и не могут быть усвоены вербально. В первую очередь это относится к групповым проектам, когда работает небольшой коллектив и в процессе совместной деятельности появляется совместный продукт (результат) труда. К таким **качествам** можно отнести: умение работать в коллективе; умение брать ответственность за выбор, решение и т. п.; умение разделять ответственность; умение анализировать результаты деятельности; способность ощущать себя членом команды (подчинять свой темперамент, характер, время интересам общего дела).

Рефлексия по проектам: «Что нового вы узнали при изучении темы?», «Что у вас вызвало наибольший интерес?», «Что показалось трудным и непонятным?». **Домашнее задание:** эссе на тему «*Коррупция в современной России*»- задание 36; составление плана на тему: «*Современное российское образование*»- задание 35.

Использованные источники:

1. Алексеева Т. Метод проектов в школьных исследованиях //Халах школе. 2004. № 2.
2. Балаян Г.В. Метод проектов на уроке истории // Школьные технологии. 1997. №1. С. 116-119.
3. Васильев В. Проектно-исследовательская технология: развитие мотивации // Народное образование. 2000. №9. С.177-180.
4. Землянская Е. Учебные проекты в экономической подготовке школьников // Народное образование. 2006. № 1.
5. Клименко А.В. Проектная деятельность учащихся. «История и обществознание в школе». М., 2002.

³² Чечель И.Д. Метод проектов: субъективная и объективная оценка результатов//Директор школы. 1998. №4. С.24.

6. Колоколова Л.К. Проектная деятельность на уроках обществознания. Режим доступа: <http://www.ioso.ru/distant/project>
7. Кропанева Г.А. Технология метода проектов при обучении истории. Режим доступа: <http://www.ioso.ru/distant/project>.
8. Митрофанов К., Богоявленский Б. О конкурсах исследовательских работ // Первое сентября. История. 2000. №24. С.1-3.
9. Новикова Т.А. Проектные технологии на уроках и во внеурочной деятельности // Народное образование. 2000. №7. С. 151-157.
10. Пахомова Н.Ю. Метод учебного проекта в образовательном учреждении. М., 2005.
11. Полат Е.С. Новые педагогические и информационные технологии в системе образования. М., 2000.
12. Полат Е.С. Метод проектов на уроках иностранного языка // Иностранные языки в школе. 2000. № 2, 3. С. 37-45.
13. Сиденко А.С. Метод проектов: история и практика применения // Завуч, 2003. № 6.
14. Чечель И.Д. Исследовательские проекты в практике обучения // Практика административной работы в школе. 2003. №6. С.24-31.
15. Чечель И.Д. Метод проектов: субъективная и объективная оценка результатов // Директор школы. 1998. №4. С. 24.
16. Шкель В.Ф. Проектные технологии в образовательном учреждении. Учебно-методическое пособие.- Саратов: ООО Издательский центр «Научная книга», 2007.

*Аминов С.Н.
студент 3 курса
юридический факультет
Суфянова Е.З.
научный руководитель, ассистент
кафедра конституционного и муниципального права
СФ БашГУ
Россия, г. Стерлитамак*

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ БЮДЖЕТА МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

АННОТАЦИЯ

В данной статье рассматриваются особенности формирования бюджета муниципального образования.

ABSTRACT

In this article features of forming of the budget of municipality are considered.

Ключевые слова: органы местного самоуправления; местный бюджет, муниципальная собственность, финансово-экономическая основа.

Keywords: local government bodies; local budget, municipal property, financial and economic basis.

Финансовой основой социально-экономического развития муниципального образования выступает местный бюджет. Конституция Российской Федерации в статье 132 закрепила за муниципальными образованияами право самостоятельно управлять муниципальной собственностью, формировать, утверждать и исполнять местные бюджеты. С принятием Федерального закона от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в РФ» значительно изменились принципы организации местного самоуправления в Российской Федерации, полномочия органов местного самоуправления, принципы формирования доходов местных бюджетов, а также предоставления финансовой помощи местным бюджетам из федерального бюджета и бюджетов субъектов РФ. Но, независимо от совместно реализуемых целей и оптимизации межбюджетных отношений, в системе регионального управления существуют проблемы в виде несовершенства правовой базы межбюджетного характера, слабой доходной базы местных бюджетов, низкой эффективности бюджетных расходов, высокой дотационности, бюджетной устойчивости, без дефицитности и т. д. Следовательно, доходная часть местного бюджета и будет являться тем элементом, который синтезирует и собирает экономическую и финансовую базу бюджета муниципального

образования. Известно, что в 2014 году дефицит бюджета имели 55 % муниципальных образований, в 2015 году их количество увеличилось и составляло 64 %. На 2014 год 77 % муниципальных образований утвердили свои бюджеты с дефицитом, причем некоторые из них имеют дефицит, превышающий предельно допустимый уровень. Согласно Бюджетному кодексу РФ размер дефицита местного бюджета, утвержденный нормативным актом представительного органа местного самоуправления о бюджете на соответствующий год, не может превышать 10 % объема доходов местного бюджета без учета финансовой помощи из федерального бюджета и бюджета субъекта РФ. Специалисты, изучающие вопросы формирования местных бюджетов, считают, что местные налоги не служат основополагающими и их недостаточно для покрытия всех расходов муниципального образования. Анализируя состояние муниципальных образований, выяснено, что существует в основном проблема недостаточности собственных источников налоговых доходов и проблема неэффективных межбюджетных отношений, что вызывает дотационность муниципальных образований. Это в свою очередь ликвидирует стимулы для роста собственных доходных источников бюджетов. Показатели поступлений в местный бюджет недостаточно высокие (в городских округах – 13,9, в поселениях – 40,1), но можно сделать вывод, что местные налоги играют важную роль в формировании бюджетов муниципальных образований. Чтобы стать более самостоятельными и независимыми муниципальным образованиям необходимо модернизировать и расширять систему источников, формирующих доходы местных бюджетов. Одной из мер, которая приведет к росту доходов в бюджет за счет местных налогов, может выступить усиление контроля за соблюдением учета объектов имущества и земель со стороны государства в лице органов государственной власти, имеющих компетенции в данной сфере.

Следующей мерой может являться повышение информационной осведомленности населения в части налогообложения, что может напрямую повысить долю доходов в бюджеты муниципалитетов. Для этого необходимо на сайтах компетентных органов предоставлять актуальную информацию об формировании, исполнении и расходовании бюджетов муниципальных образований. В настоящий момент контрольные и надзорные функции за местными налогами осуществляют территориальные подразделения Федеральной налоговой службы. Данные полномочия необходимо передать органам местного самоуправления, так как они более заинтересованы в формировании местного бюджета. Также к доходам местного бюджета относятся неналоговые доходы, к которым относят доходы от использования имущества, находящегося в муниципальной собственности, доходы от платных услуг, оказываемых муниципальными казенными учреждениями и доходы от продажи материальных и нематериальных активов, административные платежи и сборы, штрафные взыскания, плата за нанесенный ущерб и т.д. Особенности формирования местного бюджета за

счет неналоговых доходов заключаются в проблеме сбора этих доходов, так как их поступления неравномерны и многие источники являются разовыми, что не дает гарантии в стабильности формирования бюджета.

Таким образом, можно отметить, что муниципальные образования имеют достаточно ресурсов для формирования бюджета. Но основным препятствием для эффективного формирования местного бюджета является незаинтересованность местных властей в сокращении средств дотационного характера из вышестоящих бюджетов Российской Федерации.

Использованные источники:

1. Конституция Российской Федерации. Принята всенародным голосованием 12.12.1993 (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ, от 05.02.2014 N 2-ФКЗ, от 21.07.2014 N 11-ФКЗ) // Собрание законодательства РФ, - 04.08.2014, - N 31, - ст. 4398;
2. Федеральный закон от 6 октября 2003 г. N 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» (ред. от 15.02.2016) // Собрание законодательства РФ, - 06.10.2003, - N 40, - ст. 3822;
3. Фадеев В.В, Комарова В.В, Дорощенко Е.Н. Муниципальное право. Учебник для бакалавров. М.: Проспект. - 2015. -336 с.

Аминов С.Н.

студент 3 курса

юридический факультет

Суфьянова Е.З.

научный руководитель, ассистент

кафедра конституционного и муниципального права

СФ БашГУ

Россия, г. Стерлитамак

ПРОБЛЕМЫ С КАДРАМИ В ОРГАНАХ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ

АННОТАЦИЯ

В данной статье рассматриваются проблемы обеспечения кадрами в органах местного самоуправления.

ABSTRACT

In this article staffing problems in local governments are considered.

Ключевые слова: Муниципальная служба, органы местного самоуправления, повышение квалификации муниципальных служащих, муниципальная кадровая политика, уровень профессионального образования муниципальных служащих.

Keywords: Municipal service, local governments, professional development of municipal employees, municipal personnel policy, level of professional education of municipal employees.

Эффективность муниципального управления напрямую зависит от компетентности муниципальных служащих и проводимой кадровой политики в муниципальном образовании. Наличие качественных кадровых ресурсов и правильное управление ими, является условием политической, социальной и экономической стабильности граждан, проживающих на территории муниципального образования.

Затронем несколько проблем, касающихся кадрового обеспечения органов местного самоуправления. Первая проблема касается непосредственно разработки и реализации концепций кадровой политики на муниципальном уровне. В совокупности муниципальная кадровая политика является составным элементом государственной кадровой политики. Различие состоит в том, что муниципальная кадровая политика адаптирована на выполнение конкретных задач, актуальных непосредственно на территории конкретного муниципального образования.

Вторую проблему можно определить, как проблему характеристики кадрового обеспечения. Состоит она из количественных и качественных параметров кадрового состава, которые есть в распоряжении органов местного самоуправления. Количественная сторона определяется численностью персонала данного муниципального органа, его распределением в структуре органов муниципальной службы, степенью обеспечения кадрами, количеством вакантных мест, текучестью кадров. Качественная оценка кадрового потенциала муниципального управления складывается из показателей уровня профессионального образования, специализации занимаемых должностей муниципальной службы, стаж работы в органах МСУ. Существует еще такая проблема, как уровень профессионального образования муниципальных служащих. Опыт последних лет в системе местного самоуправления в Российской Федерации показывает, что эффективность управленческих решений, что в свою очередь зависит от профессионального уровня муниципальных служащих, в последнее время начинает постепенно повышаться.

Как показывает практика, основными причинами увольнения муниципальных служащих после нескольких месяцев связана с расхождением ожиданий работников от работы в муниципальных органах и реальным положением дел в ней. Поэтому важнейшей задачей на начальном этапе является создание условий для скорейшей адаптации новых кадров в органах местного самоуправления.

Большое количество проблем, возникающих у работника на старте работы, могла бы решить специальная процедура ознакомления нового сотрудника с организацией.

На мой взгляд, программа адаптации молодых сотрудников, с использованием технологий наставничества, стали бы эффективным инструментом в решении данной проблемы. В этой связи перед

руководителями администраций стоит важная задача – управление и оказание действенной помощи в профессиональной адаптации молодого сотрудника к требованиям муниципальной службы.

Осуществление программы поможет решить следующие задачи:

- 1) Более быстрая адаптация к профессиональной деятельности.
- 2) Предотвращение конфликтов при слиянии с организационной структурой и организационной культурой администрации.
- 3) Формирование у молодых кадров устойчивого положительного мнения об администрации и действующим в ней правилам и стандартам.
- 4) Приобретение и закрепление интереса к работе.
- 5) Накопление трудового опыта, доработка профессиональных навыков.
- 6) Налаживание деловых и личных контактов с коллегами.
- 7) Включение в общественную деятельность, появление интереса не только к личным достижениям, но и заинтересованность в достижениях организации.

Создание квалифицированного кадрового состава в органах местного самоуправления должно стать важным ориентиром развития муниципальной службы. Не стоит так же забывать об активном внедрении инновационных методов кадровой работы на муниципальной службе. Особого внимания заслуживает задача по омоложению муниципальных кадров. Обеспеченность муниципальных органов талантливым молодыми специалистами способствует преемственности поколений, ротации кадров, повышению конкуренции, подготовки и карьерному росту трудящихся на муниципальной службе.

Использованные источники:

1. Конституция Российской Федерации. Принята всенародным голосованием 12.12.1993 (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ, от 05.02.2014 N 2-ФКЗ, от 21.07.2014 N 11-ФКЗ) // Собрание законодательства РФ, - 04.08.2014, - N 31, - ст. 4398;
2. Федеральный закон от 6 октября 2003 г. N 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» (ред. от 15.02.2016) // Собрание законодательства РФ, - 06.10.2003, - N 40, - ст. 3822;
3. Фадеев В.В, Комарова В.В, Дорощенко Е.Н. Муниципальное право. Учебник для бакалавров. М.: Проспект. - 2015. -336 с.

Аминов С.Н.
студент 3 курса
юридический факультет
Суфянова Е.З.
научный руководитель, ассистент
кафедра конституционного и муниципального права
СФ БашГУ
Россия, г. Стерлитамак

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МУНИЦИПАЛЬНЫХ СЛУЖАЩИХ

АННОТАЦИЯ

В настоящей статье проводится анализ состояния проводимой работы муниципальными служащими, дали общую оценку эффективности работы муниципальных служащих, выделили некоторые проблемы эффективности и их решения.

ABSTRACT

In this article the analysis of a condition of the carried-out work as local government officers is carried out, have given overall assessment to overall performance of local government officers, have allocated some problems of efficiency and their decision.

Ключевые слова: муниципальный служащий, муниципальная служба, эффективность муниципального служащего, оценка деятельности муниципального служащего, муниципальное образование, местное самоуправление.

Keywords: local government officer, municipal service, efficiency of the local government officer, assessment of activities of the local government officer, municipality, local self-government.

В Российской Федерации муниципальная служба имеет особое значение в местном самоуправлении. Чтобы муниципальные служащие вносили свой вклад в работу всего механизма местного самоуправления, необходим системный подход к организации и контролю над работой муниципальных служащих. Одним из подходов можно рассматривать оценку эффективности работы муниципальных служащих, которая определяет состояние и качество всей системы местного самоуправления.

Эффективность муниципального служащего определяется, как максимальная работоспособность, результативность и качество выполняемой работы, учитывая специфику службы. Специфика муниципальной службы в большей мере состоит в том, что работа непосредственно ведется с людьми, при максимальном прямом контакте, независимо от должности муниципального служащего. Поэтому эффективность работы муниципального служащего можно оценивать только с учетом ее специфики.

Выделим некоторые проблемы, препятствующие эффективной работе муниципальных служащих. Во-первых, низкая заработная плата, которая иногда граничит с прожиточным минимумом. В среднем заработная плата среднестатистического муниципального служащего достигает 8 тысяч рублей. Недостаток финансирования влияет на качество работы персонала, а также на популярность среди молодёжи. При этом в среднем в муниципальном районе около 700 человек молодых людей, возраст которых от 18 до 30 лет. Текущая кадровая ситуация слишком низкая, что может стать причиной коррумпированности местного органа самоуправления и его бюрократизации. Во-вторых, существует проблема кадровой подготовки для муниципальных служащих. Зачастую должность или звание прописано лишь на бумаге без прохождения соответствующей переподготовки. Например, молодой специалист в области финансов, вернувшись в сельское поселение может работать в отделе землеустройства или работать с молодёжью. В-третьих, недостаток кадров. В настоящее время, следует ввести поощрительные меры для особо отличившихся в своей работе, награждая их как материально, так и символически. Также важно повышать квалификацию муниципальных служащих, с тем, чтобы они предоставляли качественные услуги. Также нужно вести ежегодное повышение квалификации сотрудников, в особенности стоит уделить внимание рядовым сотрудникам, молодёжи и старикам. Проводить повышение квалификации максимально строго. Привлечение молодых кадров должно стать одним из приоритетных направлений деятельности отдела кадров. Важно привлекать студентов, прибывающих на производственную практику, давая им рабочее место по специальности.

Для привлечения финансирования следует усилить работу отдела финансов в сфере привлечения спонсоров и партнеров из коммерческого сектора. В связи с этим для муниципальных служащих важно проводить ежегодные курсы тренингов, направленных на обучение муниципальных служащих правильному маркетингу и PR- менеджменту. Однако сегодня ведется работа государства по предотвращению проблем в области муниципальной службы. Предстоящие выборы депутатов сельских поселений весьма облегчают работу муниципальных служащих, при этом улучшается качество оценки эффективности работы муниципальных служащих.

Использованные источники:

1. Конституция Российской Федерации. Принята всенародным голосованием 12.12.1993 (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ, от 05.02.2014 N 2-ФКЗ, от 21.07.2014 N 11-ФКЗ) // Собрание законодательства РФ, - 04.08.2014, - N 31, - ст. 4398;
2. Федеральный закон от 6 октября 2003 г. N 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» (ред. от 15.02.2016) // Собрание законодательства РФ, - 06.10.2003, - N 40, - ст. 3822;

3. Фадеев В.В, Комарова В.В, Дорощенко Е.Н. Муниципальное право. Учебник для бакалавров. М.: Проспект. - 2015. -336 с.

*Аминов С.Н.
студент 3 курса
юридический факультет
Суфьянова Е.З.
научный руководитель, ассистент
кафедры конституционного и муниципального права
СФ БашГУ
Россия, г. Стерлитамак*

АТТЕСТАЦИЯ МУНИЦИПАЛЬНЫХ СЛУЖАЩИХ АННОТАЦИЯ

В данной статье рассматривается современный этап развития системы государственного и муниципального управления процедуры аттестации муниципальных служащих, которая зарекомендовала себя как неэффективная и требует создания концептуального нового механизма ее осуществления.

ABSTRACT

In this article the present stage of development of system of the public and municipal authority of procedure of certification of local government officers which has proved as inefficient is considered and requires creation of the conceptual new mechanism of its implementation.

Ключевые слова: аттестация, муниципальные служащие, аттестационный центр, подбор персонала, анализ и эффективность деятельности муниципального служащего.

Keywords: certification, local government officers, certification center, personnel recruitment, analysis and efficiency of activities of the local government officer.

Федеральный закон от 02.03.2007 № 25-ФЗ «О муниципальной службе в Российской Федерации» не содержит определения термина «аттестация». В общем, исходя из самой процедуры проведения аттестации муниципального служащего, аттестация - это производимая в установленном порядке проверка квалификации и деловых качеств муниципальных служащих, их профессиональной подготовки и соответствия замещаемой должности путем периодической оценки знаний, опыта, навыков, результатов, деятельности и способностей к выполнению конкретных функций муниципальной службы по замещаемой должности. При этом данная процедура призвана способствовать совершенствованию деятельности органов местного самоуправления по подбору, повышению квалификации и расстановке муниципальных служащих. Однако на современном этапе развития системы государственного и муниципального управления возникают следующие проблемы, снижающие

эффективность процедуры аттестации:

– Некомпетентность руководителей и работников кадровых служб муниципальных образований.

– Несовершенство основных критериев оценки муниципальных служащих.

– Недостаточное использование результатов аттестации.

– Формальное отношение к аттестации аттестуемых и аттестационной комиссии.

Выше перечисленные проблемы может решить создание регионального аттестационного центра муниципальных служащих. Региональный аттестационный центр муниципальных служащих должен быть независимой некоммерческой организацией, цель которой – определение соответствия муниципального служащего замещаемой должности муниципальной службы.

Данный орган будет способствовать формированию кадрового состава муниципальной службы, повышению профессионального уровня муниципальных служащих. В состав независимой аттестационной комиссии должны входить следующие категории независимых экспертов:

– Представители научных и образовательных учреждений;

– Представители регионального органа исполнительной власти;

– Представители регионального законодательного органа власти;

– Представители органа местного самоуправления муниципальных образований;

– Представитель выборного органа профсоюзной организации со стороны органа местного самоуправления направившего сотрудника на аттестацию или юрист со стороны органа местного самоуправления со стороны органа местного самоуправления направившего кандидата на прохождение собеседования при наличии свободного вакантного места в соответствии со штатным расписанием.

Каждая аттестационная комиссия регионального аттестационного центра должна состоять из председателя, заместителя председателя, секретаря и членов аттестационной комиссии из всех категорий выше перечисленных независимых экспертов. Все члены аттестационной комиссии при принятии решений должны обладать равными правами. Заседание аттестационной комиссии должно считаться правомочным, если на нем присутствует не менее двух третей от общего числа членов аттестационной комиссии.

Алгоритм работы:

1. При принятии на работу муниципального служащего. Кандидат на вакантное место муниципального служащего проходит предварительное собеседование непосредственно в муниципальном образовании. При положительном результате предварительного собеседования кандидат получает направление в региональный аттестационный центр для выявления уровня его образования и профессиональных знаний. Выявление уровня образования и профессиональных знаний кандидата проходит в два этапа на

основе балльных оценок. Первый этап – тестирование. При успешном его прохождении, второй этап – собеседование. Тестирование предполагает под собой выявление знаний и компетенций по профилю вакантной должности. Собеседование – выявление степени профессионального уровня кандидата. При этом кандидат должен представить свое портфолио. Портфолио должно иметь следующую структуру: а) Общие сведения о кандидате; б) Результаты деятельности кандидата (если имеются); в) Внеурочная деятельность кандидата (если имеется); г) Научно-методическая деятельность кандидата (если имеется). После прохождения испытаний аттестационная комиссия дает свое письменное экспертное заключение – согласие или отказ на поступление на вакантную должность согласно штатному расписанию муниципального образования.

2. Аттестация муниципальных служащих. Муниципальные служащие должны будут проходить аттестацию согласно графику расписания аттестации 1 раз в три года. В данном случае аттестация проходит так же в два этапа – тестирование и собеседование на основе балльных оценок. Тестирование – выявление знаний и компетенций по профилю занимаемой должности. Собеседование – выявление степени профессионального уровня кандидата, его мотивации, личностного и карьерного роста. При этом кандидат должен представить свое портфолио. Портфолио должно иметь следующую структуру: а) Общие сведения о муниципальном служащем; б) Результаты деятельности муниципального служащего; в) Внеурочная деятельность муниципального служащего; г) Научно-методическая деятельность муниципального служащего (если имеется); д) Отзыв руководителя подразделения с указанием руководителя соответствующего подразделения органа местного самоуправления, муниципального органа, ответственного за представление отзыва. После прохождения испытаний аттестационная комиссия дает свое письменное экспертное заключение: Успешное прохождение аттестации; — Прохождение аттестации с замечаниями с выделением сроков перееаттестации (формат – тестирование, собеседование или тестирование плюс собеседование); — Неудовлетворительное прохождение аттестации.

3. Сокращение рабочих мест в муниципальном образовании. При сокращении рабочих мест в муниципальном образовании региональный аттестационный центр поможет выявить в его структуре слабое звено и сократить действительно малоэффективного сотрудника. При этом возможны два варианта событий: а) составление ранжированных рядов совокупных баллов экспертных оценок предыдущей аттестации муниципальных служащих от большего к меньшему; б) полная или частичная перееаттестация муниципальных служащих (тестирование, собеседование или тестирование плюс собеседование) и составление по их результатам ранжированных рядов совокупных баллов экспертных оценок предыдущей аттестации муниципальных служащих от большего к меньшему. Таким образом, создание регионального

аттестационного центра позволит решить многие проблемы эффективности процедуры аттестации муниципальных служащих.

Использованные источники:

1. Федеральный закон от 6 октября 2003 г. N 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» (ред. от 15.02.2016) // Собрание законодательства РФ, - 06.10.2003, - N 40, - ст. 3822;
2. Фадеев В.В, Комарова В.В, Дорощенко Е.Н. Муниципальное право. Учебник для бакалавров. М.: Проспект. - 2015. -336 с.

*Ахметов Р.Р.
студент 2 курса
юридический факультет
Чернова Э.Л., к.юр.н.
доцент*

*«Гражданского права и процесса»
Стерлитамакский филиал БашГУ*

Республика Башкортостан, г. Стерлитамак

**ПРОБЛЕМЫ, СВЯЗАННЫЕ С ПРИМЕНЕНИЕМ
ВИНДИКАЦИОННОГО ИСКА**

Ключевые слова: гражданское право, виндикационный иск, проблемы виндикационного иска, предмет иска, предмет спора, истец виндикационного иска.

Key words: civil law, replevin, problems of vindication, the subject of the claim, the subject of the dispute, the plaintiff medicationno claim.

Виндикационный иск является одним из самых распространенных способов защиты прав собственности. В гражданском праве определены главные условия, для предъявления виндикационного иска: истец должен быть собственником вещи или титульным владельцем, вещь выбыла у собственника против его воли, вещь сохранилась в натуре и находится во владении у другого лица.

При предъявлении виндикационного иска надо учитывать, что если вещь попала к добросовестному владельцу, который не знал, что вещь принадлежит другому лицу и если это имущество приобретено на возмездных оснований, то иск не будет удовлетворен согласно ст. 302ГК РФ.

Не всегда получается в суде доказать за собой право собственности на определенную вещь в силу определенных обстоятельств. В судебной практике известно множество случаев, когда не удается установить за собой право собственности. Например, истец обратился в суд за признанием права собственности на долю складского бокса в кооперативе и просил истребовать долю бокса из чужого владения, но у него не получилось доказать за собой право собственника. Суд не нашел основания для удовлетворения требований истца, указав на отсутствие доказательств, так как истец не доказал что умершая супруга являлась собственником и уплатила паевой взнос. В

качестве доказательства он предоставил квитанцию об оплате. Квитанция не указывала на факт приобретения бокса наследодателем, также в квитанции не было указано номер бокса и дата внесения взноса. Даже признание исковых требований ответчика в части своей доли не послужило отменой решения суда, так как согласно ст.39 ГПК РФ суд не принимает отказ истца от иска, признание иска ответчиком и не утверждает мировое соглашение сторон, если это противоречит закону или нарушает права и законные интересы других лиц.

Между многими научными деятелями возникает вопрос, что же является предметом иска. Некоторые считают, что это индивидуально определенная вещь, а другие - исковое требование.

Ю.К.Толстой считает, что можно разграничить предмет виндикационного иска и предмет спора по данному иску. Предметом иска будет являться требования возратить вещь, а предметом спора сама вещь.³³ Представляется, что выделение предмета спора по иску правомерно, так как предъявление иска возможно только когда есть спорная вещь, которую просит возратить истец.

Проблемой, связанной с предъявлением виндикационного иска является сам предмет спора. Предметом спора может являться родовая вещь, обладающая индивидуализированным признаком. Е.А. Суханов, говоря о классификации вещей, выделяет, что только признак индивидуальной определенности дает возможность применять виндикационный иск.³⁴ Пример из судебной практики, в один из Московских районных судов обратился с виндикационным иском истец на сособственника складского помещения, который на протяжении трех месяцев сдавал помещение в аренду, принадлежащую им на праве совместной долевой собственности. В качестве оплаты сособственник получил 500 килограмм пшеницы фуражной. Соответственно истец просит истребовать имущество из чужого незаконного владения. Пшеница не является индивидуально определенным предметом, значит, не известен предмет данного спора. И признать право собственности на пшеницу не возможно. Но суд удовлетворил иск и часть муки перешла в собственность первого сособственника.

Учитывая выше сказанное можно сделать вывод, что не всегда получается использовать эффективно виндикационный иск в целях защиты прав собственности. Для решение некоторых проблем необходимо внести изменения и дополнения в сфере виндикационных исков в гражданском законодательстве.

Использованные источники:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации часть первая от 30 ноября 1994 г. N 51-ФЗ.
2. Учебник / Отв. ред. проф. Е. А. Суханов. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.:

³³ Ю.К.Толстой. Содержание и гражданско-правовая защита прав собственности. С.122.

³⁴ Учебник / Отв. ред. проф. Е. А. Суханов. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Издательство БЕК, 1998. -816с

Издательство БЕК, 1998. -816с

3. Ю.К.Толстой. Содержание и гражданско-правовая защита прав собственности. С.122.

4. Ефимова Л.Г. О соотношении вещных и обязательственных прав. 1988.

Берекенова Е.В.

магистрант гр. ЮКПЗм-141

ФГАОУ ВО «Волгоградский государственный университет»

Россия, г. Волгоград

КОНСТИТУЦИОННАЯ НОРМА О ЕДИНСТВЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА В СИСТЕМЕ ПРИНЦИПОВ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Формирование и развитие законодательства о предпринимательской деятельности происходит по пути объединения норм, закрепленных в различных по своей правовой природе нормативных актах, но образующих в итоге единое целое. В правовой литературе подчеркивается, что такое развитие должно проходить на основе соблюдения определенных принципов. Ряд основополагающих принципов регулирования предпринимательской деятельности закрепляет Конституция Российской Федерации.

Первым следует назвать принцип свободы осуществления предпринимательской деятельности. Нужно отметить, что данный принцип провозглашается в двух статьях - ст. 8 и 34 Основного закона.

Согласно п. 1 ст. 34 Конституции РФ каждый имеет право на свободное использование своих способностей и имущества для предпринимательской и иной не запрещенной законом экономической деятельности. Этот тезис анализируется первым, поскольку он единственный называет субъекта предпринимательской деятельности посредством использования категории «каждый».

Некоторые авторы полагают, что данный термин используется в анализируемой статье в широком значении, включая в себя граждан России, иностранных граждан, лиц с двойным гражданством, юридических лиц, предпринимателей. Основанием для подобных выводов послужило Определение Конституционного Суда от 1 марта 2001 г. № 67-О, в котором к числу объединений (юридических лиц), обладающих по своей правовой природе правом на занятие предпринимательской деятельностью, отнесены акционерные общества и иные хозяйственные товарищества и общества. Определением Конституционного Суда от 6 декабря 2001 г. № 310-О эта правовая позиция была распространена на любых субъектов любых форм собственности.

Содержание главы 2 раздела первого Конституции РФ и ее название - «Права и свободы человека и гражданина» - не позволяют, на наш взгляд, придавать термину «каждый» широкое значение. Конституция определяет правовой статус и регламентирует отношения только между человеком

(гражданином) и государством (местным самоуправлением). Гражданам предоставлено право на объединение, правовой статус которого не регулируется Основным законом. В отдельных положениях называются виды объединений и подразумевается их самостоятельное существование, отличное от граждан и государственных (местных) структур. Так, общественные объединения равны перед законом, свобода деятельности общественных объединений гарантируется (ст. 13, 30); религиозные объединения отделены от государства и равны перед законом (ст. 14).

Основы правового положения юридических лиц (иных организаций как субъектов права) в Основном законе не получили закрепления. Такой подход законодателя не соответствует современной правовой реальности, и потому Конституционный суд вынужден обосновывать основы правового статуса юридических лиц посредством права граждан на объединения.

Второй нормой, закрепляющей принцип свободы предпринимательской деятельности, является правило п. 1 ст. 8, посвященное общим принципам экономической деятельности. Такое двойное закрепление в одном правовом акте одного и того же основополагающего начала противоречит основам правотворчества. Чем же обусловлена его необходимость?

Сравним формулировки этих двух норм. Статья 8 провозглашает свободу экономической деятельности, ст. 34 - право на свободное использование способностей для экономической, в т.ч. предпринимательской деятельности. Очевидно, что говорить о способностях можно только применительно к человеку, т.е. физическим лицам. Помимо этого признака из анализа следуют и другие, позволяющие сделать вывод о различном круге субъектов - адресатов анализируемых статей. В частности, в ст. 34 акцент делается, прежде всего, на предпринимательскую деятельность и лишь затем упоминается иная - экономическая, в то время как в ст. 8 говорится об экономической деятельности в целом, а ее осуществление включает не только использование имущества и способностей. Указанные обстоятельства свидетельствуют о более широком круге субъектов экономической деятельности, подразумеваемом в ст. 8 Конституции.

Принцип многообразия и юридического равенства форм собственности закрепляется в ряде статей Конституции РФ (ст. 9, 34, 35, 36), прежде всего, в ст. 8, согласно которой в Российской Федерации признаются и защищаются равным образом частная, государственная, муниципальная и иные формы собственности.

Конституция фактически говорит о двух типах собственности: 1) частной - индивидуальной и коллективной (ч. 2 ст. 35); 2) публичной - государственной (федеральной и принадлежащей субъектам РФ) и муниципальной.

Здесь следует отметить, что в теории и на практике категория собственности нередко характеризуется с позиции «форм», «видов», «типов». При этом взгляды ученых и практиков также нередко не только не совпадают,

но и являются диаметрально противоположными.

В правовой литературе получила поддержку позиция, согласно которой провозглашение в ч. 2 ст. 8 Конституции РФ частной, публичной (государственной и муниципальной) и иных форм собственности имеет в виду экономические, а не юридические категории, следовательно, закрепленный в Конституции принцип тоже носит экономический, а не юридический характер. Невозможность обеспечить равенство всех форм собственности в юридическом смысле обосновывается следующим образом. В государственной собственности может находиться любое имущество, в т.ч. изъятое из оборота; государство может приобретать имущество в собственность такими способами (налоги, сборы, пошлины, реквизиция, конфискация, национализация), которых лишены граждане и юридические лица. С другой стороны, юридические лица и публично-правовые образования отвечают по своим долгам всем своим имуществом, а граждане - за установленными законом изъятиями. Таким образом, ч. 2 ст. 8 Конституции РФ говорит о признании и равной защите, но не о равенстве различных форм собственности.

При этом частная форма собственности (присвоения) и в конституционном понимании является общим, собирательным понятием для присвоения (собственности) любых частных (негосударственных, непубличных) лиц, в этом смысле противостоящим публичному или общественному присвоению (государственной и муниципальной (публичной) собственности).

Как представляется, понятия частной и публичной собственности явились результатом их закрепления в Конституции и Гражданском кодексе РФ в качестве основополагающих принципов в период возвращения в юриспруденцию категорий частного и публичного права. При этом понятие частного лица не получило закрепления ни в одном нормативном акте. Сложилось и до сих пор существует в теории и на практике двойственное понимание «частного лица»: при противопоставлении государственным органам и должностным лицам - оно включает в себя и граждан, и юридических лиц, при противопоставлении юридическим лицам - только граждан.

Изложенное снова подталкивает к выводу о необходимости закрепления в Конституции основ правового статуса юридических лиц в экономическом государстве, дабы комментаторам и правоприменителям не приходилось под «человеком и гражданином» посредством переходника «их объединения» понимать также различные правовые инструменты организации социальной и экономической жизни общества.

Предпринимательская деятельность может осуществляться на основе любой собственности (за исключением, пожалуй, личной).

Принцип единства экономического пространства раскрывается как «свободное перемещение товаров, услуг и финансовых средств» на всей

территории Российской Федерации (ст. 8 Конституции РФ). В русском языке слово «единство» имеет несколько значений. В данном случае подразумевается «цельность, сплоченность» явления, которую можно определить как количественную множественность однородных элементов, характеризующихся сходными или аналогичными качественными характеристиками (количественная множественность, объединенная единым качеством).

Текст Конституции не позволяет толковать единство экономического пространства как свободу перемещения товаров в связи с тем, что данные словосочетания называются через запятую в списке прочих гарантий, указанных в ст. 8 Основного закона. Кроме того, представляется неверным отождествление единства и свободы перемещения, с одной стороны, а также экономического пространства и товаров, услуг, финансовых средств, с другой. Данная логика находит свое подтверждение в ряде международных соглашений, в частности, Договоре о Евразийском экономическом союзе (Астана, 29 мая 2014 г.), Соглашении о формировании Единого экономического пространства (Ялта, 19 сентября 2003 г.).

В названных документах термин «пространство» явно определяется через количественную множественность качественно однородных элементов. Термин «пространство» выражается посредством базовой категории «территории» и надстроечных элементов, присущих этой территории - механизмов регулирования экономики. Ни о каком единстве не может идти речь, если объединять различные пространства, т.е. территории с различными правовыми режимами экономических отношений.

Данный анализ подводит к выводу, что принцип, закрепленный в Российской Конституции, также подразумевает объединение нескольких элементов. Вероятнее всего, имеются в виду территории субъектов Российской Федерации и более мелкие территории муниципальных образований. На этих территориях правовые механизмы регулирования экономических отношений могли бы различаться, поскольку Конституцией к компетенции РФ отнесено лишь установление правовых основ единого рынка. При этом гражданское законодательство, финансовое, валютное, кредитное, таможенное регулирование, денежная эмиссия, основы ценовой политики, федеральные экономические службы также являются исключительной компетенцией РФ. То есть существование «неединого» рынка априори исключается.

Следующие анализируемые принципы-гарантии Основного закона направлены на обеспечение свободы экономической деятельности и перемещения товаров, услуг и финансовых средств. Они оба указаны в ст. 8 Конституции РФ, однако речь идет о различных явлениях.

Сравнительный анализ «свободы экономической деятельности» и «свободного перемещения товаров» приводит к ряду выводов. Во-первых, перемещение товаров является частью экономической

(предпринимательской) деятельности ее субъектов, т.е. эти действия соотносятся определенным образом. В связи с этим интерес представляет анализ особенностей правового регулирования этих взаимосвязанных действий, выявление общего и различий.

Во-вторых, термин «свобода» свидетельствует об установлении правового режима осуществления соответствующих действий - о закреплении правомочности субъекта и обязанности другого лица.

Закрепление свободы перемещения товаров действительно свидетельствует об установлении правового режима осуществления экономической деятельности. Это обстоятельство прослеживается в уже названных международных договорах РФ. Вспомним основы создания единого экономического пространства: механизмы регулирования экономики должны базироваться на единых принципах, обеспечивающих свободное движение товаров, услуг, капитала и рабочей силы - в Соглашении о формировании Единого экономического пространства; механизмы регулирования экономики, инфраструктура и налоговая, денежно-кредитная, валютно-финансовая, торговая и таможенная политика должны обеспечивать свободное движение товаров, услуг, капитала и рабочей силы - в Договоре о Таможенном союзе и Едином экономическом пространстве.

Закрепление свободы перемещения товаров свидетельствует об установлении правового режима как осуществления экономической деятельности, так и ее регулирования: законодатель таким образом закрепляет право субъектов экономической деятельности на осуществление любых действий по перемещению товаров по территории государства, и обязанность иных лиц, способных влиять на товародвижение, не воспрепятствовать такому перемещению. В качестве обязанных лиц выступают как лица частного права, физические и юридические, участвующие в товарообороте, так и публичного - должностные лица государственных и муниципальных органов. Применительно к обеспечению права предпринимателей на свободное перемещение товаров в ст. 74 Конституции акцент явно сделан на второй категории лиц - чиновниках государственного и муниципального аппарата, поскольку речь идет об установлении таможенных границ, пошлин, сборов и каких-либо иных препятствий для свободного перемещения товаров, услуг и финансовых средств на территории Российской Федерации. Исключительное право на установление ограничений предоставлено только федеральному законодателю и только для достижения определенных целей (п. 2 ст. 74 Конституции РФ).

Закрепление свободы экономической деятельности свидетельствует об установлении правового режима осуществления всей деятельности, а не только ее отдельной составляющей, связанной с перемещением товаров. Свобода перемещения товаров составляет только часть этого правового режима.

Берекенова Е.В.
магистрант гр. ЮКПЗм-141
ФГАОУ ВО «Волгоградский государственный университет»
Россия, г. Волгоград

ПОНЯТИЕ И ЗНАЧЕНИЕ ПРИНЦИПА ЕДИНСТВА ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА РФ

Единство экономического пространства Российской Федерации – один из принципов экономических основ конституционного строя, предполагающий, что Российская Федерация представляет собой состоящее из территорий ее субъектов пространство, на котором экономически функционируют однотипные механизмы регулирования экономики, основанные на рыночных принципах и применении гармонизированных правовых норм, которые также предполагают единую инфраструктуру и проведение единой налоговой, денежно-кредитной, валютно-финансовой, торговой и таможенной политики, обеспечивающей свободное движение товаров, услуг, капитала и рабочей силы.

Термин «экономическое пространство» широко применяется в различных контекстах. В политическом понимании это так называемое единое экономическое пространство в пределах СНГ, под этим имеется в виду общность рынка, единая валюта, устранение таможенных барьеров. В социальном контексте единое экономическое пространство отражает единую социальную базу, выравнивание темпов развития отдельных регионов и даже государств (Союз Белоруссии и России).

Сегодня России, интегрирующейся в мировую экономику, необходимо решить ряд собственных важных проблем, в том числе укрепить государственное единство, с тем чтобы процесс интеграции осуществлялся единым государством, а не группой разрозненных регионов со слабыми внутренними связями. Сегодня остро стоит проблема федерализма как решение судьбы экономических реформ и перспектива вхождения страны в глобальное экономическое пространство. Иначе говоря, необходимо обеспечить внутреннее единство государственной экономики и как следствие - мощь всей страны. В этой связи одна из актуальных проблем - обеспечение конституционного принципа единства экономического пространства.

Единство экономического пространства как некая основа государства должно цементировать отношения между субъектами внутри федеративного государства. Между тем, как показывает практика, отсутствие единого понимания содержания данного принципа государственными органами на федеральном уровне и региональными властями весьма осложняет взаимоотношения центра и регионов.

Представляется обоснованным мнение, что содержание ст. 8 Конституции необходимо рассматривать в единстве со ст. 74, где установлен запрет на введение таможенных границ, пошлин, сборов, препятствующих перемещению денежных средств, товаров и услуг на территории РФ, однако

федеральные власти понимают данное положение шире - как запрет на дифференциацию налогового бремени в субъектах федерации для предприятий, находящихся на территории субъекта, ограничивая право последнего на регулирование налоговой сферы. Налоговые полномочия субъектов РФ с каждым годом сокращаются, т.е. в настоящее время идет тенденция усиления экономической зависимости регионов от центральной власти, которая практически не оставляет свободных средств в регионах, а перераспределяет их по своему усмотрению.

Сейчас потенциал развития России заложен именно в регионах, в децентрализации управления экономикой, и, поскольку Россия пошла по пути федерализма, то необходимо обеспечивать развитие регионов, а не кормить их бюджетными подачками. В литературе справедливо отмечается, что мир постепенно уходит от сосредоточения концентрации властных и финансовых ресурсов на вершине государственной пирамиды. Высокий уровень централизации не адекватен ни индустриально развитому, ни постиндустриальному обществу. Ослабление централизма не означает ослабление государства.

Важным последствием бюджетного кризиса, обострившегося в 1998 году, стало ужесточение дисциплины в сфере государственных финансов, причем центральное правительство предприняло ряд мер, которые в итоге способствовали повышению централизации бюджетной системы (например, переход на централизованную казначейскую систему исполнения бюджетов всех уровней). Хотя в документах, принятых Правительством России по поводу реформирования межбюджетных отношений, указывались чуть ли не противоположные приоритеты. Ускорился процесс законодательного закрепления основ бюджетных и налоговых отношений. В 1998 г. были приняты Бюджетный кодекс и первая часть Налогового кодекса Российской Федерации, унифицировавшие отношения в налоговой сфере между уровнями власти и управления и бюджетный процесс.

Согласно Конституции и федеральному законодательству можно выделить следующие основные механизмы согласования федеральных и региональных интересов:

- участие субъектов Федерации в процессе принятия федеральных законов;
- правотворческая инициатива властей субъектов Федерации;
- заключение договоров и соглашений между федеральными органами власти и органами власти субъектов Федерации;
- создание и работа консультативных, совещательных и координационных органов и учреждений;
- иные согласительные процедуры во взаимодействии федеральных и региональных властей.

Это, несомненно, так: такие возможности отечественным законодательством предусмотрены. Но они никак не обеспечены ни

процедурно, ни с помощью соответствующих конституционных гарантий. Требуется дополнительное толкование соотношения конституционных норм, принятие разъясняющих и дополняющих законов. Большинство положений отечественной Конституции, касающихся федеративного устройства, просто не могут иметь прямого действия, в их применении важное значение начинает играть усмотрение конкретных политических деятелей, законодателей и правоприменителей, подчас даже большее значение, чем сами статьи Конституции. А практика толкования положений Конституции Конституционным Судом (подчас вопреки самой Конституции, как фактически было с «делом о назначении губернаторов») и принятия федеральных законов последовательно проводит в жизнь сугубо авторитарно-централизованное понимание взаимоотношения центральных и региональных (местных) властей.

О согласовании взаимодействия как о таковом в подобной схеме речи не идет. Невозможно воспринимать как попытки создать подобные механизмы создание Государственного совета при Президенте России, советов при полномочных представителях Президента Российской Федерации в федеральных округах. Их работа представляет собой не согласование интересов, а координацию командного типа. С учетом изменения порядка принятия должности главами субъектов Федерации эти структуры стали административным органом, в рамках которого президент (полномочные представители президента) взаимодействует с подчиненными (губернаторами).

Наконец, необходимо адекватное финансово-экономическое обеспечение региональной политики, управления социально-экономическим развитием. Здесь важную роль сегодня может сыграть в том числе и централизованное государственное финансирование за счет средств профицита федерального бюджета. Его полезный эффект должен распределяться по всей бюджетной вертикали в виде наращивания инвестиционных расходов бюджета. Наиболее перспективным с точки зрения расходования имеющихся значительных бюджетных ресурсов является их аккумуляция в целевых Фондах регионального развития с целью финансирования мероприятий регионального социально-экономического развития. Именно такая сеть фондов и могла бы стать экономической «подложкой» реализации политики регионального социально-экономического развития, разрабатываемой согласованно органами публичной власти и управления всех уровней.

Как видим, принцип единства экономического пространства приобретает смысл одной из основ общества и государства, которая способствует созданию такой ситуации, когда пребывание в составе федерации одинаково выгодно и субъектам, и самой федерации.

Общезональные реформы продолжают обеспечение экономического роста, но их результативность снижается. Надо искать иные способы

экономического подъема страны. Среди них наиболее эффективным представляется формирование сильной региональной экономики. Таким образом, четкое законодательное урегулирование функционирования региональной и единой экономики - необходимое условие дальнейшего движения вперед по пути становления цивилизованного федерализма.

*Благинина Н.А.
студент*

*Уральский государственный юридический университет
Россия, г. Екатеринбург*

КОНСТИТУЦИОННО-ПРАВОВЫЕ ОСНОВАНИЯ СОЗДАНИЯ КОНСТИТУЦИОННЫХ (УСТАВНЫХ) СУДОВ СУБЪЕКТОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

В статье рассматриваются конституционно-правовые основания создания конституционных (уставных) судов субъектов Российской Федерации. Автором приводятся аргументы в пользу создания такого рода судов, анализируется их правовая природа.

Ключевые слова: конституционное правосудие, конституционные (уставные) суды субъектов Российской Федерации, основания создания конституционных (уставных) судов субъектов Российской Федерации.

CONSTITUTIONAL AND LEGAL BASICS OF CREATION OF THE CONSTITUTIONAL COURTS OF THE SUBJECTS OF THE RUSSIAN FEDERATION

The article is devoted to the constitutional and legal basics of creation of the constitutional courts of the subjects of the Russian Federation. The author argues in favor of the creation of such courts, analyzes their legal nature.

Keywords: constitutional justice, constitutional courts of the subjects of the Russian Federation, basics of creation of the constitutional courts of the subjects of the Russian Federation.

Органы конституционного правосудия – относительно молодой, но постоянно развивающийся институт в государственно-правовой жизни Российской Федерации, без которого уже крайне тяжело представить российскую государственность. Современный конституционализм предполагает наличие в государстве органа конституционного судебного контроля, с тем, чтобы все действующие на его территории правовые нормы были пронизаны буквой и духом Конституции, закрепляющей базовые правовые стандарты и принципы.

В принятом по завершении работы VIII Всероссийского съезда судей Постановлении съезда от 19 декабря 2012 г. «О состоянии судебной системы Российской Федерации и основных направлениях ее развития» сказано: «Незаслуженно вне внимания судейского сообщества остаются

конституционные (уставные) суды субъектов Российской Федерации, которые играют роль дополнительного гаранта прав граждан, в том числе на судебную защиту. Федеральным конституционным законом «О судебной системе Российской Федерации» в отношении конституционных (уставных) судов определена диспозитивная норма, предусматривающая возможность их создания в субъектах Российской Федерации. Однако в большинстве регионов до сих пор конституционные (уставные) суды не созданы» [8].

Верным и точным является высказанное в юридической литературе утверждение: региональное конституционное (уставное) правосудие по своему предназначению призвано решать в субъектах Российской Федерации те же задачи, которые на федеральном уровне возложены на Конституционный Суд России [14, с. 44].

В Российской Федерации реализована европейская модель конституционного правосудия, характеризующаяся созданием самостоятельных судебных органов, специализирующихся на рассмотрении конституционно-правовых споров. Данный вид судебной юрисдикции представлен на двух уровнях – федеральном – Конституционный Суд Российской Федерации и региональном – конституционные (уставные) суды субъектов Российской Федерации.

Социальная необходимость в образовании конституционных (уставных) судов субъектов Российской Федерации обуславливается главным образом теми институциональными задачами, которые ставятся перед ними и разрешаются только ими. В соответствии с частью 1 статьи 27 Федерального конституционного закона от 31 декабря 1996 г. № 1-ФКЗ «О судебной системе Российской Федерации» они могут создаваться субъектом Российской Федерации для рассмотрения вопросов соответствия законов субъекта Российской Федерации, нормативных правовых актов органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления субъекта Российской Федерации конституции (устава) субъекта Российской Федерации, а также для толкования конституции (устава) субъекта Российской Федерации. При этом региональным законодательством могут быть установлены дополнительные полномочия такого рода, если это не повлечет вмешательства в компетенцию федеральных судов. Также региональному законодателю предоставлено право устанавливать порядок наделения судей таких судов полномочиями и порядок рассмотрения отнесенных к их ведению вопросов.

Законодатель в главе 7 «Судебная власть» Конституции Российской Федерации органы конституционного правосудия в субъектах Российской Федерации непосредственно не называет, однако в части 1 статьи 77 предусматривает, что система органов государственной власти субъектов Российской Федерации устанавливается ими самостоятельно в соответствии с основами конституционного строя Российской Федерации и общими принципами организации представительных и исполнительных органов

государственной власти, установленными федеральным законом.

Данное положение не наделяет регионы полномочием создавать собственные суды по своему усмотрению, поскольку судоустройство относится к исключительному ведению Российской Федерации [1, пункт «о» статьи 71], а судебная система страны устанавливается федеральной Конституцией и федеральным конституционным законом [1, часть 3 статьи 118].

Однако во взаимосвязи с Федеральным конституционным законом от 31 декабря 1996 г. «О судебной системе Российской Федерации», который конституционные (уставные) суды (как и мировых судей) относит к органам судебной власти субъектов Российской Федерации, оно на федеральном уровне создает необходимую конституционно-правовую основу для учреждения в каждом регионе собственного органа конституционной судебной юрисдикции.

Предоставляя субъектам Российской Федерации право самостоятельно устанавливать систему органов государственной власти, часть 1 статьи 77 Конституции Российской Федерации непосредственно не указывает, что учреждение судов на региональном уровне должно соответствовать общим принципам организации органов судебной власти, установленным федеральным законом, как это предусмотрено в отношении двух других ветвей государственной власти. Однако данное положение действует не изолированно, а во взаимосвязи с другими конституционными нормами и конкретизирующими их положениями иных нормативных правовых актов.

Так, согласно Конституции Российской Федерации установление общих принципов организации органов государственной власти находится в совместном ведении Российской Федерации и ее субъектов [1, подпункт «н» пункта 1 статьи 72], по этому вопросу издаются законы и принимаемые в соответствии с ними законы и иные нормативные правовые акты субъектов Российской Федерации [1, часть 2 статьи 76].

Конституционные (уставные) суды имеют двойственную правовую природу. С одной стороны они входят в систему органов государственной власти субъектов Российской Федерации. Конституционный Суд Российской Федерации отметил, что такие суды действуют независимо и самостоятельно, что должно учитываться и федеральным законодателем, и законодателем субъекта Российской Федерации при правовом регулировании организации и деятельности данных судов (в том числе при решении вопросов, касающихся их формирования, включая определение порядка наделения полномочиями судей конституционных (уставных) судов, срока полномочий и предельного возраста пребывания в этой должности, оснований и порядка прекращения полномочий) [9].

В то же время, исходя из единства системы государственной власти как основы федеративного устройства страны, они входят в единую судебную систему Российской Федерации, что уже само по себе предполагает

следование общим принципам организации судебной власти в стране, отражающим общепризнанные в демократических государствах стандарты в сфере правосудия. Иное противоречило бы и иным конституционным положениям, определяющим конституционные основы России как демократического федеративного правового государства. Так, Конституционный Суд Российской Федерации, обращаясь к основам статуса региональных судебных органов конституционного (уставного) контроля, неоднократно указывал, что конституционные (уставные) суды субъектов Российской Федерации действуют на основе Конституции Российской Федерации и федеральных законов и не могут рассматриваться в качестве самостоятельной системы судебной власти субъекта Российской Федерации, не входящей в судебную систему Российской Федерации [10, абзац четвертый пункта 2 мотивировочной части Определения].

При этом в соответствии с принципом разделения властей на уровне субъекта Российской Федерации конституционный (уставный) суд субъекта Российской Федерации является самостоятельным конституционным (уставным) органом государственной власти, поскольку учреждается конституцией (уставом) субъекта Российской Федерации, финансируется из бюджета субъекта Российской Федерации, а его решения, вынесенные в пределах его полномочий, в силу части 1 статьи 6 Федерального конституционного закона от 31 декабря 1996 г. «О судебной системе Российской Федерации» являются обязательными для всех органов публичной власти, общественных объединений, должностных лиц, других физических и юридических лиц и подлежат неукоснительному исполнению на всей территории Российской Федерации.

Следует подчеркнуть самостоятельность субъектов Федерации при формировании данных судов. Они вправе учреждать его конституцией (уставом) и упразднять только путем внесения соответствующих поправок в конституцию (устав) [9]. А.А. Петров считает, что из этого следует, что:

1) включение норм о конституционном (уставном) суде в региональный учредительный акт уже само по себе означает его учреждение и порождает обязанность иных органов государственной власти соответствующего субъекта Российской Федерации принять необходимые меры по созданию правовых, организационных, материально-технических условий деятельности конституционного (уставного) суда (в том числе принять закон о таком суде);

2) вопрос об учреждении конституционного (уставного) суда не может быть предметом текущего законодательства субъекта Российской Федерации, в силу чего недопустимо включение в конституцию (устав) субъекта Российской Федерации положений, предусматривающих лишь возможность учреждения конституционного (уставного) суда [15].

Вместе с тем более половины субъектов Российской Федерации в своих конституциях (уставах) предусмотрели возможность создания

конституционных (уставных) судов (содержится формулировка «может создаваться»), однако, закон о такого рода судах до сих пор не принят.

Решение о создании конституционного (уставного) суда субъект Федерации должен принимать ответственно. На это нацеливает и Федеральный конституционный закон «О судебной системе Российской Федерации», который в части 3 статьи 17 устанавливает, что никакой суд не может быть упразднен, если отнесенные к его ведению вопросы осуществления правосудия не были переданы в юрисдикцию другого суда.

За относительно короткий период существования региональной (конституционной) юстиции в России было предпринято несколько попыток упразднения конституционных (уставных) судов, но до недавнего времени они оказывались безрезультатными. Вместе с тем, в 2014 году проявились тревожные тенденции, свидетельствующие о потенциальной возможности упразднения конституционных (уставных) судов в отдельных субъектах Федерации.

Так, с 1 января 2014 года приостановлена деятельность Конституционного Суда Республики Бурятия [4]. В настоящий момент Суд не принимает и не рассматривает обращения, а решение вопросов финансово-хозяйственной деятельности, связанных с его статусом юридического лица, возложено на Администрацию Главы и Правительство Республики Бурятия.

В отличие от Конституционного Суда Республики Бурятия, Уставный суд Челябинской области с 1 марта 2014 г. был именно упразднен. Здесь следует отметить, что Челябинский Уставный суд являлся самым молодым. Он был учрежден Законом Челябинской области от 27 октября 2011 года № 220-ЗО «Об Уставном суде Челябинской области» [5] и начал свою работу лишь в 2012 году. 30 марта 2014 г. Законодательным собранием Челябинской области были приняты сразу два закона: о внесении изменений в устав [6] и об упразднении уставного суда [7, статья 3]. Принятие этих законов было осуществлено сразу в трех чтениях во внеплановом порядке. Споры относительно причин и правомерности его упразднения ведутся до сих пор.

А.О. Казанцев, А.В. Савоськин считают, что в Челябинской области сложилась парадоксальная и в каком-то смысле даже невыносимая ситуация. Принятый областной Закон об упразднении Уставного суда Челябинской области противоречит нормам федерального законодательства и сразу нескольким основополагающим правовым принципам, а также ограничивает граждан в реализации их конституционного права на судебную защиту [13]. Данный тезис авторы аргументируют следующим образом.

Во-первых, согласно ч. 3 ст. 17 Федерального конституционного закона «О судебной системе Российской Федерации» «никакой суд не может быть упразднен, если отнесенные к его ведению вопросы осуществления правосудия не были одновременно переданы в юрисдикцию другого суда». Ничего подобного челябинский законодатель не сделал и сделать не мог, так как на уровне субъекта Федерации отсутствует иной суд, на который

возможно возложить осуществление правосудия вместо конституционного (уставного) суда.

Во-вторых, сложилась ситуация, при которой с 1 марта 2014 г. Уставный суд упраздняется, но судьи сохраняют свои полномочия до окончания срока, на который они были назначены. Т.к. согласно ч. 2 ст. 121 Конституции Российской Федерации «полномочия судьи могут быть прекращены или приостановлены не иначе как в порядке и по основаниям, установленным федеральным законом». Конкретные основания прекращения полномочий судей предусмотрены ст. 14 Закона Российской Федерации «О статусе судей в Российской Федерации». Однако, в указанной статье отсутствует норма о прекращении полномочий судьи в связи с ликвидацией суда.

В-третьих, на рассмотрении Уставного суда находились дела по обращениям граждан, еще не рассмотренные в судебных заседаниях. Учитывая упразднение суда, эти дела «повисли в воздухе».

В-четвертых, учитывая грубый характер нарушений, можно вести речь о нарушении конституционного принципа разделения властей, когда на уровне субъекта Федерации одна ветвь власти (законодательная) не просто вмешивается, а уничтожает другую ветвь власти (судебную).

В судебной системе Российской Федерации и ее субъектов конституционные (уставные) суды занимают самостоятельное положение. Во-первых, они выступают как высшие органы судебной власти по защите конституционного строя. Это обстоятельство отражается региональными законодателями в основных законах субъектов. Так, в части 1 статьи 100 Конституции Республики Бурятия Конституционный Суд Республики Бурятия называют «высшим органом судебной власти по защите конституционного строя республики» [2]. Аналогичное положение содержится в части 1 статьи 87 Конституции Республики Саха (Якутия) [3].

Во-вторых, они разрешают особого рода конфликты – конституционные (уставные).

В третьих, деятельность этих судов осуществляется в форме особого производства – конституционного (уставного). В частности, в нем отсутствует обвинитель, установлен специфический состав субъектов, наделенных правом возбуждать дела, по особому ведется и подготовка к рассмотрению дела.

Следует отметить, что конституционные (уставные) суды не являются по отношению к судам общей юрисдикции кассационной, апелляционной или надзорной инстанцией. Однако то, что они призваны защищать основы субъекта Российской Федерации ставит их в особое положение. Данные суды через проверку конституционности (уставности) закона, применяемого или подлежащего применению в конкретном деле опосредованно контролируют деятельность судов общей юрисдикции и арбитражных судов.

В юридической литературе встречаются различные аргументы в пользу

создания органов конституционного правосудия на региональном уровне:

1. Конституционные (уставные) суды субъектов Российской Федерации имеют большое профилактическое значение. Данной позиции придерживается председатель Конституционного Суда Российской Федерации В.Д. Зорькин, отмечая, что «само наличие конституционного правосудия имеет и большое профилактическое значение: оно дисциплинирует и законодателя при издании законов, и чиновников при принятии правоприменительного решения, и рядовых граждан в их повседневных действиях в различных сферах социальной жизни» [12, с. 59].

2. Осуществляя официальное толкование положений конституции или устава, а также обеспечивая их верховенство путем проверки на соответствие им нормативных правовых актов меньшей юридической силы, конституционные (уставные) суды устраняют конфликты между законодательными и исполнительными органами.

3. Конституционные (уставные) суды составляют в федеративном государстве активный рычаг правового воздействия, с помощью которого руководители субъектов Российской Федерации могут эффективно решать возложенные на них конституцией (уставом) задачи по защите основного закона субъекта Российской Федерации, прав и свобод человека и гражданина.

4. Благодаря наличию конституционного (уставного) суда, система органов государственной власти в субъекте Российской Федерации приобретает заверченный характер в соответствии с конституционным принципом разделения властей, являющимся одним из основ конституционного строя в целом, т.е. не только для федерального уровня, но и для организации государственной власти в ее субъектах.

В пункте 3 мотивировочной части Постановления Конституционного Суда Российской Федерации от 18.01.1996 № 2-П «По делу о проверке конституционности ряда положений Устава (Основного Закона) Алтайского края» [11] отмечается, что разделение властей закрепляется в Конституции Российской Федерации в качестве одной из основ конституционного строя для Российской Федерации в целом, т.е. не только для федерального уровня, но и для организации государственной власти в ее субъектах.

На основании вышеизложенного, можно сделать вывод о том, что, несмотря на тревожные тенденции приостановления деятельности и ликвидации конституционных (уставных) судов, региональное конституционное правосудие – необходимость в условиях построения правового, демократического государства.

Использованные источники:

1. «Конституция Российской Федерации» (принята всенародным голосованием 12.12.1993) // Собрание законодательства РФ, 04.08.2014, № 31, ст. 4398.
2. Конституция Республики Бурятия от 22.02.1994 (ред. от 30.06.2015)

(принята Верховным Советом Республики Бурятия 22.02.1994) // Бурятия, № 43, 09.03.1994.

3. Конституция (Основной закон) Республики Саха (Якутия) от 04.04.1992 (принята Верховным Советом Республики Саха (Якутия) от 04.04.1992) // Якутия, № 210, 12.11.2002.

4. Закон Республики Бурятия от 14.11.2013 № 92-V «О приостановлении действия и признании утратившими силу отдельных законодательных актов Республики Бурятия» // Бурятия, № 124, 21.11.2013.

5. Закон Челябинской области от 27.10.2011 № 220-ЗО (в ред. от 30.01.2014) «Об Уставном суде Челябинской области» // Южноуральская панорама, № 277, 15.11.2011 (спецвыпуск № 64).

6. Закон Челябинской области от 30 января 2014 г. № 625-ОЗ «О внесении изменений в Устав (Основной Закон) Челябинской области» // Южноуральская панорама, № 16, 06.02.2014.

7. Закон Челябинской области от 30 января 2014 г. № 627-ОЗ «Об особенностях регулирования отдельных правоотношений в связи с совершенствованием системы органов государственной власти Челябинской области» // Южноуральская панорама, № 16, 06.02.2014.

8. Постановление Совета судей Российской Федерации от 19.12.2012 «О состоянии судебной системы Российской Федерации и основных направлениях ее развития» // Вестник Высшей квалификационной коллегии судей РФ, 2013, № 1(35).

9. Определение Конституционного Суда Российской Федерации от 27.12.2005 № 491-О по запросу Санкт-Петербургского городского суда о проверке конституционности отдельных положений Федерального конституционного закона «О судебной системе Российской Федерации», Закона Российской Федерации «О статусе судей в Российской Федерации» и Федерального закона «Об органах судейского сообщества в Российской Федерации» // Вестник Конституционного Суда Российской Федерации, № 2, 2006.

10. Определение Конституционного Суда Российской Федерации от 06.03.2003 № 103-О по запросам Государственного Собрания Республики Башкортостан и Государственного Совета Республики Татарстан о проверке конституционности части 1 статьи 27 Федерального конституционного закона «О судебной системе Российской Федерации»; пункт 1 мотивировочной части Определения Конституционного Суда Российской Федерации от 8 июня 2000 г. № 91-О по запросу Правительства Республики Ингушетия о проверке конституционности части первой статьи 2, статей 5, 6, 7, 8, пункта 2 статьи 9, статьи 21 и пункта 4 статьи 23 Федерального закона «Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации» // «Российская газета», № 82, 29.04.2003.

11. Постановление Конституционного Суда Российской Федерации от 18.01.1996 № 2-П «По делу о проверке конституционности ряда положений

Устава (Основного Закона) Алтайского края» // Вестник Конституционного Суда Российской Федерации, № 1, 1996.

12. Зорькин В.Д. Конституция и права человека в XXI веке. М., 2008. 224 с.

13. Казанцев А.О., Савоськин А.В. В Челябинской области незаконно упразднили Уставный суд // Конституционное и муниципальное право. 2014. № 6. С. 48 - 52.

14. Минниханов Р.Н., Демидов В.Н. Конституционное правосудие в субъектах Российской Федерации // Государство и право. 2013. № 3. С. 43-49.

15. Петров А.А. Правовые позиции Конституционного Суда Российской Федерации по вопросам организации и деятельности конституционных (уставных) судов субъектов Российской Федерации // Журнал конституционного правосудия. 2013. № 3. С. 25 - 32.

Галимов Э.Р., к.юр.н.

доцент

кафедра «Уголовного права и процесса»

Аслаева А.А.

студент 3 курса

Юридический факультет

Стерлитамакский филиал БашГУ

Россия, Республика Башкортостан, г. Стерлитамак

ПРАВО ОБВИНЯЕМОГО НА ОЗНАКОМЛЕНИЕ С МАТЕРИАЛАМИ УГОЛОВНОГО ДЕЛА

Аннотация:

В статье рассматривается право обвиняемого на ознакомление с материалами уголовного дела и содержание данного права.

Ключевые слова: право, обвиняемый, ознакомление с материалами уголовного дела.

Annotation:

The article deals with the accused the right to examine the case file and the content of this right.

Keywords: law, the defendant, to familiarize with the case materials.

Ознакомление с материалами уголовного дела является неотъемлемым правом обвиняемого, которое нашло свое закрепление в нормах Уголовно-процессуального кодекса РФ, например, право обвиняемого «знакомиться по окончании предварительного расследования со всеми материалами уголовного дела и выписывать из уголовного дела любые сведения и в любой форме»³⁵. В свою очередь предоставить данные материалы является процессуальной обязанностью следователя.

Ознакомление с материалами уголовного дела является

³⁵ Уголовно-процессуальный кодекс Российской Федерации от 18.12.2001 N 174-ФЗ (ред. от 01.05.2016)// "Парламентская газета", 22.12.2001, N 241-242, п.12 ч.4 ст. 47

процессуальным действием, обеспечивающее защиту от незаконного обвинения.

Для того чтобы обвиняемый мог воспользоваться своим правом на ознакомление с материалами уголовного дела следователь обязан выполнить следующие действия:

- уведомить обвиняемого об окончании предварительного следствия;
- разъяснить обвиняемому, что он имеет право на ознакомление с материалами уголовного дела в течение определенного времени.

Содержание права обвиняемого на ознакомление с материалами уголовного дела состоит из следующего:

- вправе знакомиться со всеми материалами уголовного дела, включая вещественные доказательства, видеозапись, фотографии и иные материалы следственных действий;

- повторно обращаться к любым материалам уголовного дела, а также выписывать любые сведения или делать копию данных документов;

- обвиняемый не ограничивается во времени ознакомления с материалами уголовного дела. В том случае если обвиняемый специально затягивает данное время, то на основании судебного решения устанавливается определенный промежуток времени для ознакомления с материалами уголовного дела.

Обязательным является процессуальное закрепление ознакомления с материалами уголовного дела с помощью протокола.

Таким образом, право на ознакомление обвиняемого с материалами уголовного после окончания предварительного расследования имеет важное значение. Данное право позволяет обвиняемому, а также его защитнику оценить всю базу собранных доказательств, предъявить имеющиеся ходатайства, а также сформировать свою позицию по уголовному делу.

Использованные источники:

1. Уголовно-процессуальный кодекс Российской Федерации от 18.12.2001 N 174-ФЗ (ред. от 01.05.2016)// "Парламентская газета", N 241-242, 22.12.2001.

Галимов Э.Р., к.юр.н.
доцент
кафедра «Уголовного права и процесса»
Стерлитамакский филиал БашГУ
Зинатуллин В.Р.

3 курс
факультет «Юриспруденция»

Россия, Республика Башкортостан, г. Стерлитамак

ПРАВО ОБВИНЯЕМОГО НА ОЗНАКОМЛЕНИЕ С МАТЕРИАЛАМИ УГОЛОВНОГО ДЕЛА

Аннотация:

В статье рассматривается право на реабилитацию в уголовном судопроизводстве

Ключевые слова: право, реабилитация, уголовное судопроизводство

Annotation: The article discusses the right to rehabilitation in criminal proceedings

Keywords: law rehabilitation, criminal justice.

В производстве по различным уголовным делам, даже, несмотря на весомые гарантии в законодательстве и попытка искоренить все случаи неоправданного привлечения лиц к уголовной ответственности практически не выполняема. Ошибки следственных и судебных органов могут быть последствием проступка со стороны служащих правоохранительных органов, а так же результатом их непрофессионализма. Бездоказательное привлечение гражданина к уголовной ответственности влечет за собой несправедливые моральные и физические страдания его близким и родственникам. Государство не может допускать такие оплошности, поэтому оно обязано должным образом исключить допущение таких ошибок, в случае же их упущения публично признать свою вину и немедленно принять все меры для реабилитации необоснованно осужденного, и возместить в полном объеме вред причиненный незаконными или безосновательными действиями судебных или правоохранительных органов. Правовая система должна обеспечивать и поддерживать высокий уровень защиты прав человека, попавшего под влияние уголовной, гражданской или административной юстиции и обеспечивать полное восстановление нарушенных прав.

Реабилитация является одной из главных действующих особенностей системы российского права т.к. оно не только оказывает влияние и регулирует эти общественные отношения, упорядочивает действия по охране и защите общественных ценностей, но и в случае нарушения устанавливает процедуру порядка их восстановления.

Лица на которых распространяется право на реабилитацию: ³⁶

³⁶ Уголовно-процессуальный кодекс Российской Федерации от 18.12.2001 N 174-ФЗ (ред. от 01.05.2016)// "Парламентская газета", 22.12.2001, N 241-242, п.12 ч.4 ст. 47

1) подсудимый, в отношении которого объявлен оправдательный приговор по причинам: преступления так такого не установлено; подсудимый не имеет отношение к совершению преступления; в деянии данного лица не наблюдается состава преступления; в отношении подсудимого вынесено оправдательное решение коллегией присяжных заседателей;

2) обвиняемый, уголовное преследование которого прекращено вследствие отклонения от обвинения государственного обвинителя;

3) подозреваемый либо обвиняемый, в отношении которого уголовное преследование прекращено:

- вследствие отсутствия происшествия преступления; в деянии нет состава преступления; заявлений от потерпевшего не поступало, в случае если уголовное дело возбуждено исходя из-за заявления потерпевшего; в деле не имеется заключения судебного органа о наличии признаков преступления в действиях лица,

- непричастностью подозреваемого к совершению преступления; если имеются в отношении обвиняемого или подозреваемого вердикт по тому же обвинению которое начало свое действие в законной силе либо определения суда либо постановлении судьи о закрытие уголовного дела по тому же обвинению; при наличии в отношении подозреваемого или обвиняемого обязательного постановления следователя или органа дознания о закрытие уголовного дела по тому же самому обвинению или же об отклонении в возбуждении уголовного дела;

4) осужденный – при полной или частичной отмены вступившего в законную силу обвинительного приговора суда и прекращения уголовного дела или преследования по основаниям: незаинтересованность подозреваемого или обвиняемого к совершению преступления или при наличии оснований, предусмотренных для отказа в возбуждении уголовного дела или прекращения уголовного дела;

5) лицо, в отношении которого были задействованы принудительные меры медицинского характера – аннулирование необоснованного или незаконного постановления суда о применении мер медицинского характера

6) любое лицо, которые, было подвергнуто мерам уголовного принуждения в процессе производства по данному уголовному делу.

Так же право на реабилитацию представляет собой возможность возмещение имущественного вреда, устранить последствия морального вреда и восстановления в различных правах, таких как: пенсионных, трудовых и жилищных,

Таким образом, органы правопорядка, а так же и суды в своей деятельности допускают немалое количество ошибок, нарушений закона, привлекающее осуждение невинных, причинение им морального, имущественного вреда и душевных страданий. Безусловно, граждане, подвергшиеся незаконному заточению и обвинению со стороны правоохранительных органов, могут требовать возмещения причиненного им

ущерба, то есть они обладают правом на реабилитацию.

Использованные источники:

1. Уголовно-процессуальный кодекс Российской Федерации от 18.12.2001 N 174-ФЗ (ред. от 01.05.2016)// "Парламентская газета", N 241-242, 22.12.2001.

*Дущенко Т.Г.
магистрант 2-го курса
Юридический институт
Югорский государственный университет
Россия, г. Ханты-Мансийск*

**АДВОКАТСКАЯ ТАЙНА: КАК КЛЮЧЕВОЙ ПРИНЦИП
АДВОКАТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Аннотация: в статье рассматривается адвокатская тайна, в качестве определенно ключевого принципа, основы деятельности адвоката, как в мировой юридической правозащитной практике, так и Российской Федерации. Соблюдение адвокатской тайны является насущной и необходимой предпосылкой деятельности каждого адвоката.

Ключевые слова: адвокатская тайна, принцип деятельности адвоката, адвокатская этика, адвокатская деятельность.

Abstract: The article considers the attorney secrets, as certain key principles, the basis of attorney activities as human rights in the world legal practice, and the Russian Federation. Observance of attorney-client privilege is a vital and necessary prerequisite of each lawyer.

Tags: attorney secrets, the principle of lawyer activity, legal ethics, advocacy.

Обязанность сохранения адвокатской тайны возникает в силу совершения адвокатом именно профессиональной деятельности. При этом, вряд ли можно согласиться с утверждением, что адвокатскую тайну должен хранить только адвокат в уголовном процессе.

В практике любого адвоката, постоянно присутствуют вопросы адвокатской тайны, прежде всего, как понимание своего долга по хранению соответствующей информации, а также важной гарантии осуществления адвокатской деятельности. Соблюдение правил адвокатской тайны имеет также важный этический аспект.

В ходе предоставления правовой помощи адвокат может получать личные записи доверителя, письменные документы, аудио- и видеозаписи, информацию на электронных носителях. Все это, а также сведения, полученные адвокатом в результате его участия в закрытых судебных заседаниях и любые другие сведения, связанные с оказанием юридической помощи, разглашение которых может нанести вред охраняемым законом

интересам доверителя, адвоката или других лиц, составляет предмет адвокатской тайны. Субъект адвокатской тайны – лицо, получившее сведения от доверителя, обратившийся к этому лицу именно как к адвокату. Интересен тот факт, что в случае прекращения членства в адвокатском сообществе, лицо, являющееся обладателем адвокатской тайны, не имеет права разглашать полученные ранее сведения, связанные с ее адвокатской деятельностью. Адвокатская тайна должна быть сохранена адвокатом независимо от того, было ли обращение доверителя одноразовым или имеет постоянный характер. Правило конфиденциальности применяется и в случае, когда другие люди могут обладать такой же информацией. Необходимо различать и то, что моментом возникновения адвокатской тайны определяется момент обращения к адвокату за юридической помощью, а сам факт обращения, суть проблемы с которой обратилась лицо, а также содержание первичной консультации является предметом профессиональной тайны. Даже если к адвокату сначала обратились родственники доверителя, соглашение с которыми в последующем заключено не было, общее правило остается без изменений – информация, полученная в таком случае, составляет адвокатскую тайну.

В Российской империи адвокатской тайны придавалось очень большое значение. Кроме того, что эта тайна представляла собой одну из необходимых условий правильного функционирования уголовного защиты, считалось, что адвокатская тайна должна сохраняться адвокатом, даже если обвиняемый эту тайну раскрыл. В отличие от этого, после революции и прихода к власти коммунистов ученые стали рассматривать вопрос адвокатской тайне информации, которую обвиняемый скрывает от суда. И как только обвиняемый перестает скрывать определенные факты, они перестают быть тайной. То есть полностью исчезает и конфиденциальная информация, которую адвокат должен хранить.

Законодательством Российской Федерации не установлен срок хранения в тайне сведений, составляющих адвокатскую тайну. Исходя из этого, можно сделать вывод, что адвокатская тайна сохраняется не только во время ведения определенного дела, но и после ее окончания, независимо от стадии процесса, в котором принимал участие защитник, и мотивов, по которым поручение было прекращено. Сведения, полученные от доверителя хранятся адвокатом бессрочно.

Ученые, изучая вопрос адвокатской тайны, настаивают на том, что она может быть раскрыта в следующих случаях: когда действия адвоката стали предметом рассмотрения соответствующего административного органа (дисциплинарной комиссии, комитета по этике и т.д.); когда предметом адвокатской тайны оказалась информация о готовящемся преступлении, а разглашение тайны – единственная возможность предотвратить преступление; сведения, которые стали известны адвокату в связи с выполнением профессиональных обязанностей, могут быть обнародованы,

если они послужат реабилитации умершего доверителя. Однако с таким мнением можно согласиться с получением согласия родственников умершего. По мнению автора статьи, такие точки зрения не бесспорны. Получается, что в приведенных выше примерах, адвокаты ставят интересы общества или других лиц выше интересов своего доверителя.

Конституционное право граждан на получение профессиональной юридической помощи в определенной степени реализовано в нормах ФЗ «Об адвокатской деятельности и адвокатуре»³⁷). Именно в этом нормативном акте дается определение термина «адвокатская тайна». Так, адвокат обязан хранить адвокатскую тайну, то есть вопросы, по которым гражданин или юридическое лицо обращались к адвокату, суть консультаций, советов, разъяснений и других сведений, полученных адвокатом при осуществлении своих профессиональных обязанностей. Кроме этого, адвокату, помощнику адвоката, должностным лицам адвокатских объединений запрещается разглашать сведения, составляющие предмет адвокатской тайны, и использовать их в своих интересах или в интересах третьих лиц. Сохранение адвокатской тайны гарантировано законом. В российском законодательстве можно отметить следующие основные гарантии сохранения адвокатской тайны. С момента допуска к участию в деле защитник имеет право до первого допроса подозреваемого или обвиняемого иметь с ним конфиденциальное свидание, а после первого допроса – такие же свидания без ограничения их количества и продолжительности. Защитник не вправе разглашать данные, которые стали ему известны в связи с выполнением его обязанностей. Профессиональные права, честь и достоинство адвоката охраняются законом. Запрещается любое вмешательство в адвокатскую деятельность, требовать от адвоката, его помощника, должностных лиц и технических работников адвокатских объединений сведений, составляющих адвокатскую тайну. По этим вопросам они не могут быть допрошены в качестве свидетелей. Документы, связанные с выполнением адвокатом поручения, не подлежат осмотру, разглашению или изъятию без его согласия.

Стоит отметить, что свое отражение адвокатская тайна нашла и в международных нормативно-правовых актах. Так, например, «Основные принципы, касающиеся роли юристов»³⁸), принятые на VIII Конгрессе ООН (Гавана, 27 августа – 7 сентября 1990 года), в пункте 22 провозгласили, что «правительства признают и обеспечивают конфиденциальный характер любых сношений и консультаций между юристами и их клиентами в рамках их профессиональных отношений». В свою очередь «Основные положения о

³⁷ Федеральный закон от 31.05.2002 N 63-ФЗ (ред. от 13.07.2015) «Об адвокатской деятельности и адвокатуре в Российской Федерации».

³⁸ Основные принципы, касающиеся роли юристов (приняты восьмым Конгрессом ООН по предупреждению преступности и обращению с правонарушителями, Гавана, 27 августа - 7 сентября 1990 г.). Система ГАРАНТ: <http://base.garant.ru/1302450/#ixzz48F6oQNfM>

роли адвокатов³⁹», принятые VIII Конгрессом ООН по предупреждению преступлений (Нью-Йорк, 7 августа 1990), в пункте 16 отмечают: «Правительства должны обеспечить адвокатам:

а) возможность осуществлять их профессиональные обязанности без запугивания, препятствий, задача заботы и неуместного вмешательства;

б) возможность свободно передвигаться и консультировать клиента в своей стране и за рубежом;

в) исключение возможности подвергаться наказанию или угрожать его применением и возможности обвинения, административных, экономических и других санкций за действия, осуществляемые в соответствии с признанными профессиональных обязанностей, стандартов и этических норм».

А пункт 22 этих положений говорит о том, что правительства должны признавать и соблюдать конфиденциальность коммуникаций и консультаций между адвокатом и клиентом в рамках отношений, связанных с выполнением адвокатом своих профессиональных обязанностей. Адвокатская тайна это тот вопрос адвокатской деятельности, всегда будет привлекать к себе внимание, о котором много писали, пишут и будут писать. Несмотря на законодательное закрепление, обычно предмет адвокатской тайны предстает в виде проблемы, вызывает оживленные диспуты и острые споры. Так, даже когда сама адвокатская тайна признается как константа, много споров возникает, когда пытаются определить границы этого института. Однако, несмотря на то, адвокатская тайна призвана защищать интересы подсудимого, является ли она воплощением правосудия, в ее понятии содержатся гарантии права, которые необходимы в интересах правильного осуществления правосудия.

Общий кодекс правил для адвокатов стран Европейского Сообщества⁴⁰ отмечает, что в любом правовом обществе адвокату уготована особая роль. Его обязанности не ограничиваются добросовестным исполнением своего долга в рамках закона.

Адвокат должен действовать в интересах права в целом так же, как и в интересах тех, чьи права и свободы ему доверено защищать; не только выступать в суде от имени клиента, но и оказывать ему юридическую помощь в виде советов и консультаций.

В этой связи на адвоката возлагается целый комплекс обязательств как юридического, так и морального характера, часто вступают во взаимное противоречие. Обязательства условно разделяют на следующие категории: перед клиентом; перед судом и другими органами власти, с которыми адвокат вступает в контакт, выступая в качестве доверенного лица клиента или от его имени; перед другими представителями данной профессии в целом и перед

³⁹ Основные положения о роли адвокатов (приняты восьмым Конгрессом ООН по предупреждению преступлений в августе 1990 г. в Нью-Йорке). Система ГАРАНТ: <http://base.garant.ru/1305334/#ixzz48F6vVOOj>

⁴⁰ Источник информации: Сайт «Клиническое юридическое образование». (<http://www.lawclinic.ru/library.phtml?m=1&p=32>)

любым из коллег в частности; а также перед обществом, для членов которого существование свободной и независимой профессии наряду с соблюдением правовых норм является важнейшей гарантией защиты прав человека перед государственной властью и другими интересами общества.

Запрещается любое вмешательство в адвокатскую деятельность, требовать от адвоката, его помощника, должностных лиц и технических работников адвокатских объединений сведений, составляющих адвокатскую тайну.

Использованные источники:

1. Федеральный закон от 31.05.2002 N 63-ФЗ (ред. от 13.07.2015) «Об адвокатской деятельности и адвокатуре в Российской Федерации».
2. Основные принципы, касающиеся роли юристов (приняты восьмым Конгрессом ООН по предупреждению преступности и обращению с правонарушителями, Гавана, 27 августа - 7 сентября 1990 г.). Система ГАРАНТ: <http://base.garant.ru/1302450/#ixzz48F6oQNfM>
3. Основные положения о роли адвокатов (приняты восьмым Конгрессом ООН по предупреждению преступлений в августе 1990 г. в Нью-Йорке). Система ГАРАНТ: <http://base.garant.ru/1305334/#ixzz48F6vVOOi>
4. Сайт «Клиническое юридическое образование». (<http://www.lawclinic.ru/library.phtml?m=1&p=32>)

*Ермолаева Г.С.
ассистент*

кафедра «Финансы и кредит»

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева»

Россия, г. Кемерово

ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕХОДА ПРАВА ПОЛЬЗОВАНИЯ НА МУНИЦИПАЛЬНОЕ ЖИЛЬЕ

Объектом исследования являются правоотношения, связанные с жилым помещением муниципального жилищного фонда. Приведены основания вселения в муниципальное жилое помещение. Обозначены проблемы перехода права пользования на жилые помещения муниципального жилищного фонда.

Ключевые слова: жилое помещение, жилищный фонд, право пользования, собственность.

The object of the study are legal relations connected with the living quarters of the municipal housing stock. Reasons are given in the invasion of municipal premises. The problems go right to use premises of the municipal housing stock.

Keywords : dwelling , housing , the right to use , property.

В соответствии с Жилищным кодексом Российской Федерации (ЖК РФ) в зависимости от формы собственности жилищный фонд подразделяется на

следующие виды: частный, государственный, муниципальный.

Одним из условий осуществления гражданами права на жилище является, в соответствии с п. 3 ст. 2 ЖК РФ, предоставление гражданам жилых помещений в государственном или муниципальном жилищных фондах.

Жилищный кодекс РФ предусматривает следующие категории нуждающихся лиц, которым предоставляется жилое помещение по договорам социального найма:

- 1) малоимущие;
- 2) иные категории граждан, указанные в законе субъекта Российской Федерации;
- 3) иностранные граждане, лица без гражданства в силу прямого указания международного договора.

Таким образом, граждане, имеющие соответствующие основания, в порядке очередности могут получить жилое помещение в пользование.

Основанием для вселения является заключенный договор социального найма или ордер, а также наличие регистрации по месту жительства.

Если гражданин получил жилое помещение в пользование до вступления в действие ЖК РФ, то основанием предоставления жилья в пользование является ордер. В ордере, как и в договоре социального найма, указан «наниматель» - ответственный квартиросъемщик, а также члены его семьи.

Граждане, получившие жилое помещение в пользование на основании ордера, в настоящее время продолжают пользоваться помещением без необходимости заключения договора социального найма. Основанием для вселения все также является ордер.

Факт вселения подтверждается заключением договора с ремонтно-эксплуатационным управлением (РЭУ).

При наличии ордера факт вселения подтверждается регистрацией по месту жительства и оплатой жилищно-коммунальных услуг.

Основаниями для вселения членов семьи ответственного квартиросъемщика является наличие договора социального найма или ордера, регистрации по месту жительства. Факт вселения подтверждается также заключенным договором с ремонтно-эксплуатационным управлением, либо поступлением платежей.

Начисление и поступление оплаты за коммунальные услуги подтверждает заключение договора между жильцом (ответственным квартиросъемщиком) и РЭУ при наличии ордера.

Гражданин, пользующийся муниципальным жилым помещением в установленном порядке, может «получить» его в собственность, реализовав свое право на приватизацию. Такое право реализуется единственный раз в жизни. Если гражданин ранее принимал участие в приватизации, даже будучи несовершеннолетним, то в дальнейшем реализовать это право повторно не может. Право на приватизацию гражданин может бесплатно реализовать до

марта 2017 года.

Результатом реализации права на приватизацию является переход жилого помещения из муниципальной собственности в частную со всеми вытекающими последствиями. Гражданин может не только пользоваться, но и владеть, распоряжаться собственным жилым помещением по своему усмотрению: продать, подарить, передать в залог или по наследству и т.д.

Если жилое помещение не было приватизировано, то оно не подлежит наследованию.

В случае смерти ответственного квартиросъемщика, договор социального найма заключается с членами его семьи, вселенными в данное жилое помещение. Необходимыми условиями для заключения договора социального найма в данном случае – наличие родства с ответственным квартиросъемщиком. Члены семьи должны быть вселены в жилое помещение в надлежащем порядке, то есть должны быть указаны в договоре социального найма либо в ордере и быть зарегистрированы в данном жилом помещении. В таком случае договор социального найма подлежит перезаключению с членом семьи умершего ответственного квартиросъемщика. Но возможны и другие ситуации, решающие дальнейшую судьбу неприватизированного жилья.

Рассмотрим каждую из них:

1. Жилое помещение возвращается в муниципальный жилой фонд, если ответственный квартиросъемщик проживал одиноко.

2. Жилое помещение переходит в пользование к члену семьи ответственного квартиросъемщика (дети, супруги, родители). При условии их вселения надлежащим образом (участие в договоре социального найма либо наличие отметки в ордере, регистрация по месту жительства).

3. Переход в пользование к членам семьи умершего ответственного квартиросъемщика в судебном порядке.

Рассмотрим подробнее третью ситуацию, поскольку существует ряд проблем, имеющих вероятное положительное разрешение в пользу членов семьи умершего ответственного квартиросъемщика.

Итак, вопрос о вселении и перезаключении договора социального найма может быть решен в судебном порядке. При этом возможны нюансы, исходя из которых, меняется вероятный исход ситуации:

1. Родственник не вселен и не проживал совместно с ответственным квартиросъемщиком.

Если член семьи умершего ответственного квартиросъемщика не был вселен в жилое помещение и совместно не проживал с ним, то наиболее вероятен отказ.

2. Родственник не вселен, но проживал совместно с ответственным квартиросъемщиком в муниципальном жилье.

В данном случае подразумевается, что член семьи проживал совместно с ответственным квартиросъемщиком в жилом помещении, предоставленном по договору социального найма, но зарегистрирован был по другому адресу.

В данном случае необходимо в судебном порядке подтвердить факт родства и совместного проживания.

3. Документально родство отсутствует, не вселен, но проживал совместно с ответственным квартиросъемщиком.

Данная ситуация может возникнуть, например, в случае, если ответственный квартиросъемщик фактически ведет совместное хозяйство с гражданином/гражданкой без регистрации брака. При этом проживают совместно, ведется совместное хозяйство.

Последняя ситуация является наиболее проблемной и спорной, поскольку процесс доказывания должен быть ориентирован на два направления:

1. доказывание родства;
2. доказывание факта вселения и совместного проживания.

Таким образом, наследование жилых помещений, выделенных по договору социального найма невозможно. Однако возможен «переход» права пользования к членам семьи. При этом могут возникнуть однозначные ситуации, решаемые с помощью применения норм права, а также спорные, подлежащие разрешению в судебном порядке.

Использованные источники:

1. Жилищный кодекс Российской Федерации от 29.12.2004 № 188-ФЗ (ред. от 02.06.2016).
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 23.05.2016).
3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть третья) от 26.11.2001 № 146-ФЗ (ред. от 09.03.2016).
4. Федеральный закон от 21.12.2001 № 178-ФЗ (ред. от 29.12.2015) «О приватизации государственного и муниципального имущества».

Загудайлова Е.А.

аспирант

Российская академия народного хозяйства и государственной

службы при Президенте РФ

Россия, г. Ростов-на-Дону

ОБЪЕКТИВНОЕ ВМЕНЕНИЕ ПРИ ПРЕВЫШЕНИИ ПРЕДЕЛОВ НЕОБХОДИМОЙ ОБОРОНЫ

Статья посвящена выявлению присутствия объективного вменения в оценочных составах преступлений, которые содержатся в ст. 108 и ст. 114 Уголовного кодекса Российской Федерации. Причинах отсутствия учёта вины в данных составах преступлений.

Ключевые слова: объективное вменение, оценочный состав преступления, субъективное вменение, необходимая оборона, превышение пределов необходимой обороны.

The article is devoted to revealing the presence of objective imputation in the evaluation of crimes contained in Art. 108 and Art. 114 of the Criminal Code of the Russian Federation. Reasons for the lack of accounting data s guilt of a crime.

Key words: objective imputation, evaluation of the crime, subjective imputation, necessary defense, exceeding the limits of necessary defense.

Наличие оценочных составов в статьях Особенной части Уголовного кодекса Российской Федерации (далее УК РФ) в ряде случаев допускает применение принципа объективного вменения правоприменителем.

Оценочные понятия УК РФ - это понятия, которые не находят в нормах полной конкретизации их содержания, в связи с чем оно определяется на основании фактических обстоятельств дела, т.е. лицу вменяется в вину преступление, основанное на внешних данных совершённого деяния. При наличии хотя бы одного неясного понятия, имеющего множество различных толкований, можно говорить об оценочном составе преступления. В этих составах оценочным может быть любой признак, например, характер совершаемых действий. К таким составам можно отнести преступления, совершённые при превышении пределов необходимой обороны (например, ст.108 и 114 УК РФ).

В соответствии со ст. 37 УК РФ под превышением необходимой обороны понимаются действия, которые не соответствовали характеру и опасности посягательства.

В УК РФ ст.108 (Убийство, совершенное при превышении пределов необходимой обороны либо при превышении мер, необходимых для задержания лица, совершившего преступление) и ст. 114 (Причинение тяжкого или средней тяжести вреда здоровью при превышении пределов необходимой обороны либо при превышении мер, необходимых для задержания лица, совершившего преступление) содержат в объективной стороне состава преступления превышение необходимой обороны.

Данные статьи отсылают для разъяснения определения пределов необходимой обороны к ст. 37 УК РФ, которая в свою очередь не даёт конкретных комментариев и понятий. При привлечении лица в данных составах учитываются объективные данные совершённого деяния, в этом случае объективное вменение присутствует в этих статьях в чистом виде.

Субъективное вменение уступило объективному по следующему основанию.

При превышении пределов необходимой обороны лицо совершает действия по мнению законодателя не соответствующие степени и характеру общественной опасности. Обратим внимание на тот факт, что обороняющийся не способен давать оценку действий нападающего, эта оценка для каждого человека будет индивидуальной в связи с различными особенностями психики, воспитания, а также от скорости реакции на происходящее. Следует заметить, что скорость реакции у разных людей отличается (усреднённая

скорость 0,8 секунд, пределы от 0,4 до 12 секунд).⁴¹ Также отличается и восприятие человека к происходящему. Следовательно, ограничение во времени для принятия решения в стрессовой ситуации приводит к неадекватному поведению. Оценочное понятие пределов необходимой обороны не даёт возможности понять человеку, где заканчивается этот предел, если человек не знает, что его действия, направленные на защиту, превышают некий предел, то соответственно он не осознает и общественную опасность своих действий.

Об этом также указывается в Постановлении Пленума Верховного Суда РФ от 27.09.2012 N 19 «О применении судами законодательства о необходимой обороне и причинении вреда при задержании лица, совершившего преступление».

Пункт 14 Постановления указывает, что судам надлежит иметь в виду, что обороняющееся лицо из-за душевного волнения, вызванного посягательством, не всегда может правильно оценить характер и опасность посягательства и, как следствие, избрать соразмерные способ и средства защиты.⁴²

Поэтому говорить о вине в данных составах не представляется возможным, будут учитываться иные элементы субъективной стороны состава, основным при назначении наказания будет принцип объективного вменения, т.е. лицо будет отвечать за совершённые действия и наступившие последствия, даже если они были совершены в рамках защиты жизни и здоровья.

Анализ данного вопроса позволяет в очередной раз убедиться в присутствии в действующем законодательстве норм, основанных на принципе объективного вменения, что позволяет говорить о его необходимости и важности в рамках борьбы с преступностью.

Использованные источники:

1. Теслицкий И. Невиновное причинение вреда по психофизиологическому основанию // Уголовное право. - М.: АНО "Юридические программы", 2008, № 3. - С. 50-53
2. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 27.09.2012 N 19 «О применении судами законодательства о необходимой обороне и причинении вреда при задержании лица, совершившего преступление». URL:<http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?base=LAW;n=135861;req=doc>

⁴¹ Теслицкий И. Невиновное причинение вреда по психофизиологическому основанию // Уголовное право. - М.: АНО "Юридические программы", 2008, № 3. - С. 50-53

⁴² Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 27.09.2012 N 19 «О применении судами законодательства о необходимой обороне и причинении вреда при задержании лица, совершившего преступление». URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?base=LAW;n=135861;req=doc>

Ковалёв Н. С.
магистр
кафедра гражданского и трудового права
Российский университет дружбы народов
Россия, г. Москва

ПРИЧИНЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЭСКРОУ-СЧЕТОВ И ПРЕДПОСЫЛКИ ИХ РАЗВИТИЯ НА ТЕРРИТОРИИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

В настоящей статье рассматривается понятие эскроу-счёта, особенности его применения в Российской Федерации, его сходства и различия со сходными правовыми конструкциями.

Ключевые слова: эскроу, эскроу-счёт, депонирование, счёт условного депонирования.

В экономически развитых странах США и Европы успешно применяется механизм защиты сторон договора от неисполнения обязательств: так называемый эскроу-счет (англ. Escrow), или счет условного депонирования. Эскроу - тщательно разработанный и законодательно урегулированный способ осуществления расчетов и, вместе с тем, гарантия обеспечения участниками сделки оговоренных условий. Это актуально для минимизации рисков при исполнении договоров купли-продажи крупного имущества (например, автомобиля или квартиры) и при масштабных сделках между юридическими лицами (продажа объектов недвижимости или предприятий). Помимо счетов условного депонирования существуют и другие способы обезопасить свои интересы при такого рода сделках (например, использование банковской ячейки или аккредитива), но все эти способы серьезно усложняют структуру договора.

Сфера применения сделок с условным депонированием весьма обширна: эскроу использовалось в качестве одного из способов осуществления расчетов на Уолл-стрит; с помощью депонирования регулируется деятельность по обслуживанию ипотечных кредитов сервисными агентами (законом США установлено, что должен быть создан специализированный счет эскроу для внесения налоговых платежей, страховых взносов и тому подобного); к системе эскроу прибегают при заключении крупных сделок, в рамках которых оплата (передача активов) поставлена под условие выполнения определенных обязательств участниками контракта.

Счет эскроу особенно активно используется при оформлении сделок с недвижимостью в США. Он открывается через Title Company — адвокатскую контору, выступающую со стороны продавца, и на него перечисляются средства при подписании контракта в качестве гарантии будущего платежа. Если покупатель не выполняет условий договора без уважительной причины,

депозит переходит к продавцу. Если продавец нарушает договор, депозит возвращается покупателю. Для этой же цели счет эскроу используется во многих других странах — в Австрии, Латвии, ОАЭ, Чехии и других.

Также данный вид расчётов применяется для поэтапной оплаты первичной недвижимости в Австрии. В отличие от других государств, например, соседней Германии, в этой стране это обязательное условие для всех сделок с застройщиками.

Таким образом, в большинстве стран мира эскроу наиболее часто используется в банковской и экономической сферах, определяясь как «депонирование одним лицом денежных средств или иных активов у третьего лица для выплаты или передачи определенному лицу при выполнении оным определенных условий», а депонированный актив в данном случае будет классифицироваться как «документы, ценные бумаги, денежные средства или иные активы, которые находятся в руках третьего лица до выполнения определенных условий».

Безусловно, российское законодательство также предусматривает определенные меры, призванные обеспечить исполнение сторонами обязательств. К таковым относятся, например, неустойка, залог, независимая гарантия и т.д. Но ни один из этих способов полностью не защищает от ситуации, когда лицо скрывается с деньгами или же уходит от ответственности, скрывая имущество от взыскания, а лишь, порой, позволяет в последующем компенсировать убытки.

Так что же такое эскроу-счёт? Эскроу-счёт – это открываемый банком клиенту текущий счет, на котором плательщиком размещаются деньги, с условием их депонирования (блокировки) без права совершения владельцем счета расходных операций до выполнения обязательства, в счет которого размещены деньги. Сущность расчетов через такие счета заключается в том, что все ценности с него передаются эскроу-агентом в пользу одной из сторон сделки только в том случае, если она выполнила свои обязательства по сделке перед другой стороной. Таким образом, стороны снимают с себя ответственность по передаче имущества и перекладывают её на доверенное лицо, тем самым устраняя целый ряд рисков и обеспечивая гарантию того, что имущество будет находиться в сохранности до выполнения условий заключённого между ними договора. Помимо возможности выбора такого эскроу-агента, которому будут доверять обе стороны, данный вид расчётов практически исключает фактическую возможность эскроу-агента скрыться с имуществом, или иным другим образом не выплатить стороне переданную ему на хранение сумму, поскольку в большинстве случаев эскроу-агентами являются крупные организации, в чьих интересах будет обеспечить максимальную сохранность переданного им имущества.

Поэтому введение законодателем такого способа расчётов, как счет эскроу, является актуальным и закономерным действием, призванным облегчить и ускорить процесс купли-продажи недвижимости и прочих

крупных материальных ценностей, одновременно обеспечивая дополнительные гарантии сторонам, что, несомненно, является важным фактором при совершении подобного рода сделок.

Но, несмотря на несомненные плюсы, присущие данному виду расчётов, эскроу всё ещё не получил широкого распространения на территории Российской Федерации. В чём же причины такого положения дел?

В настоящее время возможность открытия эскроу-счетов предлагает крайне ограниченный круг банков. Согласно опросу некоммерческого партнерства «Национальный платежный совет» (НП «НПС»), банки не вводят данные счета, так как не обладают достаточной информацией. Проблема в том, что многие вопросы, связанные с процедурой условного депонирования, не были подробно урегулированы законодателем. Например, не ясен порядок распределения средств в порядке наследования, а также в случае банкротства лиц, часть имущества которых удерживается банком в рамках открытого эскроу-счёта.

Помимо этого, судебная практика в данной сфере довольно малочисленна, что также свидетельствует о низкой распространённости условного депонирования и одновременно препятствует возникновению подобных отношений, так как эскроу-агенты и клиенты не могут с точностью оценить последствия, к которым приведет возникновение спорных отношений в рамках данной процедуры.

Также в российском законодательстве существуют схожие по своей экономической цели и правовой природе способы осуществления расчётов, обеспечивающие сторонам меньший спектр гарантий, имеющие более сложную и длительную процедуру достижения поставленной цели, но существующие в российской правовой действительности довольно давно, что склоняет многих обращаться именно к ним, ввиду их привычности и наличия сложившейся практики их применения.

В рамках данной статьи хотелось бы остановить своё внимание на одной, самой близкой по правовой природе к договору условного депонирования правовой конструкции — аккредитиве.

Аккредитив – обязательство банка, предоставляемое по просьбе клиента, заплатить третьему лицу при предоставлении получателем платежа в банк, исполняющий аккредитив, документов, предусмотренных условиями аккредитива.

Несмотря на общее сходство, аккредитив - более архаичный и формализованный инструмент, который хоть и преследует те же цели, что и эскроу-счёт, но представляется менее надёжным, удобным и рациональным способом их достижения. Рассмотрим основные различия между данными правовыми конструкциями.

Одно из основных отличий аккредитива от договора условного депонирования состоит в том, что аккредитив как обязательство не зависит от основного договора, тогда как эскроу-счёт, напротив, зависит. Так, в

соответствии с п. 6.3 Положение Банка России от 19 июня 2012 г. N 383-П "О правилах осуществления перевода денежных средств": "Аккредитив обособлен и независим от основного договора".⁴³

Независимость аккредитивного обязательства от основного проявляется с разных сторон. Во-первых, с одной стороны, нарушение соглашений по аккредитиву не влияет на действительность обязательства, платежи по которому осуществляются через аккредитив (См.: п.4 Информационного письма Президиума ВАС РФ от 15.01.1999 № 39). С другой стороны, недействительность договора, платежи по которому осуществляются через аккредитив, не зависит от действительности аккредитивного обязательства (См.: п.8 Информационного письма Президиума ВАС РФ от 15.01.1999 № 39).

Во-вторых, Р. С. Чураков отмечает такую отличительную черту аккредитива: по сути, это исключительно способ осуществления расчётов, но не способ обеспечения исполнения обязательств.⁴⁴

Точка зрения, согласно которой аккредитив не является способом обеспечения исполнения обязательств, не однозначна в науке.

Помимо этого Р. С. Чураков также отмечает: "аккредитив открывается на основании распоряжения клиента, сделанного в соответствии с условием ранее заключенного договора банковского счета между ним и банком"⁴⁵.

Там же автор указывает, что аккредитив — это односторонняя сделка, в которой "кредитор по основному обязательству не участвует".⁴⁶

В отличие от аккредитива, эскроу-счёт является многосторонней сделкой. Это предполагает невозможность её прекращения по воле одной из сторон, в отличие от обязательства из аккредитива, что свидетельствует о большей защищенности сторон при использовании эскроу-счетов.

Еще одним из основополагающих отличий аккредитива от эскроу-счёта, наряду с уже изложенными, является характеристика обязанностей, возлагаемых на эскроу-агента и банк, который разместил аккредитив, по проверке представляемых стороной документов, необходимых для перехода имущественного титула на имущество или имущественные права. Банк обязан в соответствии с существующим законодательством проверять исключительно соответствие формы представляемых документов установленным формальным требованиям, тогда как на эскроу-агента возлагается обязанность по проверке не только соблюдения формальных требований к документам, предоставляемым эскроу-агенту для целей перехода имущественных прав на депонированные на эскроу-счете объекты гражданского оборота, но равно и по проверке достоверности

43 Положение Банка России от 19 июня 2012 г. N 383-П "О правилах осуществления перевода денежных средств"; <http://base.garant.ru/70194476/6/>

44 Р.С. Чураков. Эскроу-счёт по российскому праву. М.: Закон. 2007. №8.

45 Р. С. Чураков. Эскроу-счёт по российскому праву. М.: Закон. 2007. №8

46 Информационное письмо ВАС РФ от 15.01.1999. № 39. «Российская газета» («Ведомственное приложение»), N 69, 10.04.1999

предоставляемой в названных документах информации, соответствия её требованиям закона, критериям полноты и всесторонности.

Учитывая сказанное, и то, что заключение сделок с использованием эскроу-счетов проще с точки зрения оформления и последующего контроля за счётом обеими сторонами, можно предположить, что со временем данный вид расчётов будет получать всё большую популярность.

Но и аккредитив также сохранит свою актуальность, в рамках тех отношений, по которым он и эскроу-счёт имеют разную направленность и субъектный состав — открытие эскроу-счёта и выдача средств с него осуществляются в одном и том же банке, что делает его удобнее для лиц, находящихся недалеко друг от друга, тогда как аккредитивом часто пользуются стороны, находящиеся, например, в разных странах, что приводит к необходимости пользоваться услугами не одного, а двух банков при осуществлении расчёта.

Небольшим минусом счетов эскроу относительно схожих правовых конструкций является отсутствие действия системы страхования вкладов. Но, поскольку самым распространённым видом сделок с использованием эскроу-счетов среди физических лиц будут являться сделки купли-продажи недвижимости, проходящие в срок одного-двух месяцев, риски невелики.

Таким образом, эскроу-счет позволит упростить осуществление сделок по некоторым отношениям, использующим в данный момент устаревшие и менее эффективные правовые конструкции, такие как, например, банковская ячейка и аккредитив в отношениях, связанных с недвижимостью.

Представляется, что для более широкого распространения эскроу-счетов банкам стоит предоставлять клиентам больше информации о данном виде расчётов, а также о его преимуществах относительно схожих правовых конструкций. Помимо этого, в данном направлении должен работать и законодатель, более детально проработав нормативное регулирование данных отношений и обеспечив дополнительные гарантии как для банков, так и для депонентов. Также разумным шагом было бы расширить круг субъектов, имеющих возможность участвовать в эскроу-отношениях, по аналогии с законодательствами стран, давно использующих данный вид расчётов. Дав возможность становиться эскроу-агентами не только банкам, но и другим доверенным лицам, таким как адвокаты, нотариусы, доверительные управляющие, можно было бы повысить популярность эскроу, тем самым уменьшая количество случаев мошенничества и неисполнения обязательств в рамках сделок купли-продажи недвижимости и других крупных материальных ценностей, при этом сохранив основную его цель — позволить лицам обеспечить контроль за исполнением обязательства, делегировав контрольные полномочия лицу, обладающему взаимным доверием сторон.

Использованные источники:

11.Р.С. Чураков. Эскроу-счёт по российскому праву. М.: Закон. 2007. №8.

12.А. Буркова. Квази-обеспечительные обязательства: международная

- практика, регулирование и перспективы развития в России. М.: Закон. 2013.
13. Буркова А. Ю. - «Эскроу-счета: перспективы в российском законодательстве» [Электронный ресурс]
14. Архипов Д. А. - «Распределение договорных рисков в гражданском праве.» М.: Статут, 2012.
15. Escrow Software [Электронный ресурс]

Kovaliov N. S.

Master of the department of civil and labor law of the Russian Peoples' Friendship University

St. Maclay, d. 6, Moscow, Russia, 117198

USAGE OF ESCROW ACCOUNTS AND THEIR FURTHER DEVELOPMENT IN RUSSIAN FEDERATION.

This article discusses the concept of the escrow accounts and its features in Russian Federation, and the differences and similarities between escrow and similar legal structures.

Key words: escrow, escrow account, depository.

Колядина В.В.

студент 4 курса

Институт Управления

НИУ «БелГУ»

Россия, г. Белгород

АКТУАЛЬНОСТЬ ВОВЛЕЧЕНИЯ РАБОТАЮЩЕЙ МОЛОДЕЖИ В СОЦИАЛЬНУЮ ПРАКТИКУ

Аннотация. Данная статья посвящена изучению вовлечения работающей молодежи в социальную практику.

Ключевые слова: социальная практика, работающая молодежь, потребность, проблемы, деятельность, процесс, функция.

Abstract. This article examines the involvement of young workers in social practice.

Keywords: social practices, young workers, need, problem, activity, process, function.

В настоящее время в российском обществе молодежь как социальная группа имеет противоречивый статус. С одной стороны, ее характеризуют как социально незрелую и политически индифферентную, с другой – считают социально-инновационным ресурсом и субъектом общественных преобразований.

Однако тенденции развития молодежных движений и сообществ таковы, что в последние годы отмечается рост понимания частью молодых людей значимости собственной роли в процессе становления и развития общества. Самоорганизация и самореализация такой молодежи осуществляется через деятельность молодежных объединений, реализацию

социальных проектов и инициатив, различные формы молодежного самоуправления, но процент такой молодежи в нашей стране достаточно мал.

Социальные практики участия молодежи представляют собой совокупность действий и привычных способов поведения, направленных на реализацию интереса и права молодых людей быть включенными в принятие общественно значимых решений в повседневной жизни, быть ответственными за результаты принятых решений, а также права демократичными методами влиять на социальное окружение [4].

Структура социальных практик участия молодежи в принятии общественно значимых решений выглядит следующим образом:

- 1) потребность;
- 2) задача, решаемая путем принятия решения;
- 3) мотив;
- 4) целесообразность деятельности;
- 5) результат и удовлетворение полученным результатом.

Социальные практики реализуются в конкретных формах функционирования общественных институтов: семья, школа, детские и молодежные объединения, вуз, некоммерческие организации (НКО), партии, представительные органы власти, профсоюзы, органы территориального общественного самоуправления и т.д.

В свободных источниках встречаются различные значения понятия «социальной практики», такие как:

- 1) совокупность принятых в культуре (традиционных) способов деятельности, навыков обращения с различными предметами;
- 2) мышление или действие «по привычке», следование правилу, поведение, имеющее ритуальный характер;
- 3) частные социальные институты;
- 4) вид практики, в ходе которой конкретно-исторический субъект, используя общественные институты, организации и учреждения, воздействует на систему общественных отношений, изменяет общество и развивается сам [3].

Итак, анализ научной и учебно-методической литературы позволил выявить следующие значения понятия «социальная практика» в отечественной науке:

- ситуация – совокупность обстоятельств, условий, создающих социальные отношения;
- деятельность – форма социальной активности;
- процесс – определенная последовательность действий, носящих преобразующий социальный характер;
- функция – вид деятельности, направленный на приобретение позитивного социального опыта, для получения навыков социальной компетентности и реального действия в обществе и др.

Социальная практика – это процесс, в ходе которого, используя

общественные институты, конкретно исторический субъект так воздействует на систему общественных отношений, что изменяет общество и развивается сам.

Основываясь на анализе различных определений, по нашему мнению, социальную практику следует описать, как процесс приобретения (применения) умений и навыков в ходе практической реализации социального проекта; применение на практике знаний, полученных в результате теоретического обучения или разработки и реализации социальных проектов, акций, мероприятий.

Примерами социальной практики молодёжи могут служить:

1) участие молодёжи в различных социально значимых направлениях деятельности, таких как оказание помощи определённым категориям населения (детям группы риска, лицам пожилого возраста и с ограниченными возможностями);

2) помощь различным учреждениям и институтам (библиотекам, музеям и др.);

3) распространение информационных материалов и др. [2].

Видами социальных практик участия молодежи в принятии общественно значимых решений являются работа в общественных организациях и объединениях; обращение в органы муниципальной и государственной власти; проведение собраний, дискуссий, общественных слушаний; организация мероприятий, праздников; ведение переговоров; осуществление мер гражданского контроля; общественная экспертиза; социальная помощь; участие в выборах, референдумах и др.

Отражением роста уровня вовлечённости работающей молодёжи в многообразную социальную практику может являться постоянное увеличение числа участников ежегодных общероссийских добровольческих акций. Иными словами, социальную практику следует рассматривать, как системообразующий элемент формирования гражданской социальной ответственности и «выращивания» гражданской социальной активности работающей молодёжи, способ развития гражданского общества.

Социальная практика сознательно ориентирована на решение задач, стоящих перед обществом, которые проявляется в различных сферах трудовой, общественно-политической жизни, культуры и быта.

Молодежь, активно участвующая в деятельности общественных объединений, лучше понимает проблемы местного сообщества и испытывает потребность включиться в их решение. Это обстоятельство, подтвержденное эмпирически, свидетельствует об имеющемся у активной части молодежи потенциале социального развития местных сообществ.

Таким образом, можно сделать вывод, что социальная практика в контексте работающей молодежи еще не изучена. Работающая молодёжь – это социально-демографическая группа, представители которой характеризуются активным вступлением во взрослую самостоятельную жизнь, включённостью

в новые социальные отношения, а главное – умением себя обеспечить[4].

Вовлечение работающей молодежи в социальную практику включает в себя комплекс мероприятий, направленных на: стимулирование молодежи к самоуправлению, развитие всех моделей молодежного самоуправления и самоорганизации; вовлечение молодежи в активную общественную деятельность, развитие положительных навыков гражданского участия и лидерства, развитие волонтерской деятельности молодежи; вовлечение российской молодежи в инновационные проекты в сфере образования, науки, культуры, технологий, в том числе международные; выстраивание профессиональных установок и карьерных траекторий [5].

Общество заинтересовано в эффективном использовании свободного времени молодых людей – в целях социально-экономического развития и духовного обновления страны. Досуг является той сферой жизнедеятельности работающей молодежи, где происходит самореализация ее творческого и духовного потенциала. Особенно в муниципальных образованиях необходимо поддерживать уже существующие культурно-досуговые центры и создавать новые для реализации молодежью своих возможностей и способностей, выстраивать работу культурно-досуговых учреждений таким образом, чтобы молодежь хотела приходить туда, даже после рабочего дня.

Использованные источники:

1. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года от 17 ноября 2008 г. [Текст] // Собрание законодательства Российской Федерации (СЗ РФ). – 2008. – № 1662.
2. Джордан, П. Добровольцы – ценный источник [Электронный ресурс] // Режим доступа к изд.: <http://www.besplatno.narod.ru> – Систем. требования: IBMPC, Internet Explorer.
3. Егорова, Т.В. Социально-педагогическая поддержка молодежи из неформальных объединений [Текст] / Т.В. Егорова. – М.: Наука, 2012. – 513с.
4. Кенрик, Д. Агрессия. Социальная психология. Пойми других, чтобы понять с себя! Мудрик, А.В. Воспитание как социальная проблема [Текст] / Д. Кенрик. – М. : КноРус, 2014. – 71 с.

*Корепанова С.Ю.
магистрант, 2 курс*

*Уральский институт управления– филиал РАНХиГС
Российская Федерация, г. Екатеринбург*

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ РЕАЛИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ В СФЕРЕ ЖКХ В РОССИИ И КАЗАХСТАНЕ: СОВРЕМЕННЫЕ РЕФОРМЫ КАК РЕЗУЛЬТАТ ОБЩЕГО СОВЕТСКОГО ПРОШЛОГО

Аннотация

В статье рассматривается формирование и реализация государственной политики в постсоветских странах как результат общих советских порядков и

рассматривается опыт России и Казахстана в реализации программ капитального ремонта многоквартирных домов и источниках финансирования такого капитального ремонта.

Ключевые слова: государственная политика, капитальный ремонт, пробелы в законодательстве, приватизация.

Keywords: national policy, capital repairs, legislative gaps, privatization.

Annotation

The article deals with the implementation of the state policy in post-Soviet countries as a result of the overall Soviet system basis, writer reviews the experience of Russia and Kazakhstan in the implementation of the capital repairs' programs of apartment houses and source of funding capital repairs.

В 90-х годах прошлого столетия в большей части постсоветских стран была проведена реформа жилищно-коммунального хозяйства, начавшаяся с приватизации жилья, послужившая формированию новой сферы жилищных отношений.

Процесс приватизации государственного (муниципального) жилищного фонда в странах бывшего Советского Союза потребовал решения вопросов, связанных с управлением многоквартирными домами. Одни страны новые механизмы управления вводили одновременно с приватизацией жилья, другие на достаточно длительный период сохранили старую централизованную систему управления.

«Новизна» в сфере жилищных отношений в первую очередь заключалась в том, что отныне бремя содержания принадлежащего собственникам жилья имущества легла на их плечи.

Так, в Российской Федерации законодательно были закреплены нормы о проведении капитального ремонта многоквартирных домов бывшим наймодателем. Однако, в реальности, такая обязанность государством не была исполнена.

В Казахстане же законодательная база, предусматривающая проведение капитального ремонта приватизированного многоквартирного жилищного фонда, вообще отсутствовала.

Таким образом, начало XXI века в сфере реализации государственной жилищной политики России и Казахстана явилось и началом нового этапа – этапа планирования, программирования и реализации государственной политики в сфере капитального ремонта многоквартирных домов, которые нуждались в таком ремонте еще в начале 90-х гг.

Запустив реализацию государственной политики по приватизации жилья, законодателями рассматриваемых стран не были четко урегулированы вопросы, касающиеся порядка проведения капитального ремонта многоквартирных домов. Законодательные нормы о порядке и способах финансирования проведения капитального ремонта стали появляться путем издания нормативно-правовых актов уже на закате приватизационных

мероприятий, когда проблемы с износом инженерных коммуникаций и конструктивных элементов уже было невозможно не заметить.

Так, в соответствии со статьей 16 Закона от 04 июля 1991 г. № 1541-1 «О приватизации жилищного фонда в Российской Федерации»⁴⁷, при приватизации занимаемых гражданами жилых помещений в домах, требующих капитального ремонта, за бывшим наймодателем сохранялась обязанность производить капитальный ремонт дома, в соответствии с нормами содержания, эксплуатации и ремонта жилищного фонда.

Осознавая тот факт, что такая обязанность государством не была исполнена, решение проблемы капитального ремонта многоквартирных домов было найдено в создании крупной корпорации с государственным участием, именуемой Фондом содействия реформированию жилищно-коммунального хозяйства. Именно с принятием Федерального закона от 21 июля 2007 г. № 185-ФЗ «О Фонде содействия реформированию жилищно-коммунального хозяйства»⁴⁸ (далее – Закон о Фонде) в России началось масштабное проведение капитального ремонта многоквартирных домов в России.

Финансирование реализации государственной политики капитального ремонта многоквартирного жилищного фонда в России было обеспечено за счет 240 миллиардов рублей, полученных от продажи ЮКОСа.⁴⁹

В Казахстане же о создании структуры, предусматривающей государственное финансирование капитального ремонта многоквартирных домов, заговорили лишь в 2011 год, базируя свой опыт, в том числе, и на основе уже проводимой в России реформы капитального ремонта. Так, Постановлением Правительства Республики Казахстан от 1 ноября 2010 года № 1146 была утверждена «Программа модернизации жилищно-коммунального хозяйства до 2020 года»⁵⁰ (далее – Программа). В соответствии с указанной программой Акционерное общество «Фонд развития ЖКХ» было создано лишь в 2011 году. Указанная программа актуализируется каждый год, и каждый год выносятся Постановление, заменяющее предыдущее. В соответствии с предлагаемой программой, к 2020 году предполагается расселить полностью весь аварийный, ветхий жилищный фонд. Что же касается иного жилищного фонда, чиновники не намерены финансировать проведение капитального ремонта многоквартирных домов за счет бюджетных средств, полагая, что тем самым искоренят иждивенческий

⁴⁷ Закон Российской Федерации от 04.07.1991 N 1541-1 "О приватизации жилищного фонда в Российской Федерации" // "Ведомости СНД и ВС РСФСР", 11.07.1991, N 28, ст. 959.

⁴⁸ Федеральный закон от 21 июля 2007 г. № 185-ФЗ «О Фонде содействия реформированию жилищно-коммунального хозяйства». // "Собрание законодательства РФ", 23.07.2007, N 30, ст. 3799.

⁴⁹ ЖКХ от ЮКОСа. // Электронный ресурс. Режим доступа URL: www.expert.ru (дата обращения 25.05.2015);

⁵⁰ Постановление Правительства Республики Казахстан от 01 ноября 2010 г. № 1146 «Об утверждении Программы модернизации жилищно-коммунального хозяйства до 2020 года» // Электронный ресурс. Режим доступа URL: www/online.zakon.kz. (дата обращения 25.05.2016 г.).

подход многих собственников.⁵¹

В отличие от европейских стран, бюджетная субсидия, предоставляемая согласно Закону о Фонде ЖКХ собственникам многоквартирных домов в Российской Федерации, очень велика – до 95 % от стоимости проводимых работ. Поэтому, как отмечают исследователи Института экономики города, Закон о Фонде не только не способствовал развитию системы кредитования, но и дал собственникам помещений основания надеяться на беспрецедентно большую безвозмездную бюджетную помощь⁵². В связи с этим предоставление бюджетной субсидии в меньшем размере в рамках других целевых государственных, региональных или муниципальных программ вызвало, по меньшей мере, не положительную, а отрицательную реакцию собственников жилья. Об этом ниже в статье.

Российский Фонд ЖКХ был создан в целях создания безопасных и благоприятных условий проживания граждан, повышения качества реформирования жилищно-коммунального хозяйства, формирования эффективных механизмов управления жилищным фондом, внедрения ресурсосберегающих технологий. Законом был определен статус, цели деятельности, функции и полномочия Фонда по предоставлению финансовой поддержки субъектам Российской Федерации и муниципальным образованиям на проведение капитального ремонта многоквартирных домов, а также на переселение граждан из аварийного жилищного фонда.

За период существования Фонда ЖКХ в многоквартирных домах производили замену лифтового оборудования, меняли крыши, инженерные коммуникации. Перечень работ был достаточно объемным.

Однако, как мы видим сегодня, проблема окончательно не решена, жилой фонд ветшает, а денежных средств в Фонде ЖКХ попросту недостаточно на проведение капитального ремонта всего многоквартирного жилого фонда, который нуждался в таком ремонте еще в период приватизации.

В 2013 году была принята поправка в закон о Фонде, которая продлила время его действия до 1 января 2018 года, но только в части финансирования переселения граждан из аварийного жилищного фонда и до момента расходования в полном объеме средств Фонда, предназначенных для осуществления его деятельности.

В настоящее время, поскольку срок деятельности Фонда в стадии завершения, одновременно с этим стартовал очередной этап государственной политики по капитальному ремонту многоквартирных домов путем создания некоммерческих организаций – Региональных операторов в каждом субъекте Российской Федерации, которые аккумулируют на своих счетах денежные

⁵¹ Половина многоквартирных домов в Казахстане требуют капитального ремонта.//Электронный ресурс. Режим доступа URL: www.kz.mir24.tv (дата обращения 25.05.2016 г.)

⁵² Реформа сектора жилищно-коммунального хозяйства в Казахстане. Анализ текущих условий и проблем в секторе ЖКХ.//Институт экономики города. Москва, 2010 г.

средства собственников жилья и направляют эти средства на ремонт многоквартирных жилых домов, порядок ремонта которых определяется в соответствии с Региональными программами капитального ремонта на территориях соответствующих субъектов. Вместе с этим, размер взносов на капитальный ремонт определяется не решением общего собрания, где можно было определить размер такого взноса, как это было ранее до 2014 г., а устанавливается на уровне конкретного субъекта, и, зачастую существенно выше, как если бы размер взноса был определен общим собранием собственников помещений в многоквартирном доме.

Государство оказалось весьма изобретательно при разработке очередного этапа политики капитального ремонта многоквартирных домов. Однако, стоит отметить, что на этом этапе появились свои «заложники ситуации». В так называемых «заложниках» оказались те дома, которые, по непонятным для собственников жилья причинам, поставлены в региональных программах капитального ремонта «в очередь» лишь через 20-30 лет. И это при условии, что на дату приватизации квартир в таких домах, ремонта общего имущества так и не было произведено. И здесь возникает та самая отрицательная реакция собственников жилья, о которой упоминалось выше в статье, поскольку на сегодняшний день государство не субсидирует проведения капитального ремонта в многоквартирных домах, как это происходило в период активной фазы деятельности Фонда ЖКХ. Собственники жилья в отдельных муниципальных образованиях отказываются от уплаты таких «сомнительных взносов на капитальный ремонт, полагая, что до того момента, пока и в их доме начнется ремонт, от жилого фонда уже ничего не останется, а деньги с населения будут собраны. Средства массовой информации, в свою очередь, пестрят заголовками «ваши деньги превратятся в пыль»⁵³. А между тем время идет, износ основных конструкций увеличивается. Не принимать меры уже нельзя. Не обращать внимание - тоже. Государство, к сожалению, не в силах справиться со сложившейся в секторе ЖКХ непростой ситуацией и, по мнению автора, государственная политика по проведению капитального ремонта нуждается в усовершенствовании. И не только со стороны государства. Население, проживающее в многоквартирных домах, в первую очередь должно стремиться участвовать в судьбе своего дома и контролировать деятельность управляющих организаций, осуществляющих содержание и эксплуатацию многоквартирных домов. А для этого, помимо закрепления отдельных регуляторов на законодательном уровне, таких как, установление порядка проведения общих собраний в многоквартирных домах, обязательность создания Советов многоквартирных домов, необходимо и практическое применение и апробирование таких механизмов, с целью заинтересовать

⁵³ "Ваши деньги превратятся в пыль!": жильцов екатеринбургской пятиэтажки призвали не платить взносы за капитальный ремонт. Электронный ресурс. Режим доступа URL: www.e1.ru. (дата обращения 25.05.2016 г.)

население в управлении многоквартирными домами, в желании осуществлять контроль и нести ответственность за свою собственность, а именно нести бремя содержания общего имущества, что, собственно, и закреплено в ст. 30 Жилищного Кодекса.⁵⁴

В Казахстане реализация Программы модернизации ЖКХ, рассчитанная на 2011-2020 гг. лишь набирает обороты, однако, эффективно не работает, потому что при определении порядка проведения капитального ремонта многоквартирных домов особое внимание уделяется проведению различных экспертиз, на основании которых АО «Фонд развития ЖКХ» определяет стоимость проведения капитального ремонта. Экспертизы строительных конструкций дорогостоящие, и, зачастую, население вынуждено отказываться от ремонта многоквартирных домов в соответствии с вышеупомянутой Программой, экономя при этом денежные средства без проведения экспертных оценок, и направляя указанные денежные средства на капитальный ремонт общего имущества. Таким образом, учитывая, что стоимость восстановительных работ по такой программе обходится дороже, чем проведение аналогичного капитального ремонта силами собственников помещений, с учетом самостоятельного привлечения и выбора подрядных организаций.

Законодательством Казахстана предусмотрена обязанность собственников помещений в кондоминиумах по внесению платы за капитальный ремонт общего имущества, однако, на сегодняшний день, порядок определения размера взносов на капитальный ремонт остается за решением общего собрания собственников помещений, с учетом устанавливаемых в территориях коэффициентах и денежные средства аккумулируются на сберегательных счетах органов управления многоквартирными домами, нежели как в РФ – на счете малоизвестного населению регионального оператора. Механизм сбора денежных средств на капитальный ремонт, казалось бы, определен. Однако, на законодательном уровне не предусмотрено контроля за сбором денежных средств.

Также как и в Российской Федерации, в Казахстане население волнуют одни и те же вопросы – куда поступят наши деньги? Каким образом возможен контроль за целевым расходованием данных денежных средств?

Безусловно, есть и плюсы государственной политики в секторе ЖКХ России и Казахстана, активизировать собственников жилья, поддерживать на законодательном уровне механизмы реализации порядка проведения капитального ремонта многоквартирных домов просто необходимо.

Оглядываясь на общее советское прошлое России и Казахстана, стоит сказать, что еще должен пройти ни один десяток лет прежде, чем каждый гражданин своей страны осознает, что его собственность в его руках, прежде, чем частный рынок управляющих организаций в жилищном секторе будет

⁵⁴ "Жилищный кодекс Российской Федерации" от 29.12.2004 N 188-ФЗ// "Парламентская газета", N 7-8, 15.01.2005.

настолько конкурентным, что при условии постоянной здоровой конкуренции будет повышаться качество текущего обслуживания жилищного фонда. В свою очередь, реализация государственной политики по проведению капитального ремонта многоквартирных домов в России и Казахстане не должна становиться объектом всеобъемлющего популизма среди политических деятелей, а должна являть собой эффективный инструмент взаимодействия государства, частного бизнеса и общества.

Использованные источники:

1. "Ваши деньги превратятся в пыль!": жильцов екатеринбургской пятиэтажки призвали не платить взносы за капитальный ремонт. [Электронный ресурс] Режим доступа URL: www.e1.ru. (дата обращения 25.05.2016 г.);
2. "Жилищный кодекс Российской Федерации" от 29.12.2004 N 188-ФЗ// "Парламентская газета", N 7-8, 15.01.2005;
3. ЖКХ от ЮКОСа.//[Электронный ресурс] Режим доступа URL: www.expert.ru (дата обращения 25.05.2015);
4. Закон Российской Федерации от 04.07.1991 N 1541-1 "О приватизации жилищного фонда в Российской Федерации"// "Ведомости СНД и ВС РСФСР", 11.07.1991, N 28, ст. 959;
5. Половина многоквартирных домов в Казахстане требуют капитального ремонта.//[Электронный ресурс] Режим доступа URL: www.kz.mir24.tv (дата обращения 25.05.2016 г.);
6. Постановление Правительства Республики Казахстан от 01 ноября 2010 г. № 1146 «Об утверждении Программы модернизации жилищно-коммунального хозяйства до 2020 года»//[Электронный ресурс] Режим доступа URL: www/online.zakon.kz. (дата обращения 25.05.2016 г.);
7. Реформа сектора жилищно-коммунального хозяйства в Казахстане. Анализ текущих условий и проблем в секторе ЖКХ.//Институт экономики города. Москва, 2010 г.;
8. Федеральный закон от 21 июля 2007 г. № 185-ФЗ «О Фонде содействия реформированию жилищно-коммунального хозяйства». //"Собрание законодательства РФ", 23.07.2007, N 30, ст. 3799;

Корепанова С.Ю.

магистрант, 2 курс

Уральский институт управления – филиал РАНХиГС

Российская Федерация, г. Екатеринбург

ПРОБЛЕМЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОГО КОМПЛЕКСА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Аннотация

В статье исследуются проблемы взаимодействия организаций жилищно-коммунального комплекса – управляющих компаний, ресурсоснабжающих организаций. Исследуются риски управляющих

организаций, выполняющих роль посредника в части исполнения финансовых обязательств населения при получении жилищно-коммунальных услуг. Анализируются последствия наступления рисков для предприятий жилищно-коммунального комплекса.

Ключевые слова: управляющая компания, ресурсоснабжающая организация, риски, банкротство.

Annotation:

The article deals with cooperation problems between organizations of housing-communal complex, management companies and energy supply companies. The author explores managing organizations' risks that perform the role of a mediator in terms of execution of financial obligations of the population with housing and communal services.

Keywords: management company, energy supply companies, risks, failure.

С вступлением в силу в 2005 году Жилищного кодекса Российской Федерации⁵⁵ (далее по тексту – ЖК РФ), собственникам жилья в многоквартирных домах было предоставлено право определиться, каким образом будет осуществляться управление многоквартирным домом.

В статье 162 ЖК РФ определены следующие способы управления:

- 1) непосредственное управление собственниками помещений в многоквартирном доме;
- 2) управление товариществом собственников жилья либо жилищным кооперативом или иным специализированным потребительским кооперативом;
- 3) управление управляющей организацией.

На практике, непосредственное управление встречается крайне редко. Однако, в контексте настоящей статьи, автор обращает внимание на третий способ управления – управляющей организацией.

Ранее, сфера жилищно-коммунального хозяйства в части осуществления функций управления многоквартирными домами была занята предприятиями-монополистами, которым в период 2005-2008 гг. в большинстве своем был передан жилищный фонд от бывших МУПов, ЖЭКов. И лишь крайние три-четыре года в крупных городах стали образовываться небольшие управляющие организации, в основном осуществляющие управление вновь построенными многоквартирными домами.

Первая причина появления таких небольших управляющих компаний, - предприятию, осуществляющему строительство многоквартирных домов, вполне удобно передавать жилой фонд в подконтрольную управляющую организацию. Так гораздо проще осуществлять взаимодействие в рамках исполнения гарантийных обязательств, а в отдельных случаях и наоборот, не

⁵⁵ "Жилищный кодекс Российской Федерации" от 29.12.2004 N 188-ФЗ// "Парламентская газета", N 7-8, 15.01.2005.

исполнять таковые. Вторая причина все же конкурирует с первой, - при грамотном управлении жилищным фондом, учитывая и состояние вновь построенных объектов, внедрение ресурсосберегающих технологий на этапе строительства, использование современных, соответствующих стандартам качества материалов при строительстве, и, безусловно, предприятие может иметь стабильную прибыль.

Организации, осуществляющие деятельность в сфере управления многоквартирными домами все без исключения являются коммерческими структурами, целью которых является извлечение прибыли. Но не стоит забывать и о возможных рисках.

Деятельность организаций, осуществляющих управление многоквартирными домами, во многом зависит от организации деятельности такой компании самим руководством, от того, каким образом организована работа по обслуживанию жилищного фонда, работа с населением и т.д. Немаловажным здесь является и уровень платежеспособности потребителей жилищно-коммунальных услуг.

Основная деятельность любой управляющей организации в секторе ЖКХ сводится к предоставлению, в первую очередь коммунальных услуг – электроэнергия, холодное и горячее водоотведение, газоснабжение, водоотведение. К услугам «второй очереди», не менее важным, но уже сопутствующим, относятся услуги по содержанию и обслуживанию общего имущества в многоквартирном доме – уборка территории и мест общего пользования, обслуживание инженерных коммуникаций, строительных конструкций многоквартирного дома и так далее. Кроме этого, управляющие организации выполняют работы по текущему и капитальному ремонту общего имущества. Учитывая изменения по порядку финансирования капитального ремонта многоквартирных домов на территории Российской Федерации, указанная тема остается за рамками настоящей статьи.

В соответствии с ч.2 ст. 162 Жилищного кодекса, по договору управления многоквартирным домом одна сторона (управляющая организация) по заданию другой стороны (собственников помещений в многоквартирном доме) в течение согласованного срока за плату обязуется оказывать услуги и выполнять работы по надлежащему содержанию и ремонту общего имущества в таком доме, предоставлять коммунальные услуги собственникам помещений в таком доме и пользующимся помещениями в этом доме лицам, осуществлять иную направленную на достижение целей управления многоквартирным домом деятельность.

В свою очередь, за предоставление управляющей организацией жилищно-коммунальных услуг, собственники помещений обязаны вносить плату в соответствии с требованиями статей 153-156 Жилищного кодекса.

Однако, по сути своей, управляющая организация при предоставлении жилищно-коммунальных услуг населению, чаще всего выполняет лишь посреднически-управленческие функции, осуществляя сбор денежных

средств и распределяя их по контрагентам. Контрагентами являются как подрядные организации, занимающиеся вопросами эксплуатации жилищного фонда, так и коммунальные гиганты в прямом смысле этого слова – ресурсоснабжающие организации.

Управляющая организация в данном случае лишь звено между ресурсоснабжающими организациями (далее по тексту – РСО) и конечными потребителями, и, здесь законодателем управляющие компании поставлены в довольно затруднительное положение, когда управляющая компания несет ответственность перед потребителем за качество той услуги, которую фактически предоставляет РСО, и, кроме этого, несет ответственность за своевременное поступление платежей за такие услуги от населения и своевременное перечисление таких платежей в счет оплаты потребленного коммунального ресурса РСО.

И если на сегодняшний день у собственников помещений в многоквартирном доме есть право выбора управляющей организации, то выбора ресурсоснабжающей организации, как правило, нет.

Итак, основная статья расходов населения за жилищно-коммунальные услуги складывается из взимания платы за предоставление коммунальных услуг. На сегодняшний день, порядок предоставления коммунальных услуг населению, проживающему в многоквартирных домах, регламентируется Постановлением Правительства РФ № 307 «О предоставлении коммунальных услуг гражданам»⁵⁶, утвержденном 23.05.2007 г., Постановлением правительства РФ № 354 «О предоставлении коммунальных услуг собственникам и пользователям помещений в многоквартирных домах и жилых домов»⁵⁷ от 06.05.2011 г.

При предоставлении коммунальных услуг гражданам необходимо учесть, что управляющая компания признается исполнителем, то есть юридическим лицом независимо от организационно-правовой формы или индивидуальным предпринимателем, предоставляющим потребителю коммунальные услуги. В свою очередь ресурсоснабжающая организация (далее по тексту – РСО) является юридическим лицом, осуществляющим продажу коммунальных ресурсов. В данном контексте управляющая организация выступает посредником между РСО и потребителем, с чем и связаны крупные риски.

Между управляющей организацией и РСО заключается Договор поставки коммунального ресурса для дальнейшего предоставления такого ресурса потребителям. При этом, цена закупаемого ресурса является регулируемой государством в лице Региональных энергетических комиссий

⁵⁶ "О порядке предоставления коммунальных услуг гражданам". Постановление Правительства РФ от 23.05.2006 N 307.// "Собрание законодательства РФ", 05.06.2006, N 23, ст. 2501.

⁵⁷ "О предоставлении коммунальных услуг собственникам и пользователям помещений в многоквартирных домах и жилых домов". Постановление Правительства РФ от 06.05.2011 N 354.// "Собрание законодательства РФ", 30.05.2011, N 22, ст. 3168.

субъектов. Законодательством и Договорами четко закреплен порядок расчетов между потребителем и исполнителем, между исполнителем и РСО. И здесь управляющие компании зачастую становятся заложниками ситуации, коммунальные услуги, предоставляемые РСО, должны быть оплачены вне зависимости от полноты поступления денежных средств за коммунальные услуги от владельцев помещений в обслуживаемых многоквартирных домах.

Ни одна из управляющих организаций на сегодняшний день не застрахована от рисков связанных с неплатежеспособностью жильцов, и вытекающего отсюда нерационального распределения финансовых ресурсов.

Таким образом, фактически, любая из управляющих организаций подвержена неплатежеспособности в случае неоплаты жилищно-коммунальных услуг населением, что может привести к банкротству.

В соответствии со ст. 2 Федерального закона № 127-ФЗ от 26.10.2002 г. «О несостоятельности (банкротстве)»⁵⁸ (далее по тексту – Закона о банкротстве) несостоятельность (банкротство) - признанная арбитражным судом неспособность должника в полном объеме удовлетворить требования кредиторов по денежным обязательствам и (или) исполнить обязанность по уплате обязательных платежей. В случае, если управляющая организация не может в необходимом объеме погасить образовавшуюся задолженность по обязательствам и выплатить обязательные платежи, то она может быть признана банкротом.

И, естественно, в целях недопущения банкротства предприятия, управляющая организация должна принимать меры в части осуществления своевременного сбора платежей в первую очередь с «проблемных» помещений, владельцы которых несвоевременно и (или) не полностью вносят плату за жилищно-коммунальные услуги.

Однако, все же если управляющая организация признается банкротом, необходимо последовательное прохождение процедуры, включающей в себя следующие этапы:

- подача заявления о банкротстве;
- введение процесса наблюдения;
- внешнее управление управляющей организацией;
- введение процедуры конкурсного производства;
- мировое соглашение/реструктуризация/ликвидация компании в зависимости от исхода предпоследнего этапа.

На стадии подачи заявления о признании должника банкротом, с таким заявлением в соответствии со ст. 7 Закона о банкротстве могут обратиться:

- кредитор управляющей организации;
- должник-управляющая организация в лице руководства;
- партнеры организации;
- собственники помещений в многоквартирном доме.

⁵⁸ "О несостоятельности (банкротстве)". Федеральный закон от 26.10.2002 N 127-ФЗ.// "Собрание законодательства РФ", 28.10.2002, N 43, ст. 4190.

Как правило, подача Заявления о признании управляющей компании несостоятельной (банкротом) приводит к тому, что управляющая компания прекращает свою деятельность на рынке ЖКХ.

Случаи, когда арбитражные управляющие все же выводят управляющие компании из банкротного состояния, на практике крайне редки. Кроме этого, признание управляющей организации несостоятельным (банкротом) позволит кредиторам таким способом уйти от кредитных обязательств и долгов.

На стадии наблюдения проводится анализ финансового состояния должника, обеспечивается сохранность имущества должника, рассматривается возможность восстановления платежеспособности должника с целью продолжения дальнейшей хозяйственной деятельности. Однако, на практике, стадия наблюдения при банкротстве организаций, осуществляющих деятельность по управлению многоквартирными домами, применяется крайне редко. Как правило, к банкротству прибегают управляющие организации уже в тех случаях, когда реальная задолженность перед РСО в разы превышает задолженность населения за жилищно-коммунальные услуги.

На стадии наблюдения проводится анализ финансового состояния компании, в результате которого фактически признается беспорядочное распоряжение финансовыми ресурсами, а возможно, выявляются мошеннические действия, приведшие к преднамеренному банкротству. В случае, когда восстановить эффективную деятельность управляющей организации уже не представляется возможным, в этом случае, месяца через два, как правило, вводится процедура конкурсного производства.

Следующая стадия – стадия внешнего управления управляющей организацией. Здесь, после того, как проведен анализ финансового состояния управляющей организации и есть шанс по восстановлению платежеспособности управляющей организации, арбитражным судом принимается решение о введении внешнего управления. Такое решение действительно может быть эффективным в том случае, если имеются достаточные основания и доказательства полагать, что задолженность управляющей организации перед кредиторами образована исключительно вследствие задолженности собственников помещений в многоквартирном доме перед такой организацией.

В этом случае, необходимо инициировать взыскание задолженности по оплате жилищно-коммунальных услуг с собственников помещений в судебном порядке, с возложением на таких должников не только судебных расходов, но и взыскания штрафов и пеней за просрочку исполнения обязательств.

Однако, в данном случае следует учитывать и особенности взыскания задолженности за оплату жилищно-коммунальных услуг с собственников помещений. Процедура взыскания денежных средств может быть сокращена во временном промежутке посредством вынесения судебного приказа, например. И важен не сам факт получения такого приказа, или же судебного

решения о взыскании денежных средств, сколько сам факт реальности взыскания денежных средств с должника-физического лица. А здесь уже необходимо рассматривать и процедуру взыскания денежных средств, и сам факт получения денежных средств на расчётный счет управляющей организации, то есть сам момент исполнения решения суда. К сожалению, на сегодняшний день часто возникают такие ситуации, когда гражданин является неплатежеспособным, отсутствуют официальные источники доходов и т.д. учитывая, что на сегодняшний день функционирует институт признания банкротом физического лица, фактически, процедура взыскания задолженности с населения на стадии внешнего управления может привести «ни к чему».

Следующая стадия называется конкурсным производством, на которой осуществляется удовлетворение требований заявившихся кредиторов. Очередность удовлетворения требований кредиторов указана в ст. 134 Закона о банкротстве. Стоит отметить, что в первую очередь погашаются текущие задолженности.

Конкурсная масса, за счет которой осуществляется удовлетворение требований кредиторов, определяется в соответствии с требованиями ст. 131 Закона о банкротстве. В состав конкурсной массы включается:

- имущество управляющей организации, которое имелось на момент начала процедуры конкурсного производства;
- имущество управляющей организации, которое было обнаружено в период инвентаризации, в процессе проведения конкурсного производства;

В конкурсную массу включается то имущество, которое принадлежит такой управляющей организации на праве собственности. То есть технические средства, транспортные средства, инвентарь должны быть учтены на балансе организации. Как правило, к моменту инвентаризации имущества на балансе организации нет. Часть имущества списывается, а часть изначально была выведена за пределы организации, например, посредством заключения договоров аренды на снегоуборочную технику, если речь идет о крупных управляющих организациях с большим количеством жилого фонда в управлении.

Интересным представляется подробно рассмотреть вопрос о том, включается ли в конкурсную массу денежные средства, поступающие от потребителей жилищно-коммунальных услуг. По закону, денежные средства, поступившие в счет оплаты за жилищно-коммунальные услуги распределяются пропорционально по всем статьям в платежном документе. Вопрос о том, подлежат ли поступающие платежи за жилищно-коммунальные услуги включению в конкурсную массу решается в судебном порядке. Здесь необходимо выяснить вопрос, являются ли поступающие на расчётный счет управляющей организации платежи текущими платежами в целях осуществления управляющей организацией деятельности по управлению многоквартирным домом, или же указанные платежи признаются прибылью

управляющей организации.

Чаще всего, как показывает практика, денежные средства, поступающие на расчетный счет управляющей организации, признаются судом прибылью такой организации и включаются в конкурсную массу. Данный подход, сформировавшийся в арбитражных судах, представляется автору настоящей статьи необоснованным. Денежные средства собственников помещений в соответствии с п. 118 Постановления правительства № 354, должны быть распределены пропорционально по всем видам жилищно-коммунальных услуг, оказываемых управляющей организацией населению.

Таким образом, фактически поступающие платежи за жилищно-коммунальные услуги уже распределяются пропорционально тем услугам, которые указаны в платежном документе и представляется возможным учитывать судам то обстоятельство, что платежи распределяются в соответствии со своим целевым назначением и таким образом могут быть распределены между кредиторами.

Банкротство предприятий жилищно-коммунального комплекса происходит достаточно часто. Задолженность населения за жилищно-коммунальные услуги далеко не единственная причина неблагоприятного финансового состояния предприятия.

К таким причинам можно отнести:

- повышение конкуренции на рынке управляющих организаций;
- халатное отношение руководства и сотрудников предприятия к осуществлению деятельности;

Основные статьи расходов организаций, осуществляющих деятельность по управлению многоквартирными домами это оплата услуг ресурсоснабжающим организациям, затраты для обслуживания многоквартирных домов, затраты на персонал организации.

Руководство управляющих организаций не боится банкротства предприятия – долги будут списаны, а спустя некоторое время может быть создана новая компания, и даже с одноименным названием с предыдущей.

После того, как пройдены все этапы банкротства, организация может быть ликвидирована.

На этой стадии возможны несколько вариантов развития событий:

1) создание новой, а возможно и одноименной управляющей организации и получение в управление все того же жилищного фонда (стоит отметить, что в свете необходимости лицензирования управляющих организаций, такой вариант все же возможен);

2) инициация органами местного самоуправления конкурса по отбору управляющей организации на многоквартирный дом;

3) инициация собственниками процедуры выбора способа управления – организация и создание товарищества собственников жилья, выбор иной управляющей организации;

Банкротство организаций жилищно-коммунального комплекса имеет

свои особенности с учетом специфики деятельности. Будучи исполнителем в части предоставления коммунальных услуг, управляющая организация фактически является агентом в части осуществления сбора денежных средств с населения и перечисления указанных денежных средств ресурсоснабжающим организациям. И, к сожалению, указанная особенность не отражена и в Законе о банкротстве, и не регламентирована в жилищном законодательстве, с точки зрения однозначного определения целевого назначения денежных средств для оплаты коммунальных услуг – являются ли все денежные средства собственностью управляющей организации с момента поступления таких денежных средств на расчетный счет, или же указанные денежные средства имеют строго целевое назначение – для непосредственной оплаты коммунальных услуг по Договорам с РСО, заключаемым управляющей организацией.

Использованные источники:

1. "Жилищный кодекс Российской Федерации" от 29.12.2004 N 188-ФЗ// "Парламентская газета", N 7-8, 15.01.2005.
2. "О порядке предоставления коммунальных услуг гражданам". Постановление Правительства РФ от 23.05.2006 N 307.// "Собрание законодательства РФ", 05.06.2006, N 23, ст. 2501.
3. "О предоставлении коммунальных услуг собственникам и пользователям помещений в многоквартирных домах и жилых домов". Постановление Правительства РФ от 06.05.2011 N 354.// "Собрание законодательства РФ", 30.05.2011, N 22, ст. 3168.
4. "О несостоятельности (банкротстве)". Федеральный закон от 26.10.2002 N 127-ФЗ.// "Собрание законодательства РФ", 28.10.2002, N 43, ст. 4190.

*Лавренова Е.С.
магистрант 1 курса
экономический факультет
Национальный исследовательский Томский государственный
университет (НИ ТГУ)
Россия, г. Томск*

**ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РОССИЙСКОГО РЫНКА ЦЕННЫХ
БУМАГ**

В статье приводится обоснование понятия «правовое регулирование российского рынка ценных бумаг». Отмечены основные цели, задачи государственного регулирования. Особое внимание уделено соотношению понятий государственное регулирование и государственное управление. Определена сущность и проблематика мегарегулятора на рынке ценных бумаг.

Ключевые слова: рынок ценных бумаг, регулирование рынка ценных бумаг, мегарегулятор, Банк России.

LEGAL REGULATION OF THE RUSSIAN SECURITIES MARKET

The explanation for the concept "legal regulation of the Russian security market" are given in article. The main purposes and objectives of state regulation are noted. The differences between concepts of state regulation and public administration are defined with special attention. The concept and the problematic of the megaregulator in the security market are determined.

Keywords: security market, regulation of the security market, megaregulator, Bank of Russia.

Формы и методы административно-правового регулирования рынка ценных бумаг

Основой государственного регулирования являются нормативные правовые акты. Изучение действующей нормативно-правовой базы в сфере рынка ценных бумаг (далее – РЦБ) позволяет говорить о таких особенностях, как множественность субъектов, уполномоченных на их принятие; наличие массива правовых актов, регулирующий отдельный вопрос, и излишняя его детализация в ущерб другим вопросам; параллельное действие новых и старых норм права; избыток отсылочных норм и исключений из общих правил; наличие дублирующих требований в нормативных актах различного уровня [1, С. 17].

Для определения целей и задач правового регулирования РЦБ важным вопросом является соотношении понятий «государственное управление» и «государственное регулирование». Если говорить о государственном регулировании, и о саморегулировании на фондовом рынке как его дополнительной составляющей, нужно отметить, что для российского РЦБ характерно многосубъектное государственное регулирование, осуществляемое несколькими государственными органами, с элементами саморегулирования. Однако сферы влияния саморегулируемых организаций значительно ограничены. Принцип делегирования государственных полномочий не осуществляется в полной мере (за исключением полномочий по аттестации специалистов в области РЦБ).

Необходимо сделать отдельный акцент на реформе органов государственного регулирования 2013 года, направленной на создание мегарегулятора финансового рынка в лице Банка России. Следует отметить, что ни мировая практика, ни теория государственного регулирования не дают однозначного ответа на вопрос, какой должна быть оптимальная организация регулирования и надзора на финансовых рынках, т.к. любые конструкции, эффективные в одних конкретных исторических условиях, перестают быть эффективными в других [3, С. 169]. Данная реформа предполагает сочетание Банком России функций организатора РЦБ и контролера за РЦБ, что с позиции, по меньшей мере, теории управления не является эффективным. Кроме того, если сравнивать объем полномочий Федеральной службы по финансовым рынкам до 2013 года, и полномочия Банка России в качестве мегарегулятора, то у последнего они значительно расширяются. При этом

акцент явно был сделан на усилении мер принудительного надзора за некредитными финансовыми организациями [4, С. 33]. Даже до того, как стать мегарегулятором финансового рынка, Банк России представлял собой огромную организацию. Помимо центрального аппарата Банк России имеет большое количество департаментов и других структурных единиц. На наш взгляд, создание мегарегулятора финансового рынка означает прекращение государственного регулирования, контроля и надзора за финансовым рынком как де-юре, так и де-факто [5, С. 65].

В зависимости от цели, содержания и момента их применения методы административно-правового регулирования РЦБ можно классифицировать следующим образом [2, С. 18]:

1. Согласно требованиям допуска на РЦБ к субъектам и объектам: государственная регистрация выпусков и отчетов об итогах выпуска ценных бумаг, лицензирование профессиональной деятельности на РЦБ, выдача разрешений саморегулируемой организации, аттестация специалистов и аккредитация организаций;

2. Применяемые в процессе осуществления деятельности уже допущенными участниками РЦБ: установление правил, ограничений и запретов на осуществление отдельных видов деятельности, требований к финансовой устойчивости и раскрытию информации, государственный контроль торговлей акциями открытых акционерных обществ, обращение ценных бумаг российских эмитентов за пределами Российской Федерации, оперативный мониторинг деятельности участников РЦБ.

После принятия экономических санкций в отношении России, Центральному банку следовало бы доработать меры регулирования с учетом оказания финансовой помощи рынку и его участникам.

Считаем необходимым осуществлять стимулирование инвестиций в российский фондовый рынок (особенно, в долгосрочные активы). Например, можно было бы освободить от налога доходы от продажи ценных бумаг инвесторов, находящихся в собственности более 3 лет.

Мы также считаем, что необходимо упростить положения Закона «О противодействии неправомерному использованию инсайдерской информации и манипулированию рынком и о внесении изменения в отдельные законодательные акты РФ». В настоящее время данный закон уже решает проблемы, связанные с низкой активностью инвесторов во втором и третьем эшелонах рынка. Он в значительной степени повышает привлекательность инвестиций в такие бумаги и защищает интересы добросовестных инвесторов [6, С. 100]. Также отметим, что делегирования полномочий по регулированию РЦБ Банку России, на наш взгляд, в рамках реформы не является положительным опытом. И следовало бы развивать данное направление регулирования в рамках отдельного регулирующего органа.

Использованные источники:

1. Объемы торгов на Московской бирже [Электронный ресурс] // Московская биржа. – Электрон. дан. – URL: <http://www.moex.com/n11282/?nt=120> (дата обращения: 25.11.2015).
2. Шархемуллина Э. У. : административно-правовое регулирование процедурной деятельности на рынке ценных бумаг : автореф. дис. ... к-та юридич. наук / Э. У. Шархемуллина. – М., 2013. – 26 с.
3. Иванов М. Особенности современной институционально-интегрированной модели регулирования финансового рынка России / М. Иванов, О. Пачкова // Казанский педагогический журнал. – 2014. – № 4 (105). – С. 166–175.
4. Звягинцева Н. А. Реформирование системы государственного регулирования рынка ценных бумаг: путь к мегарегулятору // Известия иркутской государственной экономической академии. – 2013. – № 5. – С. 27–34.
5. Тер-Акопов С. Исследование проблемы мегарегулятора российского финансового рынка / С. Тер-Акопов, Т. Кожевникова // Социально-экономические явления и процессы. – 2014. – № 7. – С. 63–68.
6. Греков М. Н. Правовое регулирование фондового рынка России в условиях экономических санкций // Актуальные проблемы российского права. – 2015. – № 3. – С. 95–101.
7. Рябова А. Ю. : Преступления, совершаемые на рынке ценных бумаг: социальная обусловленность, законодательная регламентация, квалификация : автореф. дис. ... к-та юридич. наук / А. Ю. Рябова. – М., 2013. – 25 с.
8. Лесников Н. Особенности регулирования рынка государственных ценных бумаг: проблемы и перспективы его развития / Н. Лесников, Н. Иващенко // Экономика и социум: современные модели развития. – 2014. – № 8-2. – С. 42–64.

Мелихов П.А.
старший преподаватель
кафедра «Философия, политология и право»
ФГБОУ ВО Волгоградский ГАУ
Россия, г. Волгоград
Дин Тинтин
студент 4-го курса
кафедра «Русского языка как иностранного»
ВГСПУ

Китай, городской округ Шанцю, провинция Хэнань

ПРОБЛЕМЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ЮРИСДИКЦИИ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

В статье исследуются проблемы определения юрисдикции при осуществлении интернет-коммерции, возникающие в следствие глобального характера сети Интернет и трансграничности современного электронного предпринимательства. Приводится краткий анализ киберпространственной интерпретации современного концепта юрисдикции.

Ключевые слова: юрисдикция, Интернет, киберпространство, интернет торговля, электронное предпринимательство, интернет-магазин, WEB 2.0

The article examines the problem of determining the jurisdiction of the implementation of e-commerce, arising in consequence of the global nature of the Internet and e-business transborder. A brief analysis of the modern interpretation of cyberspace jurisdiction concept.

Key words: Jurisdiction, internet, cyberspace, online trade, e-business, online store, WEB 2.0

Глобальный характер информационно-телекоммуникационной системы, в которую эволюционировала всемирная сеть Интернет с появлением технологии WEB 2.0, создает не только новые возможности в области скорости распространения информации и доступа к ней, но и порождает ряд проблем, в том числе и такой, как киберпространственная юрисдикция. Специфика инфраструктуры сети Интернет предопределяет чрезвычайно разнообразные сочетания сложных юридических составов правоотношений, в каждом из которых могут принимать участия субъекты, попадающие под юрисдикцию различных правовых систем национального, межгосударственного и международного характера [1].

Сетевая архитектура Интернет в последнее десятилетие существенным образом трансформировалась под влиянием технологии WEB 2.0, позволяющей осуществлять перераспределение каналов распространение информации в сети. В настоящее время основная роль в формировании информационных потоков принадлежит пользовательскому контенту, в то

время как сетевая инфраструктура выполняет лишь роль посредника при передаче данных между пользователями. Таким образом, произошло своеобразное «переформатирование» сети в направлении децентрализации не только потребления контента, но и его производства. В результате Интернет, постепенно эволюционируя в наднациональное информационное пространство, модифицирует и некоторые экономические и правовые дефиниции. Что касается понятия юрисдикции, то классическая правовая наука трактует ее как «установленную законом совокупность правомочий соответствующих государственных органов разрешать правовые споры и дела о правонарушениях, оценивать действия лица или иного субъекта права с точки зрения их правомерности либо неправомерности, применять юридические санкции к правонарушителям» [2].

Современная технология WEB 2.0 позволяет достигать такой степени децентрализации, при которой интернет-сайт, зарегистрированный, к примеру, в национальной доменной зоне РФ, в качестве провайдера ресурса может иметь компанию, находящуюся в юрисдикции совершенно другого государства. При этом, фактически, деятельность юридического лица, являющегося провайдером, может осуществляться в третьей стране, а серверы, на которых зарегистрировано доменное имя сайта, могут располагаться в четвертой и т.д. [3].

Интернет-банкинг и страхование, платежные системы, бронирование авиационных и железнодорожных билетов и гостиниц через Интернет, многочисленные интернет-магазины, как розничной, так и оптовой торговли, стали неотъемлемой частью киберпространства, без которой использование всемирной сети уже немыслимо. Особого внимания заслуживает электронное предпринимательство в контексте перспектив выхода на внешние рынки российских фермерских объединений при помощи средств Интернет-торговли. Продвижение отечественных производителей продовольствия через киберпространство актуализируется продолжающимися экономическими санкциями в отношении РФ и действием российских контрсанкций. В условиях общей стагнации продовольственных рынков использование возможностей электронной торговли может стать тем импульсом, который поможет российским фермерам выйти на качественно иной уровень производства [4].

Все вышесказанное может рассматриваться как анализ средне или долгосрочной перспективы развития Интернет-коммерции в РФ. Что же касается существующих реалий, то необходимо констатировать абсолютное количественное и качественное превалирование в рунете китайских торговых интернет-площадок, совершение покупок на которых приобрело в РФ всеобщий характер. Ежемесячно на таких Интернет-ресурсах как <http://www.aliexpress.com> и <http://www.gearbest.com> заключаются десятки тысяч сделок с участием российских граждан. По данным, опубликованным на сайте «Секрет фирмы» (<http://secretmag.ru>), ежемесячный объем покупок на

AliExpress, совершаемых резидентами РФ составляет \$120 млн [5].

Практика совершения покупок на китайских торговых интернет-порталах покупателями, имеющими иной, по сравнению с гражданами КНР, юридический статус, может быть сопряжена с рядом правовых осложнений, в том числе и юрисдикционного свойства. В частности, коллизии российского и китайского законодательства обусловлены разностью подходов в правовом регулировании трансграничной передачи персональных данных; соблюдении прав потребителей при транспортировке и доставке товара; порядка рассмотрения споров при случае обнаружения в товаре недостатков; при возмещении причиненного некачественным товаром вреда и т.п. Все эти вопросы непосредственно увязаны с необходимостью установления юрисдикции при осуществлении хозяйственной деятельности через Интернет. В частности, в соответствии с китайским законодательством в области Интернет-торговли, на покупателей, нерезидентов КНР, распространяется действие Конвенции Совета Европы о защите физических лиц при автоматизированной обработке персональных данных. Таким образом, обязанность по защите персональных данных покупателя, в соответствии с Конвенцией, возлагается на магазин [6].

Что касается отечественного подхода к проблеме определения юрисдикции, то, с нашей точки зрения, правовая природа данного института должна рассматриваться в общем концепте информационного пространства, образуемого всемирной сетью. Российская система права не имеет легальной формулировки Интернет, однако, в научной литературе понятие «Интернет» чаще всего определяется как «всемирная система объединённых компьютерных сетей для хранения и передачи информации на основе протоколов передачи данных ТСП/IP». С точки зрения определения юрисдикции такое определение означает, что сеть Интернет не содержит каких бы то ни было территориальных или государственных ограничений для размещения информации или доступа к ней.

Вместе с тем следует констатировать, что российскими органами государственной власти так или иначе продвигается необходимость введения понятия «виртуальной территории Российской Федерации», под которой должны пониматься Интернет-ресурсы, зарегистрированные в доменных зонах .su, .ru и .rf, поскольку информация на данных страницах предназначена для потребителей в России. Эта позиция нашла свое выражение, например, в письме Федеральной антимонопольной службы от 13.09.2012, в котором обосновывается позиция ФАС РФ, по вопросам применения ст. 21 Федерального закона «О рекламе». Согласно позиции, изложенной в письме, к сфере полномочий антимонопольного органа по надзору за соблюдением законодательства о рекламе в сети Интернет относится реклама, размещенная на интернет-сайтах, зарегистрированных в вышеупомянутых доменных зонах, либо на русскоязычных страницах сайтов иных доменных зон. Иными словами, очерчивается некая виртуальная

граница, в пределах которой распространяется действие российского законодательства в киберпространстве.

Использованные источники:

1. Азизов Р.Ф. оглы. Правовые проблемы определения юрисдикции в сети Интернет // Информационное право. 2014. № 5. С. 25 - 29.
2. Интернет сайт «Академик». Юридический словарь [Электронный ресурс]. URL: <http://dic.academic.ru> (дата обращения: 15.06.16).
3. Попова Л.В., Лата М.С. Анализ управления инновационным риском при реализации аграрных новаций // Научное обозрение. Серия 1: Экономика и право. 2015. № 6. С. 57-65.
4. Лата М.С. Проблемы экономического развития малого предпринимательства в аграрном секторе экономики Волгоградской области // Вестник Казанского государственного аграрного университета. 2013. Т. 8. № 4 (30). С. 22-26.
5. Интернет сайт «Секрет фирмы» [Электронный ресурс]. URL: <http://secretmag.ru> (дата обращения: 03.06.16).
6. Лата М.С., Чжан Жуй. Электронная торговля органической сельхозпродукцией, произведенной фермерскими хозяйствами в РФ // Развитие современной науки: теоретические и прикладные аспекты: сборник статей студентов, магистрантов, аспирантов, молодых ученых и преподавателей / Под общ. ред. Т.М. Сигитова. Пермь: ИП Сигитов Т.М., 2016. с. 127-128.

*Мелихов П.А.
старший преподаватель
кафедра «Философия, политология и право»
ФГБОУ ВО Волгоградский ГАУ
Россия, г. Волгоград
Лю Цзиньюй
студент 4-го курса
факультет иностранных языков
Хэйбэйский педагогический университет
Китай, г. Ланфан*

**ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ
ПРОДУКЦИЕЙ: МЕЖДУНАРОДНО-ПРАВОВОЙ АСПЕКТ**

В статье исследуется проблематика международно-правового регулирования электронной торговли продукций сельскохозяйственного производства. Приводится краткий анализ действующих российских и международных нормативно-правовых актов, регулирующих торговлю посредством сети интернет.

Ключевые слова: Интернет, малые формы хозяйствования, электронная торговля, экологически чистая продукция, органическое сельское хозяйство.

In the article the problems of international legal regulation of electronic commerce agricultural products. A brief analysis of current Russian and international legal acts regulating the trade via the Internet.

Keywords: Internet, small forms of management, e-valued in human and environmentally friendly products, organic agriculture.

Одной из тенденций развития продовольственных рынков последнего десятилетия стал рост популярности здорового питания, снижение потребления генетически модифицированных продуктов, а также продуктов, выращенных с применением гербицидов, инсектицидов, химических и биологических стимуляторов роста. Востребованность экологически чистой продукции становится трендом не только на традиционных потребительских рынках, но и в большой степени определяет становление Интернет-торговли продуктами питания. В России электронная торговля продукцией сельскохозяйственного производства является, помимо всего прочего, еще и насущной необходимостью, обусловленной неразвитостью транспортно-логистических систем в агропромышленном производстве, удаленностью и труднодоступностью региональных агропродовольственных рынков для как для самих фермеров, так и для жителей мегаполисов [1].

Рост объемов продаж сельскохозяйственной продукции при помощи различного рода Интернет-ресурсов фиксируется практически во всех сегментах агропродовольственного рынка. Прежде всего, это касается универсальных торговых веб-площадок, осуществляющих коммерческую деятельность в аграрной сфере. Существуют и специализированные интернет-магазины, деятельность которых направлена исключительно на продажу сельскохозяйственной продукции, как правило произведенную при помощи органических и экологически чистых технологий. И хотя сельскохозяйственная интернет-коммерция представляет собой все еще сравнительно новый сегмент Интернет-торговли, необходимо констатировать, что этот вид продаж становится все более распространенным и прибыльным способом ведения агробизнеса. Экспансия электронной торговли в аграрную сферу оказывает влияние на все стороны агропромышленного производства, включая производство продукции, ее хранение, логистику, маркетинг и т.п. Немаловажную роль в этом процессе играет правовое сопровождение компаний, использующих всемирную сеть для продвижения продукции сельскохозяйственного производства [2].

Российское законодательство, регулирующее сферу электронной торговли, пока еще в значительной мере выполняет функцию правового закрепления уже существующих отношений. Иными словами, имеет место определенное отставание нормативно-правового регулирования от темпов развития современного информационного общества. В научных кругах и экспертном сообществе сегодня поднимается вопрос о необходимости

разработки и принятия закона «Об электронной торговле», однако перспективы его принятия остаются крайне туманными. Базовыми источниками права, регулирующими информационные отношения, остаются федеральные законы «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», «О персональных данных», «О защите прав потребителей», «Об электронной подписи» и др. Как видим, только первый из указанных законодательных актов является специализированным законом в области информационных технологий и электронных коммуникационных систем.

Что касается международных документов, то базовым нормативным актом в данной области является Типовой закон «Об электронной торговле» ЮНСИТРАЛ 1996 г. Кроме того, отношения в сфере электронной коммерции регулируются Конвенцией ООН об использовании электронных сообщений в международных договорах от 2005 г., Декларацией о свободе обмена информацией в Интернете 2003 г., Европейской декларацией о правах человека и верховенстве права в информационном обществе 2005 г., Хартией глобального информационного общества 2000 г. и др. Кроме того, интересен анализ правоприменительного опыта США и стран Евросоюза, правовые системы которых, содержат достаточно развитые институты регулирования Интернет-торговли и опыт которых может представлять определенную ценность с точки зрения его адаптации в российскую правовую конструкцию [3].

Как известно, заключение договора путем обмена электронными сообщениями российским гражданским законодательством допускается, однако законодатель не посчитал нужным конкретизировать специфику подобных договоров посредством указания взаимных прав и обязанностей контрагентов в части информационной составляющей. Подобного рода сделки, согласно законодательству РФ о защите прав потребителей, регулируются правилами продажи товаров дистанционным способом. Согласно этим правилам, «дистанционной» является «... продажа товаров по договору розничной купли-продажи, заключаемому на основании ознакомления покупателя с предложенным продавцом описанием товара, содержащимся в каталогах, проспектах, буклетах либо представленным на фотоснимках или с использованием сетей почтовой связи, сетей электросвязи, в том числе информационно-телекоммуникационной сети Интернет, а также сетей связи для трансляции телеканалов и (или) радиоканалов, или иными способами, исключающими возможность непосредственного ознакомления покупателя с товаром либо образцом товара при заключении такого договора» [4].

Что касается европейского подхода, согласно Директива № 97/7/ЕС Европарламента и Совета ЕС «О защите потребителей по договорам, заключаемым дистанционным способом» договором, заключаемым дистанционно, является «... договор на поставку товаров или услуг,

заключаемый между поставщиком и потребителем в рамках схемы дистанционной продажи товаров или оказания услуг, организованной поставщиком, который в связи с заключением такого договора использует исключительно одно или несколько средств дистанционной коммуникации до момента заключения такого договора».

Как видим, российская трактовка «дистанционной» торговли не совпадает с европейской и в большей степени базируется на невозможности непосредственного ознакомления потребителя с товаром, независимо от того относится ли товар к продовольственной группе (является сельхозпродукцией или сыром). С другой стороны, торговля пищевыми продуктами в РФ представляет собой весьма сложный юридический состав, регулируемый целым рядом законодательных и нормативно-правовых актов как ограничительного, так и запретительного характера. В частности, федеральными законами «О качестве и безопасности пищевых продуктов», «О техническом регулировании», «О лицензировании отдельных видов деятельности» и др. накладывается целый ряд ограничений на оборот пищевых продуктов и изделий в РФ.

Использованные источники:

1. Лата М.С. Проблемы экономического развития малого предпринимательства в аграрном секторе экономики Волгоградской области // Вестник Казанского государственного аграрного университета. 2013. Т. 8. № 4 (30). С. 22-26.
2. Лата М. С., Дин Тинтин. Зарубежный опыт реализации сельскохозяйственной продукции посредством интернет-продаж // Развитие современной науки: теоретические и прикладные аспекты: сборник статей студентов, магистрантов, аспирантов, молодых ученых и преподавателей / Под общ. ред. Т.М. Сигитова. – Пермь: ИП Сигитов Т.М., 2016. – с. 126-127.
3. Попова Л.В., Лата М.С. Анализ управления инновационным риском при реализации аграрных новаций // Научное обозрение. Серия 1: Экономика и право. 2015. № 6. С. 57-65.
4. Постановление Правительства РФ от 27.09.2007 N 612 (ред. от 04.10.2012) «Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом» // Российская газета. № 219. 03.10.2007.

*Терновцова А.М.
Россия, г. Белгород*

УБИЙСТВО МАТЕРЬЮ НОВОРОЖДЕННОГО РЕБЕНКА: ПОНЯТИЕ, ПРИЧИНЫ И УГОЛОВНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

Статья посвящена такой проблеме, как убийство новорожденных детей своими матерями на территории Российской Федерации. Детально рассматриваются критерии новорожденности, виды убийств матерью новорожденного ребенка. Дана характеристика обязательным объективным и субъективным признакам состава преступления. В статье, также,

затрагиваются формы вины и виды умысла.

Ключевые слова: новорожденный ребенок, убийство, мать, суррогатная мать, детоубийство, уголовный кодекс.

The article is about the problem of killing newborn babies by their own mothers in the territory of the Russian Federation. We scrutinize the criteria of newborns and the kinds of murders newborn babies by their own mothers. There are characteristics of compulsory objective and subjective attributes of the components of crime. There are also forms of guilt and kinds of criminal intent in the article.

Key words: newborn baby, murder, mother, surrogate mother, infanticide, criminal code.

Следует признать, что сегодня в уголовном законодательстве достаточно четко прослеживается широкое использование принципа гуманизма. В частности, в Уголовный кодекс Российской Федерации была включена ст. 106 «Убийство матерью новорожденного ребенка», которая, являясь нормой привилегированной, определила максимальное наказание, установленное в данной статье, в пять лет лишения свободы. Причем, обратим внимание, что ряд авторов, ставят под сомнение необходимость самого существования данной нормы и поддерживают положения УК РСФСР, где рассматриваемое преступление относилось к, так называемому, "простому" убийству. Более того, конструктивные признаки состава преступления, предусмотренного ст. 106 УК РФ сравнительно далеки от однозначного его понимания. Следует иметь в виду, что за время действия данной нормы в теории и на практике ее применения выявились существенные противоречия, ставящие под сомнение не только целесообразность, но и её эффективность. Попытаемся выявить обозначенные особенности и предложить свою форму решения отдельных вопросов, возникающих на практике.

Считаем, что изначально следует определить форму и вид состава рассматриваемого преступления, и, прежде всего, его обязательные объективные и субъективные признаки.

Как представляется, объектом анализируемого преступления является жизнь новорожденного ребенка, в связи с тем, что потерпевшим по указанной норме является ребенок, рожденный матерью. Поэтому правоприменителю необходимо раскрыть содержание понятия «новорожденный ребенок», которое, на наш взгляд, является достаточно сложным и оценочным. Поэтому, для более четкого понимания его содержания, необходимо рассмотреть следующие критерии новорожденности.

1. Педиатрический критерий - длительность периода новорожденности составляет не менее одного месяца.

2. Судебно-медицинский критерий – согласно данному показателю, ребенок считается новорожденным в течение 24 часов с момента начала нормальных физиологических родов.

3. Акушерский критерий – ребенок считается новорожденным в

течение одной недели с момента отделения плаценты от утробы матери.

Практика показала, что в юриспруденции, обычно, при квалификации деяния по статье 106 УК РФ, применяется лишь судебно-медицинский критерий. Следовательно, если женщина убивает своего новорожденного ребенка по истечении одних суток, её деяние подлежит квалифицировать по п. «в» ч. 2. ст. 105 УК РФ (убийство малолетнего, заведомо для виновного находящегося в беспомощном состоянии).

На наш взгляд, объективная сторона преступления выражается в лишении матерью жизни своего новорожденного ребенка. Отметим, что доктор юридических наук, профессор А. И. Рарог в комментариях к УК РФ выделяет 3 самостоятельных вида убийства матерью неврожденного ребенка:

1. во время родов или сразу же после родов;
2. в условиях психотравмирующей ситуации;
3. в состоянии психического расстройства, не исключающего вменяемости⁵⁹.

Как справедливо отмечал в свое время русский криминалист Н.С. Таганцев: «...исходная точка, с которой смотрит закон на детоубийство, заключается в особенном психическом состоянии роженицы, и сообразно с этим, строится весь состав преступления»⁶⁰.

Рассматривая субъективную сторону данного преступления, полагаем, что убийство матерью новорожденного ребенка может быть совершено исключительно в умышленной форме. В свою очередь, умысел может быть как прямой, так и косвенный.

Считаем, что субъектом данного преступления выступает мать новорожденного ребенка, достигшая 16 летнего возраста, обладающая критерием вменяемости.

Рассуждая об ответственности субъекта преступления, а именно матери новорожденного ребенка, хотелось бы обратить внимание еще на один существенный признак. Он связан с проблемой признания субъектом рассматриваемого преступления так называемой «суррогатной матери». Одни авторы допускают возможность привлечения ее к уголовной ответственности по ст. 106 УК РФ, другие же придерживаются противоположных взглядов, считая необходимостью правовой оценки содеянного по п. «в» ч.2 ст. 105 УК РФ.

Отметим, что данная привилегированная норма создана законодателем исходя из особого психического состояния самой роженицы, в свою очередь, «суррогатная мать» в физиологическом смысле является матерью новорожденного ребенка. И при этом не имеет значения, каким было оплодотворение — естественным либо с использованием иных репродуктивных технологий. Считаем, что для разрешения данной проблемы,

⁵⁹ Комментарий к Уголовному кодексу Российской Федерации. - 9-е изд., перераб. и доп./отв. ред. А.И. Рарог. – изд. «Проспект», 2013, с. 250;

⁶⁰ Таганцев Н.С. – О преступлениях против жизни по русскому праву. Изд. 2-е – Спб, 1873, с. 30.

необходимо из диспозиции статьи 106 УК РФ исключить термин «мать» и ввести термин «роженица»⁶¹.

Однако, нередко встречаются ситуации, когда новорожденного ребенка убивает не сама роженица, а другое лицо по ее просьбе, либо в преступных действиях совместно участвуют иные лица. В данных случаях, квалификации по ст. 106 УК РФ подлежит лишь мать новорожденного ребенка, поскольку именно женщина, родившая ребенка, испытывает значительное и достаточно глубокое эмоциональное потрясение, вызванное появлением своего новорожденного ребенка, что, в свою очередь, влияет на совершение самого посягательства. Исходя из изложенного, сделаем вывод, что иные лица, участвовавшие в совершении убийства новорожденного ребенка, подлежат уголовной ответственности по п. «в» ч.2. ст. 105 УК РФ.

В настоящее время, на территории Российской Федерации совершается множество преступлений, квалифицируемых по ст. 106 УК РФ. К сожалению, нередко встречаются случаи, когда мать убивает своего родного новорожденного ребенка из корыстных целей. На наш взгляд, законодателю необходимо внести некоторые коррективы в диспозицию указанной статьи, ибо любая, маргинальной направленности девушка, может использовать действующую формулировку закона как способ избавления от заведомо нежелательного ребенка. Полагаем, что в качестве распознающего фактора эмоционально нестабильного состояния женщины, может служить не один, а два и более особенностей детоубийства. Причем, необходимо доказать, что женщина, убивая своего новорожденного ребенка, не имела заранее запланированного умысла, а умысел внезапно возник либо в условиях психотравмирующей ситуации, или же в особом состоянии роженицы - в состоянии психического расстройства, не исключающего вменяемости.

Именно таким образом, по нашему мнению, эта правовая оценка будет адекватной правовой реакцией на участвовавшие случаи убийств матерью новорожденного ребенка.

Использованные источники:

1. Комментарий к Уголовному кодексу Российской Федерации. - 9-е изд., перераб. и доп./отв. ред. А.И. Рарог. – изд. «Проспект», 2013, с. 250;
2. Таганцев Н.С. – О преступлениях против жизни по русскому праву. Изд. 2-е – Спб, 1873, с. 30;
3. Гребеньков А.А., Шевелева С.В., - Особенности привлечения к ответственности женщин за убийство своих новорожденных детей, Электронный журнал «Уголовный процесс».

⁶¹ Гребеньков А.А., Шевелева С.В., - Особенности привлечения к ответственности женщин за убийство своих новорожденных детей, Электронный журнал «Уголовный процесс».

*Терновцова А.М.
Россия, г. Белгород*

ДОБРОВОЛЬНЫЙ ОТКАЗ ОТ ПРЕСТУПЛЕНИЯ: ПОНЯТИЕ, ОСНОВАНИЯ И ОТЛИЧИЕ ОТ ДЕЯТЕЛЬНОГО РАСКАЯНИЯ

В статье осуществляется толкование понятия «добровольный отказ от преступления». Приводится описание понятия «преступление», а, также, указываются стадии совершения преступления. Детально рассматриваются отличительные особенности добровольного отказа от преступления и деятельного раскаяния.

Ключевые слова: добровольный отказ от преступления, преступление, деятельное раскаяние, вина, Конституция Российской Федерации.

There is an interpretation of such kind of conception as a "voluntary abandonment of the criminal purpose" in the article. A description of such kind of conceptions as a "crime" and "steps of the crime" are showed in the article. We scrutinize distinctive features of a voluntary abandonment of the criminal purpose and an active repentance.

Key words: a voluntary abandonment of the criminal purpose, a crime, an active repentance, guiltiness, the Constitution of the Russian Federation.

Как известно, преступления относятся к числу самостоятельно выбираемых человеком поступков, так как в преступном поведении находят свободное выражение сознание и воля человека. В свою очередь, воля – это психологический критерий, характеризующий способность лица осознано реагировать на события в окружающем мире, поэтому конкретное физическое лицо может быть привлечено к уголовной ответственности лишь в том случае, если оно совершило преступное деяние по собственной воле⁶². Согласно Конституции РФ, человек, его права и свободы являются высшей ценностью, а признание, соблюдение и защита прав и свобод человека и гражданина выступают, обязанностью государства⁶³. Исходя из ст.7 УК РФ, уголовное законодательство, обеспечивает безопасность человека, следовательно, любое лицо, покушающееся на материальные или нематериальные блага других физических лиц, обязано понести наказание в соответствии с действующим уголовным законодательством.

В рамках данного исследования, прежде всего, считаем целесообразным дать определение понятия «преступление», под которым понимается виновно совершенное общественно опасное деяние, запрещенное уголовным кодексом под угрозой наказания⁶⁴.

В ч.1 ст.29 УК РФ указано, что преступление признаётся оконченным, если в совершённом лицом деянии содержатся все признаки состава

⁶² Степанюк О. С. Уголовное право: учебно-методический комплекс. Белгород, 2005. С. 40-41;

⁶³ Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 № 7-ФКЗ, от 05.02.2014 № 2-ФКЗ, от 21.07.2014 № 11-ФКЗ);

⁶⁴ Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 №63-ФЗ (в ред. от 02.06.2016 №162-ФЗ).

преступления, предусмотренного уголовным кодексом, т.е., имеют место объективные (объект, объективная сторона) и субъективные (субъективная сторона, субъект) признаки состава преступления. Причем, следует иметь в виду, что, в соответствии с ч.2 ст. 31 УК РФ, лицо не подлежит уголовной ответственности за преступление, если оно добровольно и окончательно отказалось от доведения этого преступления до конца, при наличии осознанной возможности его завершения.

Как известно, не все противоправные деяния могут быть признаны преступными. В частности, в соответствии с ч. 2 ст. 14 УК РФ не является преступлением действие или бездействие, хотя формально и содержащее признаки какого-либо деяния, предусмотренного уголовным законом, но в силу малозначительности не представляющее общественной опасности. Причем, малозначительным признается деяние, которое не только не повлекло, но и не могло повлечь наступления общественно опасных последствий.

Говоря о преступлении, нельзя не упомянуть о стадиях совершения преступления. Стадии совершения преступления – это определенные этапы, которые проходит преступление в своем развитии от подготовительных действий до конца, т.е. до наступления общественно опасных последствий (в материальных составах). Поэтому, в тех случаях, когда развитие преступления было прервано на одной из стадий до его завершения, речь идет о неоконченной преступной деятельности.

Отметим, что существенным является тот факт, что добровольный отказ от преступления возможен только на следующих стадиях:

- 1) Приготовления к преступлению;
- 2) Неоконченного покушения на общественно опасное деяние.

Необходимо проводить отличие понятия «добровольный отказ от преступления» от понятия «деятельное раскаяние». Это отграничение наблюдается в следующем:

1) Добровольный отказ от преступления возможен лишь на стадиях приготовления или неоконченного покушения (при условии, что лица сохраняется контроль над происходящей ситуацией), а деятельное раскаяние имеет место и после окончания преступного посягательства.

2) Добровольный отказ от преступления предусматривает освобождение от уголовной ответственности, а деятельное раскаяние является обстоятельством, смягчающим наказание.

3) При добровольном отказе – состава преступления нет, в свою очередь, при деятельном раскаянии состав преступления имеет место.

4) Деятельное раскаяние может осуществляться лишь в активной форме поведения (например, в форме явки с повинной, активном способствовании раскрытию преступления, заглаживания вреда и т.д.), а добровольный отказ от преступления проявляется как в активной, так и в пассивной формах.

Если исследовать отличительные особенности этих двух понятий с точки зрения лица, совершившего преступное деяние, то, на наш взгляд, достаточно спорным является фактор необходимости осознания лицом собственной вины. Считаем, что конкретный субъект, раскаявшийся в преступном деянии, возместивший причиненный ущерб, либо способствовавший раскрытию преступления и совершающий иные активные позитивные посткриминальные действия, может и не раскаиваться в содеянном.

В свою очередь, говоря о добровольном отказе от преступления, необходимо отметить, что мотивы отказа могут носить самый различный характер. Здесь, именно, раскаяние, страх перед возможной ответственностью, сострадание к потерпевшему, осознание безнравственности своего поведения имеют уголовно-правовое значение. Отметим, что лицо, добровольно отказавшееся от совершения преступления, должно осознавать возможность доведения преступных действий до конца.

Исходя из изложенного, можно сделать вывод, о том, что «добровольный отказ от преступления» и «деятельное раскаяние» - это два разных понятия, которые совершаются при соответствующих обстоятельствах и имеют отличительные друг от друга признаки. В добровольном отказе от преступления немаловажен факт присутствия поощрительной нормы, ведь в связи с отказом лица от совершения преступного деяния, уголовное законодательство поощряет его исправление и освобождает данное лицо от уголовной ответственности.

Использованные источники:

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 № 7-ФКЗ, от 05.02.2014 № 2-ФКЗ, от 21.07.2014 № 11-ФКЗ);
2. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 №63-ФЗ (в ред. от 02.06.2016 №162-ФЗ);
3. Степанюк О. С. Уголовное право: учебно-методический комплекс. Белгород, 2005. С. 40-41.

*Шагиева Л.И.
студент 1 курса
Давлетишина Г.Т.
студент 1 курса
факультет «Юриспруденция»
Стуколова Л.С.
научный руководитель
Башкирский государственный университет
Россия, г. Стерлитамак*

СЕМЕЙНОЕ ПРАВО В ПЕРИОД ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ

В данной статье рассматриваются изменения, произошедшие в области семейного права в период Великой Отечественной войны. Был предпринят ряд мер, направленных на укрепление семей, поддержание многодетных, неполных семей и обеспечение хороших условий жизни детей.

Ключевые слова: семейное право, ВОВ, семья, брак,

FAMILY LAW IN THE PERIOD OF THE GREAT PATRIOTIC WAR

This article discusses the changes that have occurred in the area of family law in the period of the great patriotic war. There have been a number of measures aimed at strengthening the maintenance of large families, single-parent families and ensuring good living conditions for children.

Keywords: family law, the great patriotic war, family, marriage.

Изменения, произошедшие в стране в период Великой Отечественной войны, не могли не коснуться права, хотя основные принципы его оставались неизменными.

Существенные изменения произошли в области семейного права, которые были направлены на укрепление института брака, поощрение рождаемости, поддержку многодетных семей.

В связи с военными действиями, количество детей-сирот резко возросло. Так Указ от 8 июня 1944 г. Президиума Верховного Совета СССР увеличил государственную помощь беременным женщинам, многодетным и одиноким матерям, предусматривавший ряд мер помощи: выделялись пособия, отпуска, открывались ясли и детские сады. Пособие одиноким матерям устанавливалось в следующих размерах: 100 рублей на одного ребенка, 150 рублей на двух детей, 200 и более рублей на 3 и более детей. Беременным выдавались дополнительные пайки. Указ увеличил отпуска по беременности и родам с 63 до 77 дней. Также были установлены почетное звание "Мать-героиня" и медаль "За материнство". Вместе с тем этот Указ предусматривал порядок, при котором права и обязанности супругов порождал только зарегистрированный брак.

Для решения проблемы деторождения в октябре 1941 г. вводится налог на холостяков, одиноких и бездетных граждан. Бездетные мужчины от 20 до

50 лет и бездетные замужние женщины от 20 до 45 лет должны были отчислять 6% зарплаты государству. Меньшая ставка предусматривалась для тех, кто получал менее 91 рубля в месяц. С заработка менее 70 рублей налог не взимался. В 1949 году налог повышен для сельского населения, в результате чего сельчане, не имеющие детей платили 150 рублей в год, одного ребенка - 50 рублей, двух детей - 25 рублей в год, до 1952 года. Освобождались от налога лица, не имевшие возможности завести ребёнка по состоянию здоровья. От уплаты налога освобождались лица, у которых дети погибли, умерли или пропали без вести на фронтах Великой Отечественной войны. Также существовали льготы для учащихся средних специальных и высших учебных заведений (до 25 лет), для Героев Советского Союза, для награждённых тремя степенями ордена Славы, для военнослужащих и членов их семей и т. д.

Было изменено и законодательство о разводе. Были выделены две стадии разводного процесса. Первоначально народный суд принимал все возможные меры к примирению супругов. Если такие меры не помогли, то дело направлялось в вышестоящий суд, принимавший решение о разводе. Увеличивался размер пошлины за выдачу свидетельства о разводе - от 500 до 2000 руб. В местной газете обязательно опубликовывалось объявление о разводе.

В условиях военного времени возникла острая необходимость в мероприятиях по борьбе с детской беспризорностью и безнадзорностью. Введенные 23 января 1942 г. правила о патронате предусматривали направление оставшихся без родителей детей в специальные приемники-распределители, а оттуда в детские учреждения либо на патронирование в семьи трудящихся. На каждого патронируемого полагалось пособие в сумме 50 руб. в месяц. Обеспечение одеждой осуществлялось за государственный счет. В целом вопросы патронирования, опеки и усыновления регулировались Инструкцией Наркоматов просвещения, здравоохранения и юстиции от 8 апреля 1943 г.

Таким образом, изменения в семейном праве в период ВОВ дали, в целом, положительные результаты: сразу резко упало число разводов, уменьшилось число матерей, не состоящих в браке, увеличилось число рождений в первые 7-8 месяцев брака, укрепился институт брака

Использованные источники:

1. Исаев И.А. Право в условиях Великой войны: «правовая мобилизация» // История государства и права. – 2015. - № 9. – С. 3 – 6.
2. Ростова О.С. Особенности государственно-правового регулирования семейных отношений и охраны прав ребенка в период Великой Отечественной войны // История государства и права. – 2015. – № 22. – С. 31 -35
3. Хрестоматия по истории государства и права России: Учеб. Пособие / Сост. Ю. П. Титов. М., 2004

*Ямщикова С.Л.
старший преподаватель
Кадырова К.А.
студент 3го курса
Стерлитамакский филиал
Башкирский государственный университет
Россия, г. Стерлитамак*

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ КОРРУПЦИИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Аннотация: статья посвящена исследованию коррупции в современной России, исследованию противодействия коррупции.

Ключевые слова: коррупция, государственный служащий, государственная служба, противодействие коррупции.

Коррупция является одной из серьезных проблем в Российской Федерации. Учитывая тяжелое экономическое положение в стране, мотивация личного обогащения стала быстро проникать в государственную власть, органы местного самоуправления, поражать многие звенья государственной системы.[2] На сегодняшний день, значительная часть российской экономики, именно из-за влияния коррупции находится в черной зоне, она внедряется во многие отрасли бизнеса, что весьма усложняет процесс его роста и прогрессирования. Кроме того, коррупция негативно влияет на отношение населения к государственным служащим, с той точки зрения, что в результате доминирования личных интересов, уровень эффективности власти снижается.

Согласно опросу ВЦИОМ (Всероссийский центр изучения общественного мнения) проведенного в ноябре 2015 года, наиболее коррумпированной сферой признаются местные органы власти (об этом говорят 36% респондентов) и ГИБДД (32%). Подверженными взяточничеству считают также полицию в целом (26%), судебную систему (21%). Несколько реже упоминаются сферы медицины (17%), крупного бизнеса (14%) и образования (13%).

Коррупция представляет собой угрозу национальной безопасности, кроме того препятствует развитию демократии, что вызывает крайнее недоверие чиновникам со стороны населения. Причины коррупции масштабны, в число которых входит неспособность государства обеспечить государственных и муниципальных служащих достойным денежным содержанием, что и подталкивает чиновников к коррупционным действиям.[4] Другая причина, это неуверенность служащих в завтрашнем дне, так как неизвестно какая власть придет «завтра», именно поэтому появляется соблазн обеспечить себя всем необходимым для уверенности в будущем.

В Российской Федерации основным инструментом борьбы с коррупцией являются правоохранительные органы, однако в них существует определенная степень коррумпированности.[3] По нашему

мнению, коррупция в правоохранительных органах оказывает повышенную угрозу для общества и государства, подрывая, в конце концов, безопасность страны в целом. Факт наличия коррупции в органе, на который возложена обязанность предупреждения и пресечения коррупции в системе государственной службы, является самим по себе противоречивым. В связи с чем, зачастую государственные служащие не способны в полной мере на борьбу с коррупцией. В связи с чем необходимо, чтобы правоохранительные органы были свободными от коррупции.

Также в России существуют иные способы борьбы с коррупцией, например: совет по противодействию коррупции при Президенте РФ, комиссии по противодействию коррупции на уровне субъектов РФ.[1] Во многих вузах России преподаются такие дисциплины как служебное право, муниципальное право. Студенты изучают понятие, систему, историко — правовые аспекты коррупции, её географию, анализируют действующие нормативно — правовые акты РФ и других стран, выявляют меры борьбы с коррупцией. На наш взгляд это является целесообразным, так как изучение коррупции и её последствий в университетах, является одним из эффективных способов борьбы с коррупцией.

Согласно данным исследования Международной неправительственной организации Transparency International, в 2015 году Россия улучшила своё положение и заняла 119 место в рейтинге восприятия коррупции, который охватывает 168 стран мира. Такой же результат показали Азербайджан, Гайана и Сьерра-Леоне. Если сравнивать нынешний показатель России с результатом предыдущих годов, общий показатель страны изменился в лучшую сторону лишь на два балла, а значительное повышение места в рейтинге связано с динамикой ряда других государств.[5]

Таким образом, коррупция в России затрагивает значительную часть населения и многие сферы жизни граждан. На наш взгляд профилактика коррупции должна иметь центральное место в борьбе с ней, так как формирование правильного и рационального мышления является необходимым условием для предотвращения совершения коррупционных действий. Хотя и невозможно тотальное устранение коррупции, но всё же уменьшение количества коррупционных действий реально при целенаправленной профилактике коррупции и введении новых учебных дисциплин по противодействию коррупции для обеспечения правильно и рационального мышления не только будущих государственных служащих, но и граждан в целом.

Использованные источники:

1. Федеральный закон от 25.12.2008 N 273-ФЗ (ред. от 15.02.2016) "О противодействии коррупции";
2. Мишин Г.К. Элитно-властная коррупция как приоритетное направление ограничения политической коррупции // Государство и право. 2003. № 4. С. 112.

3. Овечко В. В. Меры противодействия коррупции в системе государственной службы Российской Федерации // Военно-юридический журнал. — 2011.- № 9. — С.17–18.
4. Черкашина Е. А. Коррупция в России: причины возникновения и методы борьбы // Право: современные тенденции: материалы II междунар. науч. конф. (г. Уфа, апрель 2014 г.). — Уфа: Лето, 2014. — С. 77-80.
5. Transparency International: Индекс восприятия коррупции 2015 года. [Электронный ресурс] // Центр гуманитарных технологий. — 27.01.2016. URL: <http://gtmarket.ru/news/2016/01/27/7287>

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ..3

<i>Балтаева В.А., Осадчий Э.А.,</i> ФОРМИРОВАНИЕ И АНАЛИЗ БУХГАЛТЕРСКОГО БАЛАНСА ОРГАНИЗАЦИИ	3
<i>Бондарева К. И.,</i> ПОНЯТИЕ И СУЩНОСТЬ ПРОДАЖИ ТОВАРОВ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	9
<i>Бухонина Т.В., Стукова Ю.Е.,</i> ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА РАСХОДОВ ОРГАНИЗАЦИИ И СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ.....	12
<i>Буцай Е.А, Иванова И.Г.,</i> АКТУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ	18
<i>Велиц Е.А., Харченкова Г.И.,</i> ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНОЙ ЛОГИСТИКИ НА ПРИМЕРЕ УПП-723 ФГУП «ГУСС «ДАЛЬСПЕЦСТРОЙ» ПРИ СПЕЦСТРОЕ РОССИИ» ФИЛИАЛ «КОСМОДРОМ ВОСТОЧНЫЙ»	23
<i>Вирясова Е. В.,</i> ОРГАНИЗАЦИЯ ТОВАРОСНАБЖЕНИЯ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ: МЕТОДИКА ОЦЕНКИ ПРОЦЕССА ОРГАНИЗАЦИИ ТОВАРОСНАБЖЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ	30
<i>Гумашиян С.С.,</i> ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО КОНСАЛТИНГА В РОССИИ	34
<i>Диденко Д.И.,</i> ВОСПИТАНИЕ ДОСТОЙНОГО МЕНТАЛИТЕТА СОТРУДНИКОВ ТАМОЖЕННЫХ ОРГАНОВ	38
<i>Дымчак О.А.,</i> РОЛЬ РЕГЛАМЕНТОВ В ЦЕЛОСТНОСТИ БРЕНД-КОМПЛЕКСА	40
<i>Евдокимова Е.Н.,</i> УСПЕШНЫЙ РУКОВОДИТЕЛЬ - КТО ОН? ГЕНДЕРНЫЕ РАЗЛИЧИЯ В РУКОВОДЯЩЕЙ ДОЛЖНОСТИ	44
<i>Евсюнина М.О.,</i> РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ПО РЕАЛИЗАЦИИ ВСЕРОССИЙСКОЙ ПРОГРАММЫ РАЗВИТИЯ ЗАРЯДНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ ДЛЯ ЭЛЕКТРОТРАНСПОРТА НА ПРЕДПРИЯТИИ ОПК	49
<i>Егоров И.А.,</i> ИССЛЕДОВАНИЕ ПРОГРАММНЫХ ПРОДУКТОВ ДЛЯ ПРИМЕНЕНИЯ В ФИНАНСОВОМ АНАЛИЗЕ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	51
<i>Ерошкина Д.А.,</i> ПРОБЛЕМА АДАПТАЦИИ НОВОГО СОТРУДНИКА В КОМПАНИИ	58
<i>Жабелова Г.А.,</i> ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ПРОЦЕССА ФОРМИРОВАНИЯ ПОНЯТИЯ «ИВЕНТ»	62

<i>Заднепрянская И. С.</i> , ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В РОССИИ	67
<i>Кардасова А.Д., Харченко Г.И.</i> , НАПРАВЛЕНИЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПЛАНИРОВАНИЯ ЗАКУПОК МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКИХ РЕСУРСОВ ООО «СВС РЕГИОН»	70
<i>Катаев А.В., Катаева Т.М.</i> , ЗАДАЧА МИНИМИЗАЦИИ КОЛИЧЕСТВА ИСПОЛНИТЕЛЕЙ РАБОТ В ПРОЕКТЕ: МАТЕМАТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ И АЛГОРИТМ РЕШЕНИЯ	77
<i>Катаева Т.М.</i> , К ВОПРОСУ О РАЗРАБОТКЕ ЭФФЕКТИВНОЙ СТРАТЕГИИ ИНТЕРНЕТ-ПРОДВИЖЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ	85
<i>Катеринич Т.Н., Шешко А.В.</i> , СУЩНОСТЬ МАРКЕТИНГА НА РЫНКЕ B2B И B2C.....	90
<i>Катеринич Т.Н., Шешко А.В.</i> , ТЕХНОЛОГИЯ ЛИД-МЕНЕДЖМЕНТА В УПРАВЛЕНИИ СБЫТОМ.....	93
<i>Корытова В.Е.</i> , ЭКОНОМИКО-МАТЕМАТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПАО «МАГНИТ».....	96
<i>Куварин М. А.</i> , СОЗДАНИЕ ВЗАИМОДЕЙСТВУЮЩИХ РУКОВОДИТЕЛЕЙ	100
<i>Кургаева Ж.Ю.</i> , АНАЛИЗ СИСТЕМЫ ОБУЧЕНИЯ ПЕРСОНАЛА В СФЕРЕ ПРОДАЖ (НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ ООО «ТВОИ МОБИЛЬНЫЕ СИСТЕМЫ»)	104
<i>Лавренова Е.С.</i> , ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ТРУДА НА ОСНОВЕ КИНЕЗИОЛОГИЧЕСКОГО ПОДХОДА	109
<i>Лакаткина Е.М., Стукова Ю.Е.</i> , ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	112
<i>Литвинова О.В.</i> , КОНТРОЛЛИНГ: УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТНЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ПРИ РАЗРАБОТКЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ ОПК	117
<i>Лябушева А.А.</i> , БУХГАЛТЕРСКАЯ (ФИНАНСОВАЯ) ОТЧЕТНОСТЬ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ.....	121
<i>Максимова Д.А.</i> , СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ, КАК НЕОБХОДИМОЕ УСЛОВИЕ ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	126
<i>Максимча Е.А.</i> , ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СТАТИСТИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ВАРИАЦИИ ПРИ ОЦЕНКЕ УСТОЙЧИВОСТИ ХРОНОРЯДА.....	129
<i>Максимча Е.А.</i> , ПРИМЕНЕНИЕ ЛИНЕЙНОГО ПРОГРАММИРОВАНИЯ ПРИ ПЛАНИРОВАНИИ ЧИСЛЕННОСТИ ПЕРСОНАЛА	133

<i>Малышев А. А., Александрова А. С.,</i> ОРГАНИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ ШТРИХОВОГО КОДИРОВАНИЯ ТОВАРОВ: ЭТАПЫ И СТРУКТУРА ..	135
<i>Мальцева В.В., Харченкова Г.И.,</i> ОРГАНИЗАЦИЯ КОМПЛЕКСНОГО МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ЕЕ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ В ООО «ТЕПЛОСЕТЬ»	144
<i>Малякко О.В., Мандрыко А.В.,</i> КОНТКУРЕНТНЫЕ СТРАТЕГИИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	151
<i>Мануйлова Ю.Э., Харченкова Г.И.,</i> ОРГАНИЗАЦИЯ СКЛАДСКОГО ХОЗЯЙСТВА И НАПРАВЛЕНИЯ ЕГО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ В АО «ТК МЕГАПОЛИС»	154
<i>Мкртчян Ж.О., Харченкова Г.И.,</i> СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «ЦАРЬ-КАРАВАЙ»	160
<i>Молибоженко Э. Ю., Харченкова Г. И.,</i> УПРАВЛЕНИЕ ЗАПАСАМИ МАТЕРИАЛЬНО ТЕХНИЧЕСКИХ РЕСУРСОВ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ОАО «АМУРСНАБСБЫТ».....	168
<i>Монгуш О.Н., Кызыл-оол Х.С.,</i> ОСОБЕННОСТИ НАЦИОНАЛЬНОГО ИТ – РЕКРУТМЕНТА.....	174
<i>Монгуш О. Н., Соян А. Ч., Мамедова Ч. М.,</i> АНАЛИЗ СТИЛЯ РУКОВОДСТВА НА ПРИМЕРЕ ГУП «ТЫВАМОЛОКО»	176
<i>Монгуш О.Н., Дупчур Ч.И., Тулуш С.О.,</i> РОЛЬ САМОУПРАВЛЕНИЯ В УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	180
<i>Монгуш О.Н., Белек Э.Л., Сат А.В.,</i> УПРАВЛЕНИЕ ДЕНЕЖНЫМИ ПОТОКАМИ.....	183
<i>Монгуш О.Н., Думанян В.Е., Могедир Д.М-Н.,</i> ИТ В СОВРЕМЕННОМ УПРАВЛЕНИИ	186
<i>Мороз А.Н.,</i> ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВОМ НА ПРЕДПРИЯТИИ	189
<i>Мулюкова Г.Р., Исламгулова И.И.,</i> УЧЕТ ЗАТРАТ В ОТРАСЛИ РАСТЕНИЕВОДСТВА И ИСЧИСЛЕНИЕ СЕБЕСТОИМОСТИ	196
<i>Муравьева Я.И.,</i> СРАВНЕНИЕ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ РОССИИ И КИТАЯ	199
<i>Набатова О.В., Фролов Д.Р.,</i> РАЗВИТИЕ АВТОМОБИЛЬНОГО РЫНКА РОССИИ	203
<i>Набатова О.В., Фролов Д.Р.,</i> ИССЛЕДОВАНИЕ ПРИБЫЛЬНОСТИ АВТОМОБИЛЬНОГО РЫНКА ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ	209
<i>Нефёдова А.В.,</i> УПРАВЛЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННЫМИ КОНФЛИКТАМИ И ПРИЧИНЫ ИХ ПОЯВЛЕНИЯ	212

<i>Никитина А. В., Антипова Е. А.,</i> ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ СФЕРЕ	218
<i>Никитина О.А., Слободяник Т.М.,</i> ИНФОРМАЦИОННОЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ АНАЛИЗА ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	221
<i>Никитина О.А., Слободяник Т.М.,</i> СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ	225
<i>Никитина О.А., Слободяник Т.М.,</i> ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ АНАЛИЗА ЛИКВИДНОСТИ БАЛАНА.....	232
<i>Новикова М.М.,</i> МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА.	237
<i>Ноздрина А.К.,</i> РИСКИ В ФИНАНСОВОЙ СФЕРЕ И МЕТОДЫ ИХ НЕЙТРАЛИЗАЦИИ.....	240
<i>Окорокова О.А., Мальнев В.В.,</i> УПРАВЛЕНИЕ ОБОРОТНЫМИ АКТИВАМИ ОРГАНИЗАЦИИ	245
<i>Окорокова О.А., Кобыленко М.И.,</i> ПРИМЕНЕНИЕ НЕСТАНДАРТНЫХ МЕТОДОВ ПРИ ПОСТРОЕНИИ ФИНАНСОВОЙ СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИИ	250
<i>Останина Е.В., Антоненко В.А., Карпова В.А.,</i> КОНТРОЛЬ КАЧЕСТВА АУДИТОРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	255
<i>Павлова А. А., Харченкова Г. И.,</i> НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УПРАВЛЕНИЯ ЗАКУПКАМИ ПАО «РОСТЕЛЕКОМ».....	258
<i>Пестова Р.Г.,</i> КРЕАТИВНОСТЬ КАК КЛЮЧЕВОЙ ЭЛЕМЕНТ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ СОТРУДНИКОВ КОМПАНИИ	266
<i>Пученкова В. А.,</i> ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ МЕНЕДЖЕРА ПО РАБОТЕ С КЛИЕНТАМИ (ТОРГОВОГО АГЕНТА) С ПОТЕНЦИАЛЬНЫМИ ПОТРЕБИТЕЛЯМИ.....	268
<i>Рамазанова Л.Р.,</i> СУЩНОСТЬ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РИСКА И СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ИССЛЕДОВАНИЮ РИСКА.....	271
<i>Рубан М.Н., Шматко А.Д.,</i> МЕТОДЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ.....	275
<i>Санчай М-К. С., Иргит А. А., Монгуш О. Н.,</i> СИСТЕМА МОТИВАЦИИ ТРУДА НА ПРЕДПРИЯТИИ	278
<i>Сефербекова Т.Н.,</i> HOW TO ATTRACT NEW CUSTOMERS TO THE RESTAURANT	280

<i>Скороходова Л.А., Шаламова Е.Ю.</i> , КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ: ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ ОЦЕНКИ	282
<i>Скуря Н.Г.</i> , ФАКТОРНЫЙ АНАЛИЗ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ПРОДАЖ НА ПРИМЕРЕ РОЗНИЧНОЙ СЕТИ ПАО «МАГНИТ»	288
<i>Страхов М.В.</i> , РОЛЬ РУКОВОДИТЕЛЯ В РАЗВИТИИ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО КЛИМАТА ТРУДОВОГО КОЛЛЕКТИВА.....	291
<i>Сушко В.В., Заика В.В.</i> , РОЛЬ ЛОГИСТИКИ В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ	296
<i>Тарасова Е.А.</i> , ОПТИМИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОИЗВОДСТВЕННО-ТЕХНИЧЕСКОГО ОТДЕЛА ООО «СВГК» ФИЛИАЛА «НОВОКУЙБЫШЕВСКОРГАЗ» ЗА СЧЁТ РАЗРАБОТКИ И ВНЕДРЕНИЯ ПРОГРАММЫ ЭЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБОРОТА «ПОМОЩНИК ПТО».....	303
<i>Трегубенко З.С.</i> , УПРАВЛЕНИЕ КОНФЛИКТАМИ В ОРГАНИЗАЦИИ....	308
<i>Троценко В.М., Малеева Я.Д.</i> , ОЦЕНКА ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ	311
<i>Троценко В.М., Рыжкова Я.В.</i> , ЗНАЧЕНИЕ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЯ	315
<i>Халявка И. Е., Мелик М.Д.</i> , ВАЖНОСТЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ПОТОКОВ В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ	319
<i>Харитонов Р.А.</i> , ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ (НА ПРИМЕРЕ ООО «СЕРВИСМОНТАЖИНТЕГРАЦИЯ»)	322
<i>Холопова Е.А.</i> , ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ПРОЕКТА РАЗРАБОТКИ ПРОДУКЦИИ	325
<i>Чекарь В.Н., Курочкин В.Н.</i> , ПРЕДПОСЫЛКИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ОБЪЕМОМ ПРИБЫЛИ КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ	327
<i>Чекарь В.Н., Курочкин В.Н.</i> , СОДЕРЖАНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ КОММЕРЧЕСКИМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ	330
<i>Чекарь В.Н., Курочкин В.Н.</i> , ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫМ АКЦИОНЕРНЫМ ОБЩЕСТВОМ	333
<i>Ширинова А.У.</i> , СПОСОБЫ ПРЕОДОЛЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕФОРМАЦИИ СОТРУДНИКОВ МИГРАЦИОННОЙ СЛУЖБЫ КАК ПРОФИЛАКТИКА КОНФЛИКТОВ	340

<i>Шоломицкий Д.Ю.</i> , ПРОЦЕНТНЫЙ СВОП КАК ИНСТРУМЕНТ ХЕДЖИРОВАНИЯ ПРОЦЕНТНОГО РИСКА БАНКА	345
<i>Шуфлинская В.А.</i> , ИССЛЕДОВАНИЕ СТРАТЕГИЙ НАЙМА ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН	347
<i>Шуфлинская В.А.</i> , СОВРЕМЕННЫЕ СТРАТЕГИИ НАЙМА ПЕРСОНАЛА В РОССИЙСКИХ ФИРМАХ.....	349
ИНФОРМАЦИОННЫЕ И КОММУНИКАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	356
<i>Zharlykasov B.J., Abatov N.T.</i> , SOFTWARE MODEL OPEN COMPUTING LANGUAGE	356
<i>Абатов Н.Т., Дациева Р.М.</i> , РАЗРАБОТКА ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖЕРА СТРАХОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ.....	359
<i>Абатов Н.Т., Есымов А.Б.</i> , ИССЛЕДОВАНИЕ ХАРАКТЕРИСТИК И ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ СОВРЕМЕННЫХ HDD	363
<i>Ажбекова Р.К.</i> , РАЗРАБОТКА ПРОГРАММЫ ДЛЯ РЕШЕНИЯ ТРАНСПОРТНОЙ ЗАДАЧИ ВЕНГЕРСКИМ МЕТОДОМ.....	366
<i>Амплиев Е.А., Шилов А.К.</i> , ВОЛОКОННО-ОПТИЧЕСКИЕ ТЕЛЕФОНЫ, ИХ СОСТАВ И ПАРАМЕТРЫ	367
<i>Ахундова Л.Ф.</i> , ИСПОЛЬЗОВАНИЕ CRM-СИСТЕМ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ИХ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ.....	369
<i>Белоус Т.В.</i> , ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДА ШТРАФНЫХ ФУНКЦИЙ В РЕШЕНИИ ТЕХНИЧЕСКИХ ЗАДАЧ.....	375
<i>Верховцева О.Н.</i> , ТАРГЕТИРОВАННАЯ РЕКЛАМА КАК ИНСТРУМЕНТ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА: КЛЮЧЕВЫЕ ФАКТОРЫ УСПЕХА	376
<i>Верховцева О.Н.</i> , СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА И БУДУЩЕЕ PR-КОММУНИКАЦИЙ	378
<i>Дьяков С.А., Кобыленко М.И.</i> , ИСПОЛЬЗОВАНИЕ САЙТА-ВИЗИТКИ: ВСЕ ПЛЮСЫ И МИНУСЫ ДАННОГО РЕШЕНИЯ	380
<i>Еловский Р.В.</i> , ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ И ГРАЖДАНСКАЯ ОБОРОНА	382
<i>Жаксылыкова А.М., Калакова Г.К.</i> , «ҚАЗАҚ ТІЛІ» ПӘНІ БОЙЫНША БАСТАУЫШ МЕКТЕП ОҚУШЫЛАРЫНА АРНАЛҒАН ЭЛЕКТРОНДЫ ОҚУЛЫҚТЫҢ ҚҰРЫЛЫМЫН ҚАЛЫПТАСТЫРУ	386
<i>Зерчанинова Т.Е., Тарбеева И.С.</i> , СОЦИАЛЬНЫЙ КРАУДФАНДИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ НАРОДНОГО ИНВЕСТИРОВАНИЯ: ЗАРУБЕЖНЫЙ И РОССИЙСКИЙ ОПЫТ.....	389

<i>Катеринич Т.Н., Шешко А.В., СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ВЗАИМООТНОШЕНИЯМИ С КЛИЕНТАМИ</i>	393
<i>Клементьев С.А., ПРИМЕНЕНИЕ ОБЛАЧНЫХ ВЫЧИСЛЕНИЙ</i>	396
<i>Кочеткова А.А., Якимчук А.В., КЛАССИФИКАЦИЯ СЕТЕВЫХ АТАК</i>	399
<i>Қалтай Н.Б., Калакова Г.К., АРҚАЛЫҚ ҚАЛАСЫ БОЙЫНША ТЕЛЕКОММУНИКАЦИЯ ЖЕЛІСІН МОДЕРНИЗАЦИЯЛАУ</i>	402
<i>Лисеенко Р.Г., ИНФОРМАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА</i>	403
<i>Макаров В.А., Салмин А. А., ИНТЕРАКТИВНЫЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ</i>	405
<i>Макаров В.А., Бедняк С.Г., АВТОМАТИЗИРОВАННАЯ ИНФОРМАЦИОННАЯ СИСТЕМА «САЛОН СОТОВОЙ СВЯЗИ»</i>	409
<i>Маличенко Е.А., НАУЧНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ СТРУКТУРЫ И СОДЕРЖАНИЯ САЙТОВ ТУРИСТСКО- ИНФОРМАЦИОННЫХ ЦЕНТРОВ НА ПРИМЕРЕ САЙТА ТУРИСТСКОГО ЦЕНТРА АЛТАЙСКОГО КРАЯ</i>	412
<i>Михайлова Н. С., Сивокоз К. К., ОБЛАЧНЫЕ СЕРВИСЫ ДЛЯ УПРАВЛЕНИЯ УДАЛЁННОЙ КОМАНДОЙ ПРОЕКТА</i>	418
<i>Михайлова Н. С., Сивокоз К. К., АНАЛИЗ БЕСПЛАТНЫХ ОБЛАЧНЫХ СЕРВИСОВ ДЛЯ УПРАВЛЕНИЯ УДАЛЁННОЙ КОМАНДОЙ ПРОЕКТА</i>	421
<i>Никитина А. В., Антипова Е. А., ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИС ОРГАНИЗАЦИИ В СФЕРЕ КАДАСТРОВЫХ РАБОТ В Г. ОРЕЛ</i>	427
<i>Оскина М.К., Калакова Г.К., ЖЕРГІЛІКТІ ЖЕЛІДЕ АҚПАРАТТЫ ҚОРҒАУ МӘСЕЛЕСІ</i>	430
<i>Пономаренко Н.А., КОМПЬЮТЕРНАЯ ПРЕСТУПНОСТЬ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ</i>	434
<i>Сивокоз К. К., АНАЛИЗ СТАТИСТИЧЕСКИХ ДАННЫХ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ И САЙТА С ЦЕЛЮ ПОВЫШЕНИЯ КОНВЕРСИИ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ЗАИНТЕРЕСОВАННЫМИ СТОРОНАМИ</i>	438
<i>Сивокоз К. К., АНАЛИЗ КОНВЕРСИОННОГО ПУТИ САЙТА С ЦЕЛЮ ПОВЫШЕНИЯ КОНВЕРСИИ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СО СТЕЙКХОЛДЕРАМИ КАМПАНИИ</i>	441
<i>Синельников Д.С., АНАЛИЗ ТЕХНОЛОГИЙ, ПРЕДЛАГАЕМЫХ НА СОВРЕМЕННОМ РЫНКЕ БЕСКОНТАКТНЫХ ПЛАТЕЖЕЙ</i>	444
<i>Смаков В.А., ИНТЕРНЕТ-САЙТА КОМПАНИИ КАК ОБЪЕКТ ОЦЕНКИ</i>	448

<i>Соломина Н.В., Темерева Е.В.,</i> ВЕБ-САЙТ КАК КОММУНИКАЦИОННАЯ ТЕХНОЛОГИЯ.....	449
<i>Шакирова Л.Р.,</i> КОМПЬЮТЕРНАЯ ГРАМОТНОСТЬ И ИНФОРМАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА	454
<i>Шәкір Қ.Д., Кудубаева С.А.,</i> МОБИЛЬДІ ҒАЛАМТОР ПАРАҚШАЛАРЫН ЖАСАУ	457
<i>Шорина А.А., Захарова О. И.,</i> СОЦИОМЕТРИЯ В ТЕОРИИ ПОДДЕРЖКИ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ	461
СОВРЕМЕННЫЕ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЕ	465
<i>Балашов А.М., Федоровская Л.А.,</i> ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ И ПРОЕКТНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ УЧАЩИХСЯ ПРИ ИЗУЧЕНИИ ЕСТЕСТВЕННОНАУЧНЫХ ДИСЦИПЛИН.....	465
<i>Беккер Л.П.,</i> РАЗВИТИЕ ИНЖЕНЕРНОГО ОБРАЗОВАНИЯ В ШКОЛЕ – ВАЖНЫЙ РЕСУРС СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ СТРАНЫ.....	470
<i>Бердюгина О.Н., Глушкова А.А.,</i> ПРАКТИКА ПОВТОРЕНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ МАТЕМАТИКЕ УЧАЩИХСЯ ОСНОВНОЙ ШКОЛЫ	473
<i>Боброва Т.О.,</i> К ВОПРОСУ ОБ ИСПОЛЬЗОВАНИИ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ В РАМКАХ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ.....	476
<i>Бобылева Н.Ю.,</i> КРИЗИС СОВРЕМЕННОГО ГУМАНИТАРНОГО ОБРАЗОВАНИЯ	480
<i>Джолдасова В.К.,</i> СОЦИАЛЬНАЯ АДАПТАЦИЯ ИНОСТРАННЫХ СТУДЕНТОВ ИЗ СТРАН ПОСТСОВЕТСКОГО ПРОСТРАНСТВА (НА ПРИМЕРЕ НИУ «БЕЛГУ»)	484
<i>Евдакимов Г.И.,</i> СЕМЬ ПРОСТЫХ ИНСТРУМЕНТОВ КАЧЕСТВА В ОБРАЗОВАНИИ	487
<i>Ефремова М.С.,</i> ПРОБЛЕМА РАЗВИТИЯ ТОЛЕРАНТНОСТИ У ДЕТЕЙ МЛАДШЕГО ШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА.....	490
<i>Матус М.В.,</i> НАГЛЯДНЫЕ МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ В ПРЕПОДАВАНИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ МОДУЛЕЙ ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ 38.02.02. СТРАХОВОЕ ДЕЛО (ПО ОТРАСЛЯМ) КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ И ОБЩИХ КОМПЕТЕНЦИЙ СТУДЕНТОВ.....	493
<i>Павлова М.А.,</i> ПРИНЦИПЫ НОРМАТИВНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ СИСТЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ	496

<i>Перехода М.А.,</i> К ВОПРОСУ О САМООРГАНИЗАЦИИ ЛИЧНОСТИ СТУДЕНТОВ.....	498
<i>Петров Р.Е., Унаев А.О.,</i> ЭКСТРЕМАЛЬНЫЕ ВИДЫ СПОРТА В ЖИЗНИ МОЛОДЕЖИ.....	501
<i>Петров Р.Е., Шалимов А.С.,</i> РАЦИОНАЛЬНОЕ ПИТАНИЕ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ	504
<i>Савостина Е.А.,</i> ОСОБЕННОСТИ САМООТНОШЕНИЯ ЛИЦ, СОСТОЯЩИХ В ГРУППЕ РИСКА	506
<i>Семенов Д.Е.,</i> ОСОБЕННОСТИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ.....	509
<i>Слесаренко Д.С.,</i> УСПЕХ КОРРЕКЦИОННО-РАЗВИВАЮЩЕЙСЯ РАБОТЫ ПРИ ОБЩЕМ НЕДОРАЗВИТИИ РЕЧИ	512
<i>Федотенко Н.Ю., Форманюк Г.А.,</i> ОБУЧЕНИЕ ДИАЛОГИЧЕСКОЙ РЕЧИ НА УРОКАХ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА.....	517
<i>Чернякова Н.В.,</i> РОЛЬ СОЦИАЛЬНЫХ ИНСТИТУТОВ В ПАТРИОТИЧЕСКОМ ВОСПИТАНИИ МОЛОДЕЖИ	520
<i>Шафеева А.Ф.,</i> НАУЧНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ШКОЛЬНОГО ПРОЕКТА (ПО ТЕМЕ «СОВРЕМЕННАЯ РОССИЙСКАЯ ПОЛИТИКА», УРОК ОБЩЕСТВОЗНАНИЯ 11 «А» СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КЛАСС).....	524
АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПОЛИТИКИ И ПРАВА	532
<i>Аминов С.Н.,</i> ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ БЮДЖЕТА МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ	532
<i>Аминов С.Н.,</i> ПРОБЛЕМЫ С КАДРАМИ В ОРГАНАХ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ	534
<i>Аминов С.Н.,</i> ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МУНИЦИПАЛЬНЫХ СЛУЖАЩИХ	537
<i>Аминов С.Н.,</i> АТТЕСТАЦИЯ МУНИЦИПАЛЬНЫХ СЛУЖАЩИХ.....	539
<i>Ахметов Р.Р., Чернова Э.Л.,</i> ПРОБЛЕМЫ, СВЯЗАННЫЕ С ПРИМЕНЕНИЕМ ВИНДИКАЦИОННОГО ИСКА	542
<i>Берекенова Е.В.,</i> КОНСТИТУЦИОННАЯ НОРМА О ЕДИНСТВЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА В СИСТЕМЕ ПРИНЦИПОВ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	544
<i>Берекенова Е.В.,</i> ПОНЯТИЕ И ЗНАЧЕНИЕ ПРИНЦИПА ЕДИНСТВА ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА РФ	549

<i>Благинина Н.А.</i> , КОНСТИТУЦИОННО-ПРАВОВЫЕ ОСНОВАНИЯ СОЗДАНИЯ КОНСТИТУЦИОННЫХ (УСТАВНЫХ) СУДОВ СУБЪЕКТОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ.....	552
<i>Галимов Э.Р., Аслаева А.А.</i> , ПРАВО ОБВИНЯЕМОГО НА ОЗНАКОМЛЕНИЕ С МАТЕРИАЛАМИ УГОЛОВНОГО ДЕЛА.....	560
<i>Галимов Э.Р., Зинатуллин В.Р.</i> , ПРАВО ОБВИНЯЕМОГО НА ОЗНАКОМЛЕНИЕ С МАТЕРИАЛАМИ УГОЛОВНОГО ДЕЛА.....	562
<i>Дущенко Т.Г.</i> , АДВОКАТСКАЯ ТАЙНА: КАК КЛЮЧЕВОЙ ПРИНЦИП АДВОКАТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	564
<i>Ермолаева Г.С.</i> , ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕХОДА ПРАВА ПОЛЬЗОВАНИЯ НА МУНИЦИПАЛЬНОЕ ЖИЛЬЕ.....	568
<i>Загудайлова Е.А.</i> , ОБЪЕКТИВНОЕ ВМЕНЕНИЕ ПРИ ПРЕВЫШЕНИИ ПРЕДЕЛОВ НЕОБХОДИМОЙ ОБОРОНЫ.....	571
<i>Ковалёв Н. С.</i> , ПРИЧИНЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЭСКРОУ-СЧЕТОВ И ПРЕДПОСЫЛКИ ИХ РАЗВИТИЯ НА ТЕРРИТОРИИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ.....	574
<i>Колядина В.В.</i> , АКТУАЛЬНОСТЬ ВОВЛЕЧЕНИЯ РАБОТАЮЩЕЙ МОЛОДЕЖИ В СОЦИАЛЬНУЮ ПРАКТИКУ.....	579
<i>Корепанова С.Ю.</i> , СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ РЕАЛИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ В СФЕРЕ ЖКХ В РОССИИ И КАЗАХСТАНЕ: СОВРЕМЕННЫЕ РЕФОРМЫ КАК РЕЗУЛЬТАТ ОБЩЕГО СОВЕТСКОГО ПРОШЛОГО.....	582
<i>Корепанова С.Ю.</i> , ПРОБЛЕМЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОГО КОМПЛЕКСА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ.....	588
<i>Лавренова Е.С.</i> , ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РОССИЙСКОГО РЫНКА ЦЕННЫХ БУМАГ.....	596
<i>Мелихов П.А., Дин Тинтин</i> , ПРОБЛЕМЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ЮРИСДИКЦИИ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ.....	600
<i>Мелихов П.А., Лю Цзиньюй</i> , ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИЕЙ: МЕЖДУНАРОДНО-ПРАВОВОЙ АСПЕКТ.....	603
<i>Терновцова А.М.</i> , УБИЙСТВО МАТЕРЬЮ НОВОРОЖДЕННОГО РЕБЕНКА: ПОНЯТИЕ, ПРИЧИНЫ И УГОЛОВНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ.....	606
<i>Терновцова А.М.</i> , ДОБРОВОЛЬНЫЙ ОТКАЗ ОТ ПРЕСТУПЛЕНИЯ: ПОНЯТИЕ, ОСНОВАНИЯ И ОТЛИЧИЕ ОТ ДЕЯТЕЛЬНОГО РАСКАЯНИЯ.....	610

*Шагиева Л.И., Давлетшина Г.Т., СЕМЕЙНОЕ ПРАВО В ПЕРИОД
ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ.....613*

*Ямщикова С.Л., Кадырова К.А., СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ
КОРРУПЦИИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ615*