

Sentence

NP + VP

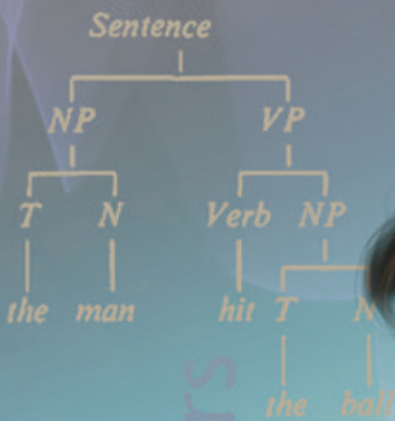
МОЛОДОЙ

ISSN 2072-0297

УЧЁНЫЙ

научный журнал

Syntactic Structures



Systems of Syntactic Analysis

Certain Formal

s of Grammars

transformation T_{Adj} :

of S_1 : $T - N - is - A$

of S_2 : same as 24

$X_1 - X_2 - X_3 - X_4; X_5 -$

$X_5 - X_1 + X_4 + X_5$

ence -

$M \rightarrow T + N$

$VP \rightarrow Verb + NP$

$T \rightarrow the$

Three models for

description of language

$Verb \rightarrow hit, took, etc.$

In this possibly terminal phase of human existence, democracy and freedom are more than just ideals to be valued - they may be essential to survival.

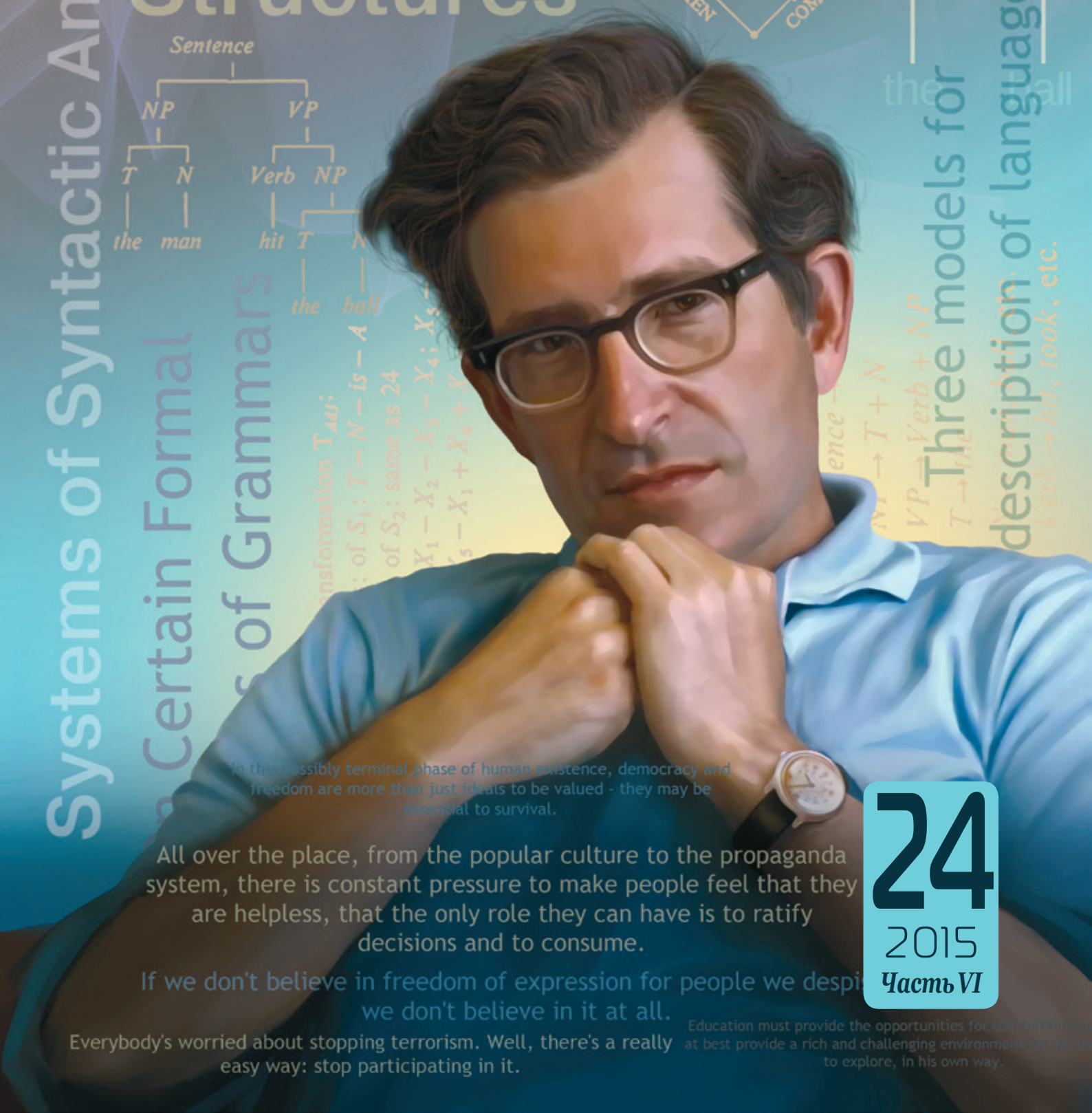
All over the place, from the popular culture to the propaganda system, there is constant pressure to make people feel that they are helpless, that the only role they can have is to ratify decisions and to consume.

If we don't believe in freedom of expression for people we despise we don't believe in it at all.

Everybody's worried about stopping terrorism. Well, there's a really easy way: stop participating in it.

Education must provide the opportunities for self-fulfillment at best provide a rich and challenging environment for the child to explore, in his own way.

24
2015
Часть VI



ISSN 2072-0297

Молодой учёный

Научный журнал

Выходит два раза в месяц

№ 24 (104) / 2015

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

Главный редактор: Ахметов Ильдар Геннадьевич, кандидат технических наук

Члены редакционной коллегии:

Ахметова Мария Николаевна, доктор педагогических наук

Иванова Юлия Валентиновна, доктор философских наук

Каленский Александр Васильевич, доктор физико-математических наук

Куташов Вячеслав Анатольевич, доктор медицинских наук

Лактионов Константин Станиславович, доктор биологических наук

Сараева Надежда Михайловна, доктор психологических наук

Авдеюк Оксана Алексеевна, кандидат технических наук

Айдаров Оразхан Турсункожаевич, кандидат географических наук

Алиева Тарана Ибрагим кызы, кандидат химических наук

Ахметова Валерия Валерьевна, кандидат медицинских наук

Брезгин Вячеслав Сергеевич, кандидат экономических наук

Данилов Олег Евгеньевич, кандидат педагогических наук

Дёмин Александр Викторович, кандидат биологических наук

Дядюн Кристина Владимировна, кандидат юридических наук

Желнова Кристина Владимировна, кандидат экономических наук

Жуйкова Тамара Павловна, кандидат педагогических наук

Жураев Хусниддин Олтинбоевич, кандидат педагогических наук

Игнатова Мария Александровна, кандидат искусствоведения

Коварда Владимир Васильевич, кандидат физико-математических наук

Комогорцев Максим Геннадьевич, кандидат технических наук

Котляров Алексей Васильевич, кандидат геолого-минералогических наук

Кузьмина Виолетта Михайловна, кандидат исторических наук, кандидат психологических наук

Кучерявенко Светлана Алексеевна, кандидат экономических наук

Лескова Екатерина Викторовна, кандидат физико-математических наук

Макеева Ирина Александровна, кандидат педагогических наук

Матроскина Татьяна Викторовна, кандидат экономических наук

Матусевич Марина Степановна, кандидат педагогических наук

Мусаева Ума Алиевна, кандидат технических наук

Насимов Мурат Орленбаевич, кандидат политических наук

Прончев Геннадий Борисович, кандидат физико-математических наук

Семахин Андрей Михайлович, кандидат технических наук

Сенцов Аркадий Эдуардович, кандидат политических наук

Сенюшкин Николай Сергеевич, кандидат технических наук

Титова Елена Ивановна, кандидат педагогических наук

Ткаченко Ирина Георгиевна, кандидат филологических наук

Фозилов Садриддин Файзуллаевич, кандидат химических наук

Яхина Асия Сергеевна, кандидат технических наук

Ячинова Светлана Николаевна, кандидат педагогических наук

Почтовый адрес редакции: 420126, г. Казань, ул. Амирхана, 10а, а/я 231.

Фактический адрес редакции: 420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.

E-mail: info@moluch.ru; <http://www.moluch.ru/>.

Учредитель и издатель: ООО «Издательство Молодой ученый».

Тираж 500 экз. Дата выхода в свет: 15.01.2015. Цена свободная.

Отпечатано в типографии издательства «Молодой ученый», 420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций.

Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № ФС77-38059 от 11 ноября 2009 г.

Журнал входит в систему РИНЦ (Российский индекс научного цитирования) на платформе elibrary.ru.

Журнал включен в международный каталог периодических изданий «Ulrich's Periodicals Directory».

Ответственные редакторы:

Кайнова Галина Анатольевна

Осянина Екатерина Игоревна

Международный редакционный совет:

Айрян Заруи Геворковна, кандидат филологических наук, доцент (Армения)

Арошидзе Паата Леонидович, доктор экономических наук, ассоциированный профессор (Грузия)

Атаев Загир Вагитович, кандидат географических наук, профессор (Россия)

Бидова Бэла Бертовна, доктор юридических наук, доцент (Россия)

Борисов Вячеслав Викторович, доктор педагогических наук, профессор (Украина)

Велковска Гена Цветкова, доктор экономических наук, доцент (Болгария)

Гайич Тамара, доктор экономических наук (Сербия)

Данатаров Агахан, кандидат технических наук (Туркменистан)

Данилов Александр Максимович, доктор технических наук, профессор (Россия)

Демидов Алексей Александрович, доктор медицинских наук, профессор (Россия)

Досманбетова Зейнегуль Рамазановна, доктор философии (PhD) по филологическим наукам (Казахстан)

Ешиев Абдыракман Молдоалиевич, доктор медицинских наук, доцент, зав. отделением (Кыргызстан)

Жолдошев Сапарбай Тезекбаевич, доктор медицинских наук, профессор (Кыргызстан)

Игисинов Нурбек Сагинбекович, доктор медицинских наук, профессор (Казахстан)

Кадыров Кутлуг-Бек Бекмурадович, кандидат педагогических наук, заместитель директора (Узбекистан)

Кайгородов Иван Борисович, кандидат физико-математических наук (Бразилия)

Каленский Александр Васильевич, доктор физико-математических наук, профессор (Россия)

Козырева Ольга Анатольевна, кандидат педагогических наук, доцент (Россия)

Колпак Евгений Петрович, доктор физико-математических наук, профессор (Россия)

Куташов Вячеслав Анатольевич, доктор медицинских наук, профессор (Россия)

Лю Цзюань, доктор филологических наук, профессор (Китай)

Малес Людмила Владимировна, доктор социологических наук, доцент (Украина)

Нагервадзе Марина Алиевна, доктор биологических наук, профессор (Грузия)

Нурмамедли Фазиль Алигусейн оглы, кандидат геолого-минералогических наук (Азербайджан)

Прокопьев Николай Яковлевич, доктор медицинских наук, профессор (Россия)

Прокофьева Марина Анатольевна, кандидат педагогических наук, доцент (Казахстан)

Рахматуллин Рафаэль Юсупович, доктор философских наук, профессор (Россия)

Ребезов Максим Борисович, доктор сельскохозяйственных наук, профессор (Россия)

Сорока Юлия Георгиевна, доктор социологических наук, доцент (Украина)

Узаков Гулом Норбоевич, кандидат технических наук, доцент (Узбекистан)

Хоналиев Назарали Хоналиевич, доктор экономических наук, старший научный сотрудник (Таджикистан)

Хоссейни Амир, доктор филологических наук (Иран)

Шарипов Аскар Калиевич, доктор экономических наук, доцент (Казахстан)

Художник: Шишков Евгений Анатольевич

Верстка: Бурьянов Павел Яковлевич

На обложке изображен Аврам Ноам Хомский (род. 1928 г.) — американский лингвист, политический публицист, философ и теоретик, автор классификации формальных языков.

Статьи, поступающие в редакцию, рецензируются. За достоверность сведений, изложенных в статьях, ответственность несут авторы. Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов материалов. При перепечатке ссылка на журнал обязательна. Материалы публикуются в авторской редакции.

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Рудская Е. Н., Болохова Г. А.

Формирование открытой IT-архитектуры: фундаментальный принцип современной парадигмы развития банковской сферы 553

Рудская Е. Н., Бондаренко О. В.

Особенности сегментации корпоративных клиентов телекоммуникационного рынка 558

Рудская Е. Н., Полтавская Ю. Ю.

Технологии профилирования заёмщиков в банковской сфере: инновации в скоринге и минимизации рисков мошенничества 567

Рудская Е. Н., Скабарова А. А.

Формирование индивидуальных туров: стратегия эволюции туристского бизнеса 574

Рябцева К. А.

Необходимость и проблемы повышения уровня рентабельности российских предприятий 580

Сайфуллаева М. И.

Направления государственной поддержки и стимулирования развития малого бизнеса и частного предпринимательства в Республике Узбекистан 582

Старовойтов А. С.

Бюджетный дисбаланс: причины возникновения и способы преодоления 585

Столбовская А. Г.

Евразийский экономический союз: социально-экономический потенциал ЕАЭС 587

Терентьева Т. А., Антонова Н. А., Орлова Е. И.

Роль налогового аудита в снижении налоговой нагрузки предприятия 592

Тесленко М. О.

Изменения в пенсионной системе России в 2016 году 599

Тесленко М. О.

Проблемы и перспективы пенсионной реформы в Российской Федерации 601

Тетерин Ю. А.

Внешнеторговые приоритеты Российской Федерации 604

Хомченко Т. Э.

Всемирная таможенная организация в системе международного таможенного администрирования 607

Царев В. Е., Вершина Д. А.

Государственная поддержка малого и среднего бизнеса: недостатки и механизмы 610

Шиленко С. И., Колесникова Е. В.,

Шиленко С. М.

Использование инструментов продвижения как неотъемлемый фактор формирования бренда 614

Ширяев Д. В.

Анализ и последствия снижения курса российского рубля 618

Шоев А. Х., Махкамова Ф. М.

Экономическая безопасность в контексте развития внешней торговли 622

Эскиев М. А., Ялмаев Р. А.

Значение и роль руководителя в деятельности организации 625

Юрасова О. И., Александрова М. С.,

Чеснокова Е. Г.

Бизнес-планирование как инструмент эффективной инвестиционной деятельности на региональном рынке 628

Ялмаев Р. А.

Маркетинг в деятельности кадровых структур 630

- Яровая Н. С., Руденко Я. Н., Французов В. А.**
Россия как сегмент международного рынка
выставочных услуг 632

ПОЛИТОЛОГИЯ

- Коротец И. Д., Абдуллаев Р. А.,
Краснонос Д. В., Мун Д. В.**
Политическая установка
в современной риторике 636
- Матвеев Е. К.**
Роль пропаганды в нынешних международных
отношениях 638
- Подшибякина Т. А., Первухина Ю. С.**
Metagovernance как способ достижения
симметричной политической коммуникации .. 639
- Подшибякина Т. А., Тимчук Д. А.**
Сетевой анализ становления институтов
политического диалога в обществах
с этнокультурным многообразием
(на примере Нигерии)..... 642
- Шабаров В. Д., Лямин А. Э.**
Монархисты в постсоветской России 644
- Ячменник К. В.**
Краудсорсинг как инновационная практика
в публичном пространстве
сетевого фронта 648

СОЦИОЛОГИЯ

- Баташева Э. А., Хадисова К. В., Хадисова П. В.**
Cultural and historical paradigms of the help
in genesis of social work..... 651

- Демченко С. В., Муха В. Н.**
Непрерывное образование и проблемы
наращивания интеллектуального капитала 653

- Дзанхотова А. А.**
Язык есть сознание 655

- Дзанхотова А. А.**
Историческая память 657

- Захарова М. В., Баязитова Т. И., Холстинин В. В.**
Коммуникативная роль социальной рекламы
в современном обществе..... 660

- Коротец И. Д., Хижняк А. С.**
Гендерная проблема: позиция феминизма..... 662

- Мурзаев М. С.**
Глобализация и традиции социализации
кыргызов 665

- Примерова А. Е.**
Адаптация и проблема социальной защищенности
молодежи в современных условиях 668

ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ

- Крыжановская О. А.**
Использование музыкального сопровождения
в занятиях физической культурой
и спортом..... 672

- Любаев А. В.**
Проблема формирования культуры здоровья
у студентов-первокурсников 675

- Старикова А. А.**
Значение и механизмы растягивания 677

- Удалова Е. П., Южакова Н. В.**
Профилактика и коррекция нарушения осанки
с помощью аэробики на фитболах для студентов
специальной медицинской группы..... 679

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Формирование открытой IT-архитектуры: фундаментальный принцип современной парадигмы развития банковской сферы

Рудская Елена Николаевна, кандидат экономических наук, доцент;

Болохова Галина Александровна, магистрант

Донской государственный технический университет

Открытая экономика как концепция является следствием развития стратегии открытых инноваций. Формирование виртуальной инфраструктуры экономики и облачных инструментов управления виртуальными ресурсами оказывает революционное влияние на банковскую систему и платежную инфраструктуру мировой экономики.

Отдельные экономические субъекты уже не имеют возможности осуществлять полный цикл инвестиций в инновации, что обусловлено высокой стоимостью и скоростью экономического развития.

Экономика API (application programming interface – интерфейс программирования приложений) представляет собой цифровой автоматический обмен бизнес-компетенциями, который дает возможность организациям интегрировать ключевые сервисы для развития и расширения бизнес-кейсов и рынков. [1]

Выделим основные факторы интеграции экономических информационных систем:

— Рынок M2M (machine-to-machine), который, по мнению экспертов, достигнет 27 млрд. подключений в 2024 г, с годовой прибылью более \$ 1.6 млрд.

— Интернет вещей, который, по оценке McKinsey, достигнет от 20 до 30 млрд. подключенных устройств к 2020 г.

— Рынок SaaS (software as a service – программное обеспечение как услуга). По прогнозам CentaurPartners, в 2016 г. общая годовая прибыль SaaS-проектов достигнет \$ 106 млрд.

— Туманные вычисления, технологии, которые могут прийти на смену облачным вычислениям.

Основными движущими силами экономики API являются философия интеграции и быстрое развитие технологий. С рыночной точки зрения есть много компаний, которые поддерживают «Большой Взрыв API», но выделяются некоторые ключевые игроки. [1]

Просто интеграция уже готовых приложений – способ привычный. В то время как экономика API предлагает

еще один путь, когда добавленную ценность имеют не информационные системы, а методы связи между ними.

Основной тренд экономики API заключается в том, что банк может повторно использовать, монетизировать или открывать третьим сторонам свои ключевые технологические активы. Это увеличивает рыночное преимущество, расширяет бизнес-модель и уменьшает сроки и стоимость разработок новых продуктов. [1]

По данным исследования, проведенного Федеральным резервным банком Бостона в III квартале 2014 года, 82% банков опираются на сторонние компании в качестве партнеров для реализации мобильных платежей, 24% сотрудников в этом с карточными сетями, 10% – с мобильными кошельками и 7% – с провайдерами NFC-кошельков. [2]

В настоящее время правительство Великобритании активно поддерживает использование открытых данных и API в банкинге и выступает за поддержание обмена информацией между финансовыми организациями.

Специально созданный Институт открытых данных провел исследование, подтверждающее, что передача данных клиентов банков третьим лицам посредством API может повысить уровень конкуренции и способствовать появлению новых финансовых сервисов.

На официальном сайте правительства Великобритании выставлен документ, призывающий все заинтересованные стороны – банки, потребителей, платежные сервисы, разработчиков приложений и программного обеспечения – к обсуждению единого стандарта API для финансовых организаций.

К примеру, банк сможет обладать информацией о том, какие рестораны предпочитает посещать клиент, чтобы ему можно было адресовать рекламное предложение. Разработчики мобильных приложений, используя GPS-данные мобильных телефонов, могут порекомендовать клиенту, что и где выгоднее купить или не совершать покупку, если она превышает ограничения, установленные в бюджете. При этом все внешние сервисы должны со-

ответствовать законодательству о защите персональных данных и неприкосновенности частной жизни. [2]

По данным Института открытых данных, разработка единого стандарта API обойдется каждому банку в 1 млн. фунтов, его внедрение от начала и до конца может быть завершено в течение года. [3]

Нельзя не остановиться на вопросе о платформе функционирования открытой экономики. Такой платформой является IaaS (Infrastructure as a Service – инфраструктура как сервис). Однако не каждый понимает, что значит IaaS, а те, кто понимают значение этого термина, сталкиваются с большим количеством компаний, которые предоставляют услуги по аренде виртуальных серверов, но скрывают за аббревиатурой IaaS существенно различающиеся решения и технологии.

Тенденция «облачной» направленности набирает все большие обороты, а облачная инфраструктура как услуга (или упомянутый ранее IaaS) анонсируется как наиболее

востребованный в корпоративном сегменте облачный сервис. [3]

Основные преимущества использования платформы IaaS заключаются в следующем:

- доступность облачных сервисов 99.9% в месяц и выше;
- мобильность и масштабируемость;
- снижение затрат;
- профессиональное администрирование;
- безопасность данных;
- надежная система резервного копирования;
- гибкая техническая поддержка 24/7/365.

Важно отметить, что существует два сегмента рынка IaaS – корпоративный и некорпоративный (или массовый). Ниже в таблице 1 приведены основные характерные различия между этими сегментами рынка виртуальной инфраструктуры.

Таблица 1. Характерные черты корпоративного и некорпоративного IaaS. [4]

Характерные черты	Корпоративный IaaS	Некорпоративный (массовый) IaaS
Задачи клиента	Корпоративная ИТ инфраструктура. Резервная площадка. Нагруженные интернет-ресурсы.	Небольшие проекты по разработке ПО. Совместная работа с учетной системой нескольких пользователей. Хостинг сайтов.
Приоритеты клиента	Надежность, отказоустойчивость, производительность, безопасность, гибкость, техническая поддержка.	Стоимость, скорость запуска, простота и удобство интерфейса, удобство оплаты
Приоритеты поставщика	Надежность, доступность, производительность, изоляция, безопасность, гибкость, функциональность	Снижение стоимости ресурсов и поддержки, упрощение функциональности, повышение удобства, автоматизация самообслуживания
Уровень надежности	Tier 3 и выше	до Tier 3
Оборудование	Надежные сервера + СХД корпоративного уровня. Использование Enterprise решений ведущих производителей.	Бюджетные сервера с дисками на борту либо с использованием СХД начального уровня. Использование решений класса lowend или middlerange
Тип виртуализации	VMware, реже Microsoft Hyper-V	OpenVZ, Parallels Virtuozzo, Parallels Cloud Server, KVM, XEN, FreeBSD Jail, Microsoft Hyper-V
Обеспечение надежности	Дублирование основных аппаратных узлов. Функция высокой доступности средствами гипервизора. Резервное копирование	Резервное копирование. Отказоустойчивость на уровне самого приложения заказчика
Обеспечение безопасности	Использование эффективных методов и инструментов безопасности, следуя в «ногу со временем», выполнение требований стандартов безопасности (например, PCI DSS). Защита от всевозможных видов атак, в том числе DoS, DDoS. Возможность реализации двухфакторной аутентификации и других средств защиты	Реализация безопасности на минимальном уровне. Опционально – защита от DDoS
Типовые варианты безопасного подключения	Организация программного VPN. Аппаратный VPN. Подключение посредством выделенного канала – напрямую или через точку обмена трафиком.	Организация программного VPN
Самообслуживание	Часть операций реализуется через обращение в службу технической поддержки	Максимальное самообслуживание через интерфейс управления, взаимодействие с поддержкой только по инцидентам/

Интерфейс управления	Сложный, большие функциональные возможности по гибкой настройке	Простой, удобный, функциональность ограничена
Управление нагрузкой в среде виртуализации	Балансировка нагрузки виртуализированной инфраструктуры средствами планировщика. Обеспечение автоматического перемещения виртуальных машин в соответствии с расчетами служб мониторинга	Отсутствие автоматизированных механизмов балансировки нагрузки виртуализированной инфраструктуры. Перемещение виртуальных машин оператором вручную. Человеческий фактор
Договор	Подписывается и согласуется индивидуально	Договор оферты
Оплата	Постоплата. Безналичный расчет, счета с НДС, акты.	Предоплата. Оплата банковскими картами и электронными деньгами
Тарифы	Индивидуально согласованная стоимость ресурсов Зависимость стоимости ресурсов виртуального дата центра от количества и качества ресурсов, а так же от модели использования виртуальной инфраструктуры	Фиксированные тарифные планы с включенным объемом ресурсов Типовые тарифы с ограниченным набором предложений
Дополнительные услуги	Аренда ПО. Администрирование ОС. Мониторинг SaaS-сервисы	Продажа доменов. Хостинг сайтов Почтовый хостинг. Файловое хранилище
Система обслуживания	Бизнес-процессы заточены под учет индивидуальных параметров качества для каждого клиента со своим уникальным уровнем оказания услуг (SLA) Индивидуальный подход к каждому заказчику Возможность отклонения от рамок заключенного с клиентом договора Решение возникающих нетиповых задач, с возможностью выделения дополнительных ресурсов Готовность решать очень сложные задачи Квалифицированные специалисты, даже на первой линии поддержки	Бизнес-процесс поставлен на поток, основная задача — массовое обслуживание большого количества типовых клиентов Отсутствие индивидуального подхода к заказчику, все в рамках типового договора Отсутствие гибкости в соглашении об уровне оказания услуг Техническая поддержка решает исключительно стандартный набор задач Относительно более низкая степень квалификации специалистов поддержки

Оба рассмотренных варианта IaaS могут быть одинаково полезны и интересны для разных категорий клиентов и заказчиков. В данном случае получается, что некорпоративный IaaS против корпоративного — это аренда виртуального сервера против аренды полноценного виртуального дата центра. Разумеется, есть смешанные и промежуточные варианты разной степени «корпоративности», надежности, гибкости и пр. [4]

При переводе инфраструктуры в облако нужно многое проанализировать. Если у компании-заказчика имеется потенциал роста и понимание того, что ресурсов выделенных сегодня может быть недостаточно завтра — необходимо просчитать все риски.

Динамичное развитие платформы IaaS подтверждается результатами исследований компании J'son&PartnersConsulting, которая представила результаты исследования российского рынка облачных решений IaaS, предоставляемых корпоративным клиентам российскими провайдерами, обладающими инфраструктурой на территории РФ.

По оценкам компании J'son&PartnersConsulting, объем оцениваемого рынка IaaS в 2014 году в денежном выражении составил 2,6 млрд руб., на 26% превысив ана-

логичный показатель 2013 года. Объем 2014 года формирует около 10% от общего потребления физических и виртуальных серверов в России в денежном выражении в 2014 году. [4]

Согласно прогнозам, по итогам 2015 года объем рынка IaaS в России увеличится на 31% до 3,4 млрд рублей. Доля оцениваемого в настоящем исследовании потребления IaaS составляет около 35% от общего потребления IaaS в России, включающего массовый сегмент, сервисы, предоставляемые международными игроками на базе находящейся за пределами РФ инфраструктуры, и услуги облачного хранения данных без их обработки. (См. рис. 1)

Как показано на рисунке 2, лидером по выручке от предоставления услуг IaaS в 2014 году была признана компания «Ай-Теко», доля рынка которой составила 22%. Вторым крупнейшим игроком, с долей в 15%, являлась компания КРОК, третье и четвертое место занимали компании «ИТ-ГРАД» и DataLine соответственно.

Следует отметить ежегодное увеличение числа провайдеров, оказывающих услуги облачной инфраструктуры, что также говорит о заметном росте рынка и эффективности бизнес-модели.

По оценкам J'son&PartnersConsulting, всего в 2014 году в России услугами IaaS российских провайдеров пользовались около 24 тыс. компаний. Прогноз на период до 2019 года составлен в предположении, что динамика оцениваемого рынка IaaS будет иметь нелинейный характер, то есть умеренный линейный рост на уровне 25% в год на период 2015–2017 гг., и переход к ускоренному росту в период 2018–2019 гг.

Можно ожидать, что в 2019 году рассматриваемый рынок IaaS составит 12,5 млрд рублей, а общий объем

корпоративного потребления облачных серверных мощностей, включая услуги, предоставляемые на базе инфраструктуры за пределами РФ, достигнет 18 млрд. рублей, что составит около 40% от суммарного потребления виртуальных и физических серверов в России в 2019 году. (См. рис. 3)

В рамках подготовки исследования специалисты J'son&PartnersConsulting опросили представителей основных игроков рынка и узнали их мнения относительно развития IaaS в России.

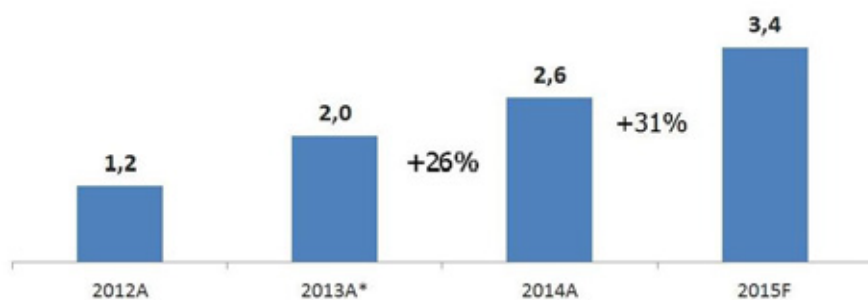


Рис. 1. Динамика объема российского рынка IaaS, млрд. руб. [4]

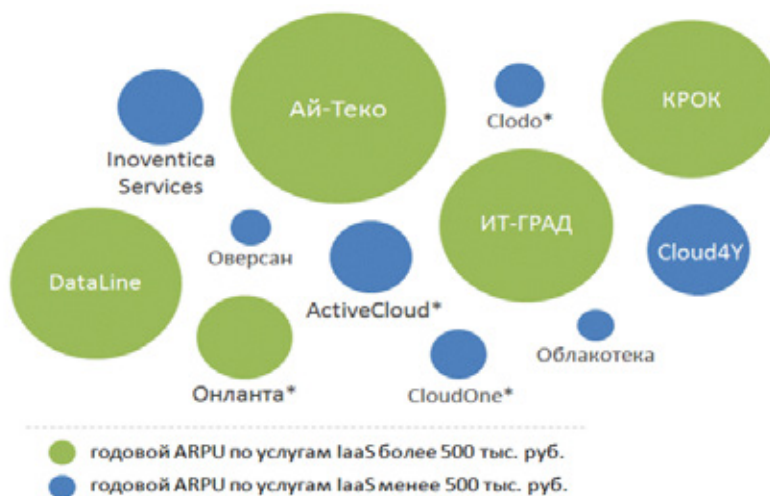


Рис. 2 Крупнейшие игроки российского рынка IaaS по выручке, 2014 г. [4]



Рис. 3 Долгосрочный прогноз оцениваемого рынка IaaS, млрд. руб. [4]

По мнению компании **ActiveCloud**, ключевыми драйверами роста российского облачного рынка в ближайшее время будут изменившаяся экономическая ситуация в стране, резкий рост стоимости валюты и принятые законодательные акты, требующие хранения персональных данных в России. Компании сокращают бюджеты на ИТ, а бизнесу становится важно уменьшить капитальные затраты на поддержание и развитие существующей ИТ инфраструктуры в кризисный период. Заказчики начнут все больше присматриваться и использовать новые инструменты для реализации ИТ задач — от лизинга оборудования до облачных сервисов, цены на которые конечно вырастут, но останутся значительно дешевле покупки серверного оборудования в собственность или использования зарубежных облачных сервисов. [5]

Для иллюстрации важности рассматриваемой тенденции приведем два примера. Первый пример демонстрирует использование виртуальных сервисов в финансовой сфере. Так, Тинькофф Банк нестандартно подошел к решению данной задачи и разработал виртуальную платформу для малого и среднего бизнеса на основе пожеланий самих предпринимателей:

1. Низкие тарифы.
2. Простое открытие счета. Предприниматели понимают, что по требованиям законодательства счет полностью удаленно открыть нельзя, но желают хотя бы максимально упростить это процесс и, с другой стороны, просят банк как-то повлиять на упрощение законов.
3. Удобное подписание документов.
4. Кросс-платформенный удобный интернет-банк.
5. Мобильность. Про необходимость мобильного приложения высказывались многие, но никто не отметил, что именно в нем хотел бы видеть.
6. Вывод на карту. Почти все комментирующие заметили, что вывод на карты в текущих банках неудобен.
7. Интернет-эквайринг. Несмотря на то, что интернет-эквайринг у Тинькофф Банка уже есть, некоторые высказались, что в комплексе услуг он необходим.
8. Круглосуточное обслуживание.
9. Процент на остаток. Процент на остаток по счету хотели бы многие. Правда, точный размер желаемого дохода никто не указал.
10. Облегчение управления документооборотом и бухгалтерией.
11. Доступ к заемным деньгам. Очень многие высказались, что хотели бы легко получать овердрафт.
12. Быстрая и адекватная служба поддержки. Такое пожелание высказывалось не раз, но уточнений не было. Видимо, что такое скорость и адекватность, банк должен определить самостоятельно. [6]

Литература:

1. Финтех и начало экономики API: [Электронный ресурс] URL: <http://futurebanking.ru/post/2907> (дата обращения 01.12.2015)

Реально, по мнению главы банка Тинькофф, в России существует только две адекватные платформы для малого и среднего бизнеса: платформа Альфа-Банка и платформа Банка Открытия, а этого недостаточно для трех миллионов хозяйствующих субъектов.

Второй пример связан с использованием виртуальных сервисов при осуществлении платежей в российских интернет-магазинах. Платежный сервис CloudPayments дал возможность российским интернет-магазинам принимать платежи в 57 валютах, что значительно упрощает выход российского интернет-бизнеса на международные рынки. [7]

Как сообщают в CloudPayments, благодаря новой технологии любое ООО или ИП может перевести свой сайт на иностранный язык и начать выставлять покупателям счета в местной валюте, списывать денежные средства с иностранных карт и отправлять их себе на счет, не нарушая законы Российской Федерации. Основными партнерами CloudPayments по эквайрингу выступают Альфа-Банк и Тинькофф Банк. [7]

Подробно ознакомившись с сущностью виртуальных серверов можно выделить следующие преимущества их использования:

1. Нулевые первоначальные вложения, в то время как приобретение собственного сервера обходится в сотни раз дороже.
2. Минимизация рисков потери инвестиций.
3. Высокая доступность и отказоустойчивость. Все виртуальные сервера размещены на отказоустойчивых кластерах виртуальных машин и полностью защищены от отказа любого из физических серверов. Построить собственную инфраструктуру с такой степенью надежности стоит сотни миллионов долларов.
4. Гибкость и масштабируемость. То есть можно увеличить производительность арендуемых вами виртуальных серверов, выделив дополнительную оперативную память или дисковое пространство, а также процессоры.
5. Безопасность. Это преимущество объясняется тем, что самостоятельно обеспечить аналогичную безопасность достаточно сложно и затратно.

Таким образом, открытая ИТ-инфраструктура является общей тенденцией развития банковского и нефинансового секторов экономики, что обусловлено принципиальной сменой парадигмы развития общества в целом. Глобализация и интеграция технологических и финансовых платформ требует расширенной инфраструктуры и иных способов управления ресурсами, которые данная инфраструктура предлагает. Общие, открытые технологии позволяют снижать издержки, формировать конкурентоспособные цены для конечных потребителей и обеспечивать упрощенный доступ к соответствующим услугам.

2. Мобильность в финансовых сервисах растет высокими темпами: [Электронный ресурс] URL: <http://futurebanking.ru/post/2964> (дата обращения 25.11.2015)
3. В Великобритании создают единый стандарт API для финансовых сервисов: [Электронный ресурс] URL: <http://futurebanking.ru/post/2758> (дата обращения 12.11.2015)
4. Корпоративный и некорпоративный IaaS: как не заблудиться на облачном рынке: [Электронный ресурс] URL: <http://habrahabr.ru/c/otprany/it-grad/blog/251289/> (дата обращения 12.11.2015)
5. Рынок услуг IaaS, предоставляемых российскими провайдерами корпоративным клиентам, итоги 2014 г.: [Электронный ресурс] URL: http://json.tv/ict_telecom_analytics_view/gynok-uslug-iaas-predostavlyaemyh-grossiyskimi-provayderami-korporativnym-klientam-itogi-2014-g-20150407114523 (дата обращения 04.11.2015)
6. Тиньков запустит обслуживание МСБ в мае 2016 года: [Электронный ресурс] URL: <http://futurebanking.ru/post/2922> (дата обращения 24.11.2015)
7. CloudPayments перешел границу в интернет-платежах: [Электронный ресурс] URL: <http://futurebanking.ru/post/2995> (дата обращения 24.11.2015)

Особенности сегментации корпоративных клиентов телекоммуникационного рынка

Рудская Елена Николаевна, кандидат экономических наук, доцент;
Бондаренко Оксана Владимировна, магистрант
Донской государственный технический университет

Растущая глобализация экономической жизни человечества и увеличивающаяся роль инновационных технологий существенно повысили значение информации как фактора обеспечения конкурентоспособности. Телекоммуникации стали интегральной частью бизнеса, обеспечивающей обмен потоками информации и принятие деловых решений. Объем информации, передаваемой через телекоммуникационную инфраструктуру, удваивается в мире каждые 2–3 года. Значение связи на уровне компаний и в мировой экономике растёт. В процессе экономического развития активное использование телекоммуникационных технологий сопровождается переходом к так называемому информационному обществу, когда информация становится важнейшим экономическим ресурсом.

Активное развитие рынка телекоммуникаций сегодня является необходимым условием экономического прогресса.

Рынок телекоммуникационных систем за период 2010–2013 гг. претерпевал стремительные изменения: в этот период наметилась устойчивая тенденция снижения интереса к фиксированной телефонии и значительно выросла глубина проникновения услуг мобильной связи. При этом произошел качественный рост абонентских устройств, что расширило ассортимент услуг, потребляемых каждым устройством. В целом динамика объема рынка услуг связи в России положительна, что отражает рис. 1.

По оценке «ГидМаркет», потенциальная ёмкость рынка выше, как минимум, на 5%, от объёма рынка на сегодняшний день. Специфика отрасли такова, что потенци-

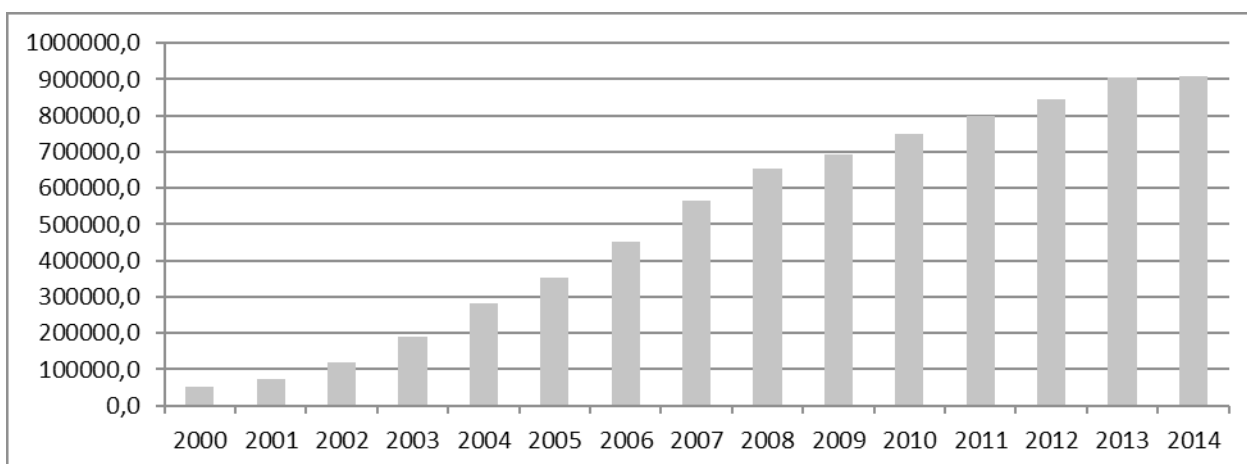


Рис. 1. Объем услуг связи, оказанных населению, млрд. руб. [1]

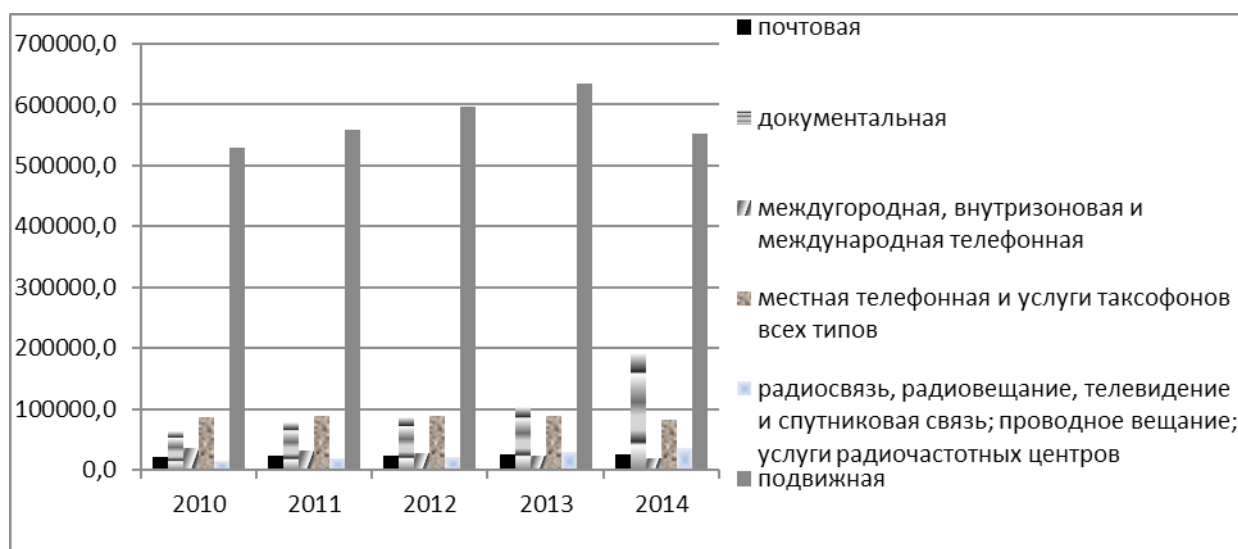


Рис. 2. Объем услуг связи, оказанных населению, млрд. руб. [1]

альные возможности рынка расширяются параллельно с постоянным и непрерывным развитием технологий и ростом номенклатуры услуг. [2]

Объемы предоставления услуг подвижной (мобильной) связи согласно рис. 2 по итогам 2013 г. более чем в 3 раза превышали объемы основных конкурентов: стационарной телефонии и документальной связи.

Отчетность фиксирует, что в последние 3 года ежегодно в России число абонентов фиксированной телефонии сокращается на 0,8–1 млн. человек, при этом трафик междугородних и международных звонков продолжает «мигрировать» в сети операторов сотовой связи. [2]

Абонентская база сотовых операторов делится на следующие основные сегменты (по источнику финансирования): B2C и B2B. Это означает, что потребление услуг рынка телекоммуникационных систем осуществляется основными видами потребителей: населением и юридическими лицами.

Рассматривать эти группы потребителей следует отдельно, так как они имеют разные потребительские предпочтения. Реализация услуг населению приносит операторам более 55% выручки. Рассмотрим на рис. 3 динамику потребления услуг связи населением и детализацию по основным сегментам потребления.

Сегмент B2C является основным потребителем услуг подвижной связи, а сектор B2B является потребителем всех услуг связи. Однако крупный бизнес использует единичные услуги, так как обладает собственной, развитой в достаточной мере и обслуживающей потребности инфраструктурой. Мелкий и средний бизнес проявляет интерес к пакетным предложениям и «облачным технологиям» в силу того, что у этого сегмента нет ни компетенций, ни ресурсов, ни подготовки для самостоятельной интеграции софтверных продуктов и телеком-составляющей. [2]

Ведущие операторы рынка связи, предоставляющие мобильные услуги, признают, что одним из основных драй-

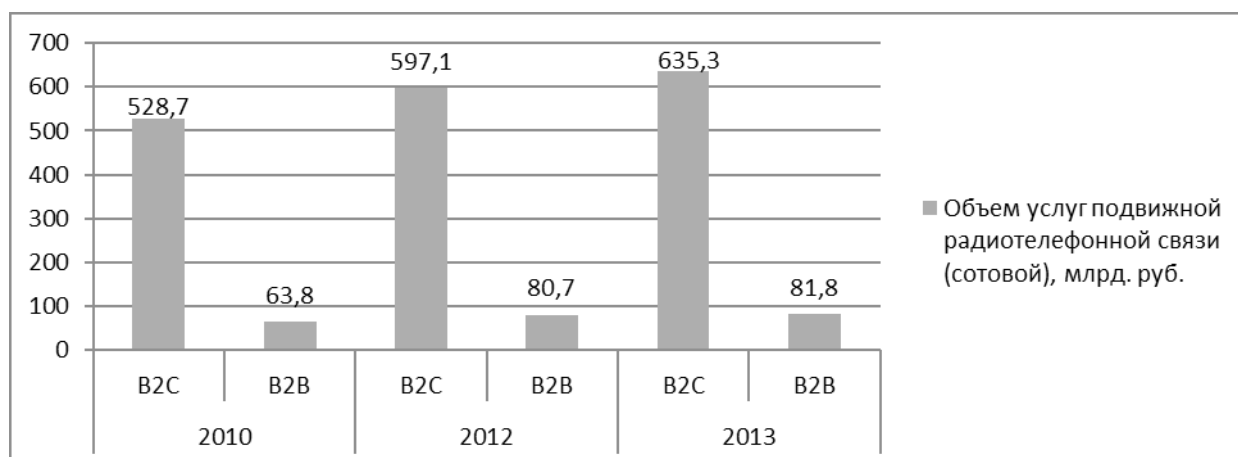


Рис. 3. Объем услуг подвижной радиотелефонной связи по сегментам бизнеса, млрд. руб. [1]

веров роста мобильного рынка России становится мобильный Интернет. Продолжается стремительный рост проникновения мобильных устройств, подключенных к сети Интернет, таких как смартфоны и планшеты. Именно рост проникновения таких абонентских устройств в сочетании с активным развертыванием сетей четвертого поколения LTE (буквально с англ. Long-Term Evolution – долговременный стандарт беспроводной высокоскоростной передачи данных для мобильных телефонов и других терминалов, работающих с данными) стал драйвером роста потребления услуг передачи данных в 2013 году.

Компании могут в течение продолжительного количества времени эффективно продавать свою стандартную продукцию или специальные услуги, не имея при этом точного определения своих целевых сегментов. Однако постепенно после насыщения рынка несегментированное продвижение продукта становится малоэффективным и экономически необоснованным, а у производителей начинается формироваться потребность в более детальном

знании потребительских сегментов. Сегментированное предложение, основанное на основательном знании потребностей и специфики потребительских сегментов, имеет практически неисчерпаемый ресурс.

Рынок B2C в последнее время насыщен и соответственно происходит замедление прироста подключений к мобильным операторам, однако рынок B2B сейчас находится в стадии развития. Именно поэтому важно рассмотреть этот рынок и определить особенности сегментации корпоративных клиентов.

Сегментация корпоративных клиентов отличается от сегментирования клиентов рынка B2C тем, что целевой аудиторией рынка являются всегда юридические лица, которые при выборе товаров в большинстве случаев используют совершенно иные критерии выбора необходимых товаров, кроме того они совсем иначе принимают решения о покупке необходимого товара.

Можно сегментировать корпоративный рынок по следующим критериям, представленным в таблице 1:

Таблица 1. Критерии сегментации клиентов на корпоративном рынке [3]

Критерии сегментации	Расшифровка
Выделенный размер корпоративных покупателей на рынке	<ul style="list-style-type: none"> • Соотношение 20:80 Парето означает, что 20% покупателей обеспечат предприятию 80% прибыли. При такой ситуации на рынке необходимы сегментация и учет привлекательности сотрудничества. • Соотношение 80:20 Парето означает, что 80% покупателей обеспечат предприятию 20% прибыли. Данная ситуация говорит, что наблюдается высокий риск наличия крупных покупателей при несложной текущей работе. Это означает, что крупные покупатели не могут быть сегментированы, с ними должен быть проработан индивидуальный маркетинг.
Прогнозируемый потенциал роста компании покупателей и/или их целевых рынков.	Сегментация происходит на основе деления потребителей по категориям А, В, С, D (критерием деления может быть ЖЦТ, потребности целевой аудитории, инновационные технологии и предлагаемый товар).
Сегментация крупных промышленных рынков с использованием государственной/международной стандартной классификации отраслей производства	SIC (Standard Industry Classification), ОКП (Общероссийский классификатор предприятий). Основные примеры сегментации по коду: <ul style="list-style-type: none"> • услуги по осуществляемой поставке; • разработка производимого товара; • темы выпускаемых рекламных сообщений и каналы их распространения; • подготовка новых торговых кадров; • организация и обеспечение работы торговых агентов.
Сегментация по способу совершения закупок.	<ul style="list-style-type: none"> • Централизованные и децентрализованные закупки. • По выделяемой искомой выгоде покупке (не обращая внимание на характеристику товара), например, при выборе сотового оператора: быстрота соединения; цена/качество; простота тарифа; имидж; личный кабинет. • По чувствительности к способам сбыта товара. • По чувствительности к использованию торговых СМИ. • По описанию процедур и алгоритмов закупки.

Сегментация по склонности к сотрудничеству или дешевизне закупки у разных групп (привычки).	Закупка через агентов-закупок, закупочные центры, дилерская сеть.
Чувствительность к принятой цене	<ul style="list-style-type: none"> • закрытые торговые площадки; • соотношение цена/качество; • значимость расходов; • экономические обстоятельства покупки; • простота покупки товара-заменителя.
Сегментация по представлениям/осведомленности потребителя о товаре/фирме/марке	<ul style="list-style-type: none"> • осведомлены, но серьезно не рассматривали товар; • осведомлены, но им недоступны каналы продажи товара и информации; • не осведомлены о предлагаемом товаре/марке; • осведомлены, но не любят рисковать; • осведомлены, но отказались из-за неуверенности в качестве товара; • осведомлены, но привычка или инерция мешают покупке товара; • пробовали, но недовольны покупкой; • пробовали, но им невыгодно покупать товар; • осведомлены, но отказались из-за очень высокой цены товара; • ранее использовали товар, но больше им не нужен.
По размеру бизнеса	<ul style="list-style-type: none"> • малый • средний • крупный

Эксперты в области маркетинга считают, что при выборе наиболее перспективных сегментов необходимо учитывать следующие советы:

— выходить на самые перспективные сегменты, например, на рынки, которые способны обеспечить большой объем продаж продукции компании и имеющие стабильно высокие темпы прироста;

— оценивать доходность выбранного сегмента и существующих на рынке барьеров при входе в новый сегмент;

— концентрироваться, прежде всего, на таких сегментах, в которых есть неудовлетворенный спрос потребителей и возможность создать уникальное конкурентное преимущество и в которых существует неудовлетворенный спрос;

— отойти от сегментов и не входить на рынки, которые имеют отрицательно растущий тренд продаж;

— уделять внимание уровню конкуренции на рынке и возможному возникновению ценовых войн. [4]

Для выделения особенностей сегментирования корпоративных клиентов рассмотрим тарифные планы основных операторов рынка телекоммуникационных систем России детально, по основным сегментам рынка.

В последнее время в России наметилась тенденция развития пакетных предложений сотовых операторов с фиксированным количеством минут, SMS и Интернета.

Для сравнения корпоративных тарифных планов без ежемесячной абонентской платы проанализируем в таблице 2 всех сотовых операторов «Большой четверки» (Билайн, МТС, Мегафон, Tele2). [5]

Таблица 2. Сравнение тарифов с отключенной опцией «Ежемесячная абонентская плата» [5]

		Tele2	МТС	Билайн	МегаФон
		Сириус	Умный бизнес Start*	Коллеги	Корпоративный стандарт
Звонки	Внутри компании	0.2 ₺	0.1 ₺	0.1 ₺	0.15 ₺
	На все номера Москвы	1 ₺	2 ₺	1.9 ₺	2.5 ₺
	Внутри сети по РФ	3 ₺	5 ₺	3 ₺	5 ₺
	На других операторов по России	3 ₺	10 ₺	3 ₺	10 ₺
SMS	Абонентам Москвы	1 ₺	2.05 ₺	1.9 ₺	1.75 ₺
	В другие регионы РФ	1 ₺	3.8 ₺	1.9 ₺	1.75 ₺
Интернет		1 ₺	9.9 ₺	9.95 ₺	9.9 ₺

Как видно из таблицы, тариф сотового оператора Tele2 «Сириус» имеет преимущества по большинству выделенных направлений. Сотовый оператор предлагает самую низкую стоимость звонков на все номера Москвы (помимо своей компании), самую низкую стоимость за SMS и наиболее выгодный Интернет (1 руб. за МегаБайт). Однако, тариф «Сириус» уступает остальным оператором только по одному показателю – по стоимости звонков внутри корпоративной группы (20 копеек за минуту против 10–15 копеек).

В таблице 3 для сравнения были выбраны тарифы, которые находятся в одном ценовом сегменте с тарифом Tele2 «Гамма» (с абонентской платой 300–350 руб. в месяц). [5]

Хочется отметить, что раньше все сотовые операторы предлагали корпоративным клиентам различные скидки, которые зависели от срока работы клиента с оператором. Однако на данный момент большинство таких выгодных предложений было упразднено. Единственный оператор, которые еще предоставляет такую скидку – «МегаФон». В2В программа «Скидка за стаж» позволяет с самого начала подключения клиентам уменьшить абонентскую плату и некоторые другие дополнительные платежи примерно на 20%, а по истечению 3 лет работы увеличить скидку до 30%.

Итак, при сравнении тарифа «Гамма» с конкурентами мы видим, что он является наиболее выгодным предложением. При абонентской плате 350 руб. в месяц он включает больше минут, Интернета и SMS, чем у других операторов связи. В пакет включенных минут входят междугородные

звонки по РФ (у других операторов за них придется платить около 10 руб./минуту).

Наименее выгодным в данной группе тарифов является тариф Билайн «Для бизнеса 300». Он включает всего 100 минут звонков на все номера Москвы (кроме Билайн). Однако у этого тарифа есть и плюсы: полностью безлимитные звонки на номера Билайн по России, а также возможность расходовать пакет Интернета в роуминге по России.

В тарифы средней ценовой группы вошли предложения операторов сотовой связи с абонентской платой 500–600 руб. в месяц (таблица 4).

Тарифный план Tele2 «Бета» по объему включенного пакета в 2–3 раза выигрывает у своих конкурентов. Единственной альтернативой Tele2 в данном сегменте по стоимости может быть тарифный план МегаФона «Корпоративный безлимит S1500+» с программой «Скидка за стаж 30%», который стоит на 100 руб. дороже и предоставляет то же количество минут, в два раза больше SMS и на 1 ГБ меньше трафика.

В группу с самым большим включенным пакетом попадает самый дорогой тариф из корпоративной линейки Tele2 – Альфа, а также тарифы МТС «Умный бизнес L», Билайн «Для бизнеса за 100», МегаФон «Корпоративный безлимит S1500+» (Таблица 5). С учетом программы «Скидка за стаж 30%» сюда попадает и максимальный тариф из линейки МегаФона «Корпоративный безлимит S5000+».

Анализируя вышесказанное можно сказать, что Tele2 предоставляет действительно наиболее выгодную и интересную тарифную линейку, особенно для малого и сред-

Таблица 3. Сравнение корпоративных тарифов «Большой тройки» и TELE2 Москвы с минимальными включенными пакетами [5]

		Tele2	МТС	Билайн	МегаФон	МегаФон
		ГАММА	УМНЫЙ БИЗНЕС СТАРТ	ДЛЯ БИЗНЕСА ЗА 300	КОРП. БЕЗЛИМИТ S500+	КОРП. БЕЗЛИМИТ S500+ (скидка за стаж 30%)
Абонентская плата		350 Р	300 Р	300 Р	600 Р	420 Р
Звонки	Внутри компании	бесплатно	бесплатно	бесплатно	500 минут	500 минут
	На другие номера Москвы	500 минут	200 минут	100 минут		
	На номера «своего» оператора по РФ			бесплатно		
	Межгород		10 Р	9.95 Р	10 Р	10 Р
SMS	Внутри компании	500 штук	100 штук	100 штук	3000 штук	3000 штук
	На остальные номера региона					
	На все номера России		3.8 Р			
Интернет		5 ГБ	0.5 ГБ	0.5 ГБ	3 ГБ	3 ГБ

Таблица 4. Сравнение корпоративных тарифов с пакетами среднего размера [5]

		Tele2	МТС	Билайн	МегаФон	МегаФон
		БЕТА	УМНЫЙ БИЗНЕС М	ДЛЯ БИЗНЕСА ЗА 600	КОРП. БЕЗЛИМИТ S500+	КОРП. БЕЗЛИМИТ S1500+ (скидка за стаж 30%)
Абонентская плата		600 Р	500 Р	600 Р	600 Р	700 Р
Звонки	Внутри компании	бесплатно	бесплатно	бесплатно	500 минут	1500 минут
	На другие номера Москвы	1500 минут	700 минут	600 минут		
	На номера своего оператора по РФ			бесплатно		
	Межгород			10 Р		
SMS	Внутри компании	1500 штук	1000 штук	1000 штук	3000 штук	3000 штук
	На остальные номера региона					
	На все номера России		3.8 Р			
Интернет		10 ГБ	4 ГБ	10 ГБ	3 ГБ	9 ГБ

Таблица 5. Сравнение корпоративных тарифов с большими включенными пакетами [5]

		Tele2	МТС	Билайн	МегаФон	МегаФон
		АЛЬФА	УМНЫЙ БИЗНЕС L	ДЛЯ БИЗНЕСА ЗА 1000	КОРП. БЕЗЛИМИТ S1500+	КОРП. БЕЗЛИМИТ S5000+ (скидка за стаж 30%)
Абонентская плата		900 Р	1000 Р	1000 Р	1000 Р	1050 Р
Звонки	Внутри компании	бесплатно	бесплатно	бесплатно	1500 минут	5000 минут
	На другие номера Москвы	3000 минут	2000 минут	1500 минут		
	На номера своего оператора по РФ			бесплатно		
	Межгород			10 Р		
SMS	Внутри компании	3000 штук	2000 штук	2000 штук	3000 штук	5000 штук
	На остальные номера региона					
	На все номера России		3.8 Р			
Интернет		15 ГБ	10 ГБ	15 ГБ	9 ГБ	15 ГБ

него бизнеса, где не так много говорящих абонентов. Тарифы оператора отличаются простой и понятностью, при этом для выгодного общения не требуется подключение дополнительных надстроек и опций. В сегменте многоговорящих абонентов и для крупного бизнеса их тарифы тоже интересны, однако есть реальная и более выгодная альтернатива в виде тарифов МегаФон с подключенной программой «Скидка за стаж».

По мере роста конкуренции на телекоммуникационном рынке тарифы снижаются, клиенты становятся менее привязаны к сервис-провайдеру, происходит стагнация доходов операторов. Проблема сокращения оттока абонентов и повышения дохода с одного пользователя касается и корпоративного сегмента, где доходность с одного абонента в несколько раз выше, чем в секторе частных абонентов, а стоимость привлечения — выше. В настоящее время удержать покупателя и стимулировать его потребление можно при помощи разработки выгодного предложения комплекса бандлов (от англ. bundle — пучок, пакет, связка) — это комплекты, которые состоят из нескольких товаров или услуг, предлагаемых как единое целое. [6]

В B2B сегменте бандлирование оборудования — это один из лучших способов на телекоммуникационном рынке формирования комплексного предложения, который будет выгоден как для сотового оператора, так и для его потребителя услуг и тарифов. Чаще всего бандлы состоят из тарифных планов вместе с комплексным абонентским оборудованием и программным обеспечением, и с дополнительными услугами. В последнее время бандлы объединяют мобильную связь, стационарную (не подвижную) телефонию для офиса и фиксированный широкополосный доступ в интернет, а также различные дополнительные услуги и программные офисные продукты (например, Microsoft Office 365) (рис. 4). При этом абонент вправе выбирать только нужные ему услуги.

Услуга бандлирования корпоративного оборудования особенно популярна среди универсальных сотовых операторов, которые обладают, как проводными, так и беспроводными широкополосными сетями (например, сетями

Wi-Fi). Базисная бизнес-модель для подобных компаний основывается не только на бандлировании фиксированных широкополосных предложений с мобильными, но и, например, в использовании технологии Wi-Fi для разгрузки своих мобильных сетей, значительного сокращения расходов и снижения оттока абонентов от базы. [6]

Услуги бандлирования B2B оборудования становятся наиболее популярными в таких сегментах, как SME (средняя компания *от англ. Small and Medium-sized Enterprises*) и SOHO (от англ. Small office/home office — «малый офис/домашний офис» — название сегмента рынка) по ряду причин:

— Покупка компаниями бандлов для бизнеса намного выгоднее, чем сотовое оборудование и подходящие тарифные планы в отдельности.

— Некоторые из предлагаемых тарифных планов, которые наиболее привлекательны для сегментов SME и SOHO предлагаются компаниям только при приобретении фиксированных бандлов.

— Функциональные смартфоны бизнес-класса по-прежнему остаются достаточно не дешевыми устройствами, поэтому их субсидирование может стимулировать спрос.

— Бандлирование корпоративного оборудования позволяет сократить производственные расходы компании, повысить конкурентоспособность на рынке и эффективность функционирования организации.

Рассмотрим зарубежные примеры использования бандлированных корпоративных технологий на телекоммуникационном рынке в таблице 6.

Основываясь на данных таблицы 6, можно сделать вывод, что зарубежные компании Telenor и Orange предлагают самые выгодные бандлы при приобретении мобильного телефона. Однако помимо этих операторов бандлирование так же предоставляют компании Tele2, Bouygues Telecom, Sprint и TeliaSonera.

Стоит отметить, что среди рассмотренных операторов сотовой связи, только два включают в бандлы набор офисных приложений Microsoft Office 365 — Vodafone и TeliaSonera.

Оператор	Мобильная связь	ШПД	Фиксированные телефонные линии	Microsoft Office 365
AT&T (США)	+	+	+	-
BT (Англия)	+	+	+	-
Verizon (США)	-	+	+	-
EE (Англия)	+	-	-	-
Telenor (Сербия)	+	+	-	-
Vodafone (Ирландия)	+	+	+	+
O2 (Англия)	+	-	-	-
Tele2 (Австрия)	-	+	+	-
Bouygues Telecom (Франция)	+	+	-	-
Sprint (США)	+	+	-	-
TeliaSonera (Швеция)	+	+	-	+

Источник: J'son & Partners Consulting

Рис. 4. Услуги, входящие в бандлы зарубежных операторов сотовой связи [6]

Таблица 6. Зарубежные примеры использования бандлированных корпоративных технологий на телекоммуникационном рынке [6]

Компания	Пример
AT&T (США)	Компания предлагает B2B сегменту бандлы, которые включают тарифные планы на мобильные телефоны, бесплатный Wi-Fi и стационарные телефонные линии, кроме того предлагает на выбор приобрести один из пяти бандлов стоимость которых колеблется от 80 \$ до 114,99 \$ в месяц.
BT (Великобритания)	Компания предлагает бизнес клиентам услуги бандлирования корпоративного оборудования: это может быть мобильный телефон + выгодное пакетное предложение Platinum, Premium или Budget. Затем, если клиенту не выгоден ни один бандлов, то он может самостоятельно составить наиболее привлекательный для него пакет для бизнеса.
Verizon (США)	Компания предлагает своим бизнес-клиентам выгодное решение для бизнеса, которое включает в себя: бесплатный Wi-Fi; две фиксированные телефонные линии, с набором выделенных функций и безлимитными звонками, которые также могут принимать факсы и транзакции по кредитным банковским картам; высокоскоростной интернет с различными вариантами скорости подключения к сети: 5, 15 и 30 Мбит/с.
Orange совместно с T-Mobile (Великобритания)	Компании предоставляют бандлы для малого сегмента бизнеса под брендом «EE». Абоненту предлагается взять один из 11 телефонов бесплатно или один из 10 за дополнительную плату, которая всегда не превышает \$ 23, а также возможность выбрать наиболее подходящий для компании тарифный план.
Telenor (Сербия)	Компания предоставляет бандлы, которые включает в себя мобильный телефон и выгодный тарифный план, кроме того стоимость телефона составляет всего 10 центов, а тарифный план можно выбрать исходя из предпочтений клиента. Данное предложение распространяется на 46 различных моделей телефонов. Второй вариант бандлирования корпоративного оборудования заключается в возможности приобрести один из 5 модемов, стоимость которых так же составляет всего 10 центов. [
Vodafone (Ирландия)	Компания предоставляет бандл для корпоративного бизнеса примерной стоимостью около \$ 117, который включает в себя фиксированный широкополосный интернет, мобильную сотовую связь и офис (Microsoft Office 365). В данном пакете прилагается один из трех различных смартфонов бесплатно: Samsung Galaxy S3, BlackBerry 9320 или Nokia Lumia. За отдельную плату можно приобрести iPhone 4S (+ \$ 67,5) или Samsung Galaxy Note 2 (+ \$ 69).
02 (Великобритания)	Оператор предлагает корпоративные-бандлы, которые включают в себя приобретение мобильного телефона и выгодный тарифный план. Бандл распространяется на следующие телефонные модели: Sony Xperia Z1, Apple iPhone 5s 16GB Space Grey, Nokia Lumia 1020, Apple iPhone 5c 16GB Blue.

В большинстве случаев, при приобретении бандла контракт заключается на два года, но некоторые операторы, такие как BT, Telenor или Vodafone предоставляют контракты и на меньший срок.

По мнению аналитиков J'son & Partners Consulting, включение в бандлы нового технологического оборудования, повышение качества и внедрение дополнительных услуг в тарифные планы (VoIP (от англ. Voice over IP; IP-телефония – система связи, обеспечивающая передачу речевого сигнала по сети Интернет или по любым другим IP-сетям) для организации двустороннего общения, SIP (от англ. Session Initiation Protocol – протокол установления сеанса, описывающий способ установления и завершения пользовательского интернет-сеанса, включающего

обмен мультимедийным содержимым) для аудио- и видеоконференций, LTE 4G, MMS и т.д.) будут способствовать росту привлекательности «бандлов» для организаций. [6]

В сложных экономических условиях бизнес сильнее осознает преимущества облачной модели, предоставляющей больше гибкости и возможности экономить. На всем рынке ИТ в России наблюдается замедление темпов роста традиционных ИТ-платформ, и наступает «ожидание общего «рывка» к платформе ИТ на основе облаков, социальных сетей, мобильных технологий, «больших данных».

Проанализировав мнение специалистов российских компаний по предоставлению бандлированных услуг можно сказать, что развитие облачных технологий является положительным явлением на телекоммуникаци-

Таблица 7. Облачные бизнес-решения от крупных провайдеров [6]

Облачные бизнес-решения от крупных провайдеров			
Компания	Сервис	Описание	Год начала разработки
Манго Телеком	CRM Mango Office, Центр обработки вызовов	Интеграция с телефонией, управление продажами	2012
Мегаплан	Мегаплан CRM	Управление проектами автоматизация продаж, финансового планирования и взаимодействия с клиентами; Возможность хранить всю информацию по клиентам в структурированной базе данных	2008
1С-Битрикс	Битрикс 24	Учет потенциальных и текущих клиентов и партнеров; Возможность интеграции с почтой, интернет-магазинами, обработка заказов в системе; Встроенный каталог товаров и услуг	2012
Netsuite (официальные представители в России: IGate, Systematic Software Solutions и A-Tek)	Net Suite	CRM, ERP и e-commerce	1998

Источник: CNews Analytics, 2014

онном рынке, так как с их помощью происходит популяризация сервисов, значительный рост спроса на связь (в том числе VPN). Однако вместе с ростом популярности облачных сервисов растут требования к пропускной способности сети и качеству предоставляемых услуг. [6]

Для того чтобы проанализировать рынок облачных услуг выделим в таблице 7 основные бизнес-решения от крупных провайдеров российского рынка.

На рынке облачных услуг все популярнее становятся услуги IaaS (Infrastructure as a Service – облачная модель, которая подразумевает под собой использование виртуальных серверов за арендную плату), решения универсальных коммуникаций, CRM, приложения для совместной работы и виртуальные АТС. Эксперты отмечают динамичный рост популярности облаков в России. Хотя рынок пока невелик, он демонстрирует быстрый рост. [6]

Изменения в сегменте облаков даже не количественные, а качественные. Облачные технологии попу-

лярны среди пользователей и становятся для предприятий технологическим фундаментом для основной деятельности – вместо или в сочетании с традиционными аппаратными и программными средствами.

Таким образом, правильное выделение сегментов корпоративных клиентов и предложение им целевого тарифного плана с набором нужных услуг является большим преимуществом в конкурентной борьбе сотовых операторов.

При использовании такого подхода к разработке продукта необходимо использовать инновационные подходы к формированию продуктового предложения. Одним из таких подходов может являться предложение целевой аудитории бандлов, которые представляют собой тарифные планы в совокупности с субсидированным (в большинстве случаев) абонентским оборудованием и программным обеспечением, дополнительными услугами.

Литература:

1. Федеральная служба государственной статистики РФ [электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://www.gks.ru/>(дата обращения 15.11.2015).
2. Маркетинговое исследование Российского рынка телекоммуникационных услуг [электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://gidmark.ru/>(дата обращения 15.11.2015).
3. Василенко, Е.И. «Маркетинг» [электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://www.studfiles.ru/preview/4593022/>(дата обращения 15.11.2015).
4. Пример сегментации деловых (b2b) рынков [электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://powerbranding.ru/segmentirovanie/gynok-b2b-primer/>(дата обращения 15.11.2015).

5. Большое сравнение корпоративных тарифов TELE2 в Москве с тарифами МТС, Билайн, МегаФон [электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <https://www.tarifer.ru/A524> (дата обращения 15.11.2015).
6. Кочеткова, Е. Интернет и ТВ: как операторы взаимодействуют с пользователями [электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: http://www.cnews.ru/reviews/telekom_2014/articles/internet_i_tv_kak_operatory_vzaimodejstvuyut_s_polzovatelayami (дата обращения 15.11.2015).

Технологии профилирования заёмщиков в банковской сфере: инновации в скоринге и минимизации рисков мошенничества

Рудская Елена Николаевна, кандидат экономических наук, доцент;

Полтавская Юлия Юрьевна, магистрант
Донской государственный технический университет

Высокая конкуренция на рынке финансовых услуг связана с сокращением числа потенциальных и удержанием существующих клиентов банков, вызывая необходимость в оперативном сборе и обработке данных. Анализируя данные по клиенту или группе клиентов, банки строят профили потенциальных заемщиков с учетом их полной истории взаимоотношения с банком, в том числе и по закрытым договорам. С помощью передовых технологий интеллектуального анализа данных банк может достаточно точно оценить кредитоспособность потенциальных заемщиков, что в значительной мере позволит снизить кредитные риски.

Полная история транзакций, факты недобросовестного поведения, возникновения задолженностей – все это доступно для сегментирования клиентской базы и позволяет банкам совершенствовать свою продуктовую и тарифную политику, повышать прибыльность на отдельного клиента. В результате реальные и потенциальные клиенты получают большой выбор сервисов и продуктов и чувствуют заинтересованность в себе со стороны банка. А эти факторы, как известно, довольно сильно влияют на отношение к банку в целом [1].

Применения технологий Data Mining в банковской сфере

От того, насколько оперативно банки принимают правильные стратегические решения, зависит само существование банка. Большая часть того, что необходимо для принятия стратегического решения уже хранится в банках в виде огромных объемов данных (Big Data), собираемых ежедневно для решения основных задач во всех направлениях банковского бизнеса.

Применение технологий Big Data дает банкам преимущества перед своими конкурентами. Оперативное извлечение полезной информации из больших архивов данных и ее анализ в разных аспектах повышает эффективность работы банка в целом и позволяет лучше понять поведение клиентов в частности. Благодаря технологиям Big Data системы безопасности могут оперативно анализиро-

вать колоссальные массивы информации самого разного происхождения и эффективно противодействовать мошенничеству. Технологии Big Data позволяют банку использовать полуструктурированные данные, чтобы выявить скрытые связи между клиентами для определения уровня их кредитоспособности [1].

В целом технологии Big Data благодаря анализу клиентских баз, а также неструктурированной информации из социальных сетей и других источников позволяет разрабатывать более сфокусированные маркетинговые предложения, больше соответствовать ожиданиям разных целевых аудиторий, лучше влиять на потребительское поведение клиентов.

Благодаря технологиям Big Data банки получают возможность привнести в свою деятельность качественно новую аналитику и элементы искусственного интеллекта. Информация о клиентах, поставщиках, операциях компании и многом другом рассредоточена между десятками операционных систем и систем обработки транзакций, расположенных в разных бизнес-подразделениях. Возникает необходимость объединить всю информацию вместе с целью получить настоящие знания. В этом поможет технология Data Mining, которая является частью профилирования заёмщиков в банковской сфере.

Современные технологии Data Mining позволяют обработать информацию с целью автоматического поиска шаблонов, характеризующих какие-либо фрагменты неоднородных многомерных данных. Область применения Data Mining не имеет границ – она присутствует везде, где имеются какие-либо данные. Методами Data Mining сегодня заинтересованы, в первую очередь, банки. Профилирование наилучших достижений, как один из методов Data Mining, позволяет выявить основные характеристики наиболее успешных регионов, филиалов, клиентов для планирования дальнейшей деятельности банка. Профилирование также используется в банках для оценки риска при выдаче кредитов [2].

Технология Data Mining используется в банковской сфере для решения ряда типичных задач, представленных на рисунке 1.

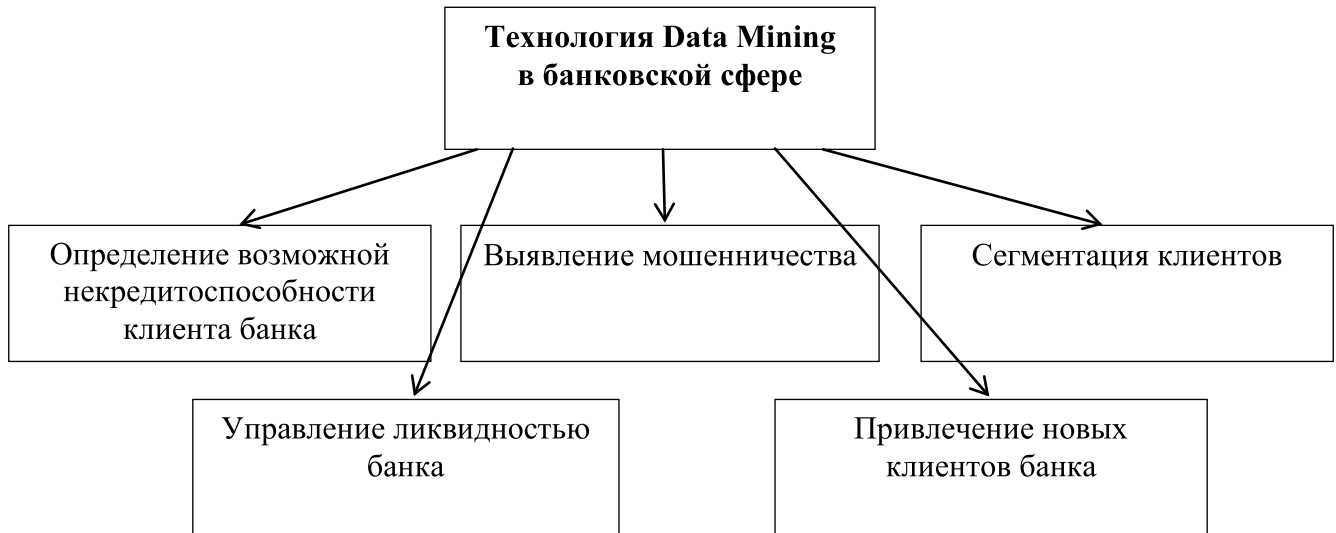


Рис. 1. Задачи технологии Data Mining в банковской сфере

Рассмотрим каждую задачу технологии Data Mining в банковской сфере [2]:

1. Определения возможной некредитоспособности клиента банка или так называемая задача «Выдавать ли кредит клиенту?»

Решение данной задачи без применения технологии Data Mining сводится к опыту, интуициям и субъективным представлениям работников банка о том, какой клиент является благонадежным. Системы Data Mining решают задачи примерно по той же схеме, на основе исторической (ретроспективной) информации и при помощи методов классификации выявляют клиентов, которые в прошлом не вернули кредит. Совокупность клиентов банка разбивается на два класса (вернувшие и не вернувшие кредит). На основе группы клиентов, не вернувших кредит, определяются основные «черты» потенциального неплательщика, при поступлении информации о новом клиенте определяется его класс («вернет кредит», «не вернет кредит»). Инструменты Data Mining профилируют клиентов, разделяя их на добросовестных и неблагонадежных заемщиков. Кроме того, возможно классифицировать заемщика по группам риска, то есть не только решить вопрос о возможности кредитования, но и установить лимит кредита, проценты по нему и срок возврата.

2. Выявление мошенничества.

Для выявления мошенничества применяются так называемые «подозрительные стереотипы поведения», определяемые в результате анализа банковских транзакций, которые впоследствии оказались мошенническими. Для определения подозрительных случаев используется совокупность последовательных операций на определенном временном интервале. Если система Data Mining считает очередную операцию подозрительной, банковский работник может, ориентируясь на эту информацию, например, заблокировать операции с определенной картой. Полученная таким образом информация может использоваться в действующих системах банка, разрешая

транзакции, совпадающие со стереотипом мошенничества, только после предварительной беседы с клиентом.

3. Сегментация клиентов.

С помощью средств Data Mining банк осуществляет сегментацию клиентов, что позволяет найти «профиль» наиболее выгодных клиентов и далее акцентировать свою маркетинговую политику для привлечения клиентов, соответствующих найденному «профилю». Разбивая клиентов на различные категории, политика банка становится более целенаправленной и результативной, различные виды услуг предлагаются разным группам клиентов.

4. Управления ликвидностью банка.

Data Mining помогает банкам строить прогнозные модели ценности своих клиентов, и соответствующим образом обслуживать каждую категорию. Проводя прогнозирование временного ряда с информацией об остатках на счетах клиентов за предыдущие периоды с помощью методов Data Mining банк получает прогноз остатка на счетах в определенный момент в будущем. Полученные результаты могут быть использованы для оценки и управления ликвидностью банка.

5. Привлечения новых клиентов банка.

С помощью профилирования как одного из методов Data Mining банк классифицирует клиентов на «более выгодных» и «менее выгодных». После определения наиболее выгодного сегмента клиентов банк проводит более активную маркетинговую политику по привлечению клиентов именно среди группы «более выгодных» клиентов.

Система скоринга в банках

Как можно было увидеть, спектр применения технологий Data Mining в банковской сфере весьма широк. Остановимся на наиболее актуальном на данный момент в России направлении – анализе кредитных рисков. Одним из методов оценки потенциального заемщика перед принятием решения о предоставлении ему

кредита наряду с проверкой благонадежности и оценкой финансового положения является скоринговая оценка. Скоринг на основе Data Mining генерирует инновационные технологии, решающие все выше перечисленные задачи интеллектуального анализа данных в сфере банковских услуг.

Термин «скоринг» происходит от английского слова score, трактуется в широком и узком смысле. Под скорингом в широком смысле понимают методы получения оценки заемщика, чаще всего количественной. В узком смысле скорингом называют метод разграничения различных групп потенциальных клиентов в условиях, когда доступна информация не о параметрах, разделяющих эти группы, а только о некоторых характеризующих их переменных. К таким переменным (признакам) могут относиться анкетные данные, информация из кредитной истории и другие, имеющиеся в банке сведения о ранее кредитовавшихся заемщиках, а также результат кредитования, например, погашение кредита, наличие просрочки с длительностью более заданной.

В итоге формируется итоговая оценка кредитоспособности. В зависимости от результата кредиты разделяются на «хорошие» и «плохие» с учетом задачи, решаемой методом скоринга.

Система скоринга помогает ответить на основной вопрос: стоит ли выдавать кредит конкретному лицу? А также определить уровень лимита по сумме кредита и оценить риск конкретной сделки. В результате формируется кредитный портрет (профиль) потенциального заемщика, позволяющий:

- разделить потенциальных заемщиков на «плохих», которым не может быть выдан кредит, и «хороших», которым кредит может быть выдан;
- рассчитать индивидуальные параметры кредитной сделки для конкретного заемщика;
- рассчитать риск и управлять кредитным портфелем по всем ссудам, выдаваемым частным лицам.

Новые эффективные методы создания (дополнения) клиентского профиля и нестандартные способы оценки возможного дефолта заемщиков, а также риски банка представлены инновациями в банковском скоринге. Несколько важнейших инноваций банковского скоринга представлены на рисунке 2.

Исследуем важнейшие инновации банковского скоринга [3]:

Психологическое профилирование заемщиков. Интересной представляется идея тестирования, которую реализует компания VisualDNA, ее продукт является одним из важных элементов кредитного скоринга и работы с клиентами.

Компания VisualDNA, один из лидеров в области анализа данных, предлагает инновационный подход к оценке кредитоспособности заемщиков. Опираясь на результаты последних исследований в области личностного развития и психологии поведения человека, компания разработала и запатентовала уникальную технологию психологического профилирования заемщиков для предсказания вероятности дефолта розничных клиентов финансовых организаций. В основе технологии лежит визуализированный тест, отвечая на который заемщик действует инстинктивно и выражает свои мысли без слов. В таблице 1 представлен пятифакторный личностный опросник VisualDNA. С помощью ответов на простые вопросы, становится возможным лучше понять истинные цели и потребности потенциальных клиентов. А на основании доказанной корреляции между личностными характеристиками и финансовым поведением клиента специалистами компании будет построена модель его склонности к дефолту, результатом которой станет VisualDNA рейтинг заемщика.

Особой ценностью VisualDNA рейтинг заемщика обладает в рамках решения задачи принятия кредитного решения по сегменту клиентов, не имеющих кредитной истории, позволяя финансовым организациям выдавать кредиты тем, кому ранее приходилось отказывать ввиду



Рис. 2. Инновации банковского скоринга

отсутствия данных о платежной дисциплине заемщика в кредитных бюро. Не ограничивая общности, использование психографических данных, полученных в результате тестирования, позволяет существенно улучшить качество работы также и имеющихся скоринговых моделей, максимизируя прибыль финансовых организаций без увеличения рискованной нагрузки.

Клиент проходит тест, получает результаты, затем они вводятся в скоринговую модель вместе с данными о заемщике из БКИ и самого банка. На выходе получается VisualDNA-рейтинг заемщика.

Скоринговая модель FICO FraudScore для оценки возможных обманных действий потенциальных заемщиков. В России появилась скоринговая модель FraudScore, которая будет использоваться для оценки возможных обманных действий потенциальных заемщиков. Уникальная скоринговая модель, позволяющая оценить вероятность повышенного риска выдачи займа на основе анкетных данных и кредитной истории потенциального заемщика.

Ранее на российском рынке кредитования не было специализированной скоринговой модели, позволяющей отслеживать заявки на кредит, для которых характерен высокий риск мошенничества. Использование новой модели позволит российским кредиторам пресечь возможные обманные действия потенциальных заемщиков на самой ранней стадии — перед тем, как будет сформирован кредитный счет.

Разработчики скоринговой модели FICO® Application Fraud score: Национальное бюро кредитных историй (НБКИ) и FICO (NYSE: FICO).

Скоринг на основании данных социальных сетей. Существуют технологии и сервисы, которые задействуют информацию из социальных сетей в системах таргети-

рования рекламы и кросс-продажах. Профиль для рекламы, по большому счету, то же самое, что скоринговая карта. Задействовать данные из социальных сетей можно не только для увеличения объема продаж, но и для отбора кредитоспособных заемщиков.

Отдельные банки, а также компании начали разработку нестандартных скоринговых моделей. В качестве источника сведений о потенциальных заемщиках используются данные об их поведении в социальных сетях, индивидуальных особенностях «серфинга» в Интернете и пользовании различными финансовыми услугами, что является альтернативой набору сведений, используемых в стандартном скоринге.

Данные из социальных сетей могут быть использованы для:

- построения антимошеннического скоринга и систем противодействия;
- первичного скоринга клиента;
- обогащения данных по клиенту;
- обогащения данных по социальному окружению клиентов;
- улучшения эффективности взыскания.

Основная идея онлайн-скоринга — привлечь тех людей, о которых банки ничего не знают, но у которых поведенческие шаблоны совпадают с шаблонами успешного человека. Потенциальные клиенты оставляют в социальных сетях о себе данные, которые зачастую имеют большую информационную значимость, чем данные в анкетах банка.

В настоящий момент социальные сети становятся одним из основных источников данных для принятия решений в бизнесе, от кредитов до маркетинговых продуктов.

Основными преимуществами систем оценки кредитоспособности заемщиков, которые основаны на технологиях Data Mining, являются:

Таблица 1. Пятифакторный личностный опросник VisualDNA [4].

Независимые переменные (черты характера)	Степень выраженности (шкала)	Характеристики
Открытость к новому	Экспрессивность/любопытность vs практичность/постоянство	Увлечение искусством, эмоции, страсть к приключениям и необычным идеям, любопытство и разнообразие опыта
Добросовестность	Рациональность/организованность vs импульсивность/низкий самоконтроль	Самодисциплина, добросовестность, стремление, преобладание планирования над спонтанными действиями, организованность, надежность
Экстраверсия	Открытость/энергичность vs замкнутость/сдержанность	Энергичность, позитивное отношение к жизни, напористость, торопливость, болтливость, коммуникабельность, общительность
Доброжелательность	Дружелюбность/привязанность vs холодность/обособленность	Закаленность, сострадание, сотрудничество, доверие и оказание помощи, аккуратность в выполнении своих обязанностей и обещаний
Эмоциональная устойчивость	Чувствительность/нервность vs самосохранение/уверенность	Тенденция испытывать неприятные эмоции, такие как гнев, тревога, депрессия, уязвимость. Определение эмоциональной устойчивости

- повышенная точность оценки заемщика,
- высокая скорость процедуры оценки,
- минимизирован человеческий фактор в принятии решения,
- высокая адаптивность и возможность переобучения моделей,
- снижение формируемых резервов на ожидаемые потери по кредитным обязательствам.

Выявление мошенничества в банковском секторе

Важнейшая проблема, которую можно решить с помощью Data Mining – вопросы мошенничества. При этом в части применения специализированных решений борьба с мошенничеством основной акцент, как правило, делается на борьбу с мошенничеством в каналах дистанционного банковского обслуживания как для физических, так и для юридических лиц, так как уровень защищённости банка определяется на основе наиболее уязвимых звеньев, которыми являются клиенты банка.

Также немалый ущерб банку наносится в результате внутреннего мошенничества, а также реализации сложных мошеннических схем, которые невозможно выявить Antifraud-системами канального уровня. В связи с этим, решением в борьбе с мошенничеством может стать создание кроссканальной системы противодействия мошенничеству.

Выделяют 5 уровней предотвращения мошенничества, представленных в таблице 2, которые имеют свои приоритеты реализации, в зависимости от уровней риска, простоты внедрения, уровня зрелости банка и процессов противодействия мошенничеству [5].

Итак, кроссканальная система противодействия мошенничеству – это совокупность решений различных производителей, объединённых в единую систему управления, мониторинга и анализа подозрительных транзакций и проведения расследования произошедших случаев мошенничества.

Многие банки запускают для своих клиентов целевые программы кредитования на специальных условиях, и это тоже является потенциальной точкой мошенничества. Процедура получения подобных кредитов обычно выглядит следующим образом: определенным клиентам банка приходит уведомление о предодобренном кредите на специальных условиях (обычно это скидка 2–3% от базовой ставки). Клиент приходит в банк, сотрудник банка ставит галочку на заявлении «спецусловия», и далее запускается одностороннее согласование с руководителем отделения банка и клиент получает льготный кредит. Схема получения кредита по спецусловиям представлена на рисунке 3.

Данная процедура согласования спустя какое-то время переходит в формальность. В итоге в некоторых региональных офисах пароль и учетная запись к программному продукту, в котором производилось согласование, просто

Таблица 2. Уровни предотвращения мошенничества [5]

Наименование уровня	Базовый функционал
Уровень 1. Защита конечных устройств	Программная/аппаратная защита при взаимодействии с ДБО, ЭЦП, применение криптоалгоритмов, многофакторная аутентификация и верификация транзакций, идентификация клиентских устройств и т. д. Простота внедрения. Реализовано практически во всех банках. Первоочередной приоритет реализации.
Уровень 2. Защита в рамках сессии	Мониторинг и поведенческий анализ в рамках отдельно взятой web-сессии на основе шаблонов поведения, характерных для web-сайта банка. Реализация также существенно проще уровней 3–5. Может являться одной из составляющих защиты в канале ДБО.
Уровень 3. Мониторинг действий клиента или работника в рамках отдельного канала	Мониторинг действий клиента или работника в рамках отдельного канала, связанных с этими действиями транзакций, и выявление аномального поведения. Анализ фрода на основе правил или статистических моделей. Может включать в себя периодическое обновление профилей пользователей, сопоставление транзакций между группами лиц. Наиболее широко обсуждаемый в последние годы вопрос (защита ДБО и внутреннее мошенничество).
Уровень 4. Комплексный мониторинг действий клиента или работника в различных каналах (кроссканальный)	Идентично уровню 3. Дополнительно: кроссканальный анализ, корреляция алертов и активностей каждого пользователя, аккаунта или сущности. Требуется существенного уровня зрелости банка в сфере Antifraud.
Уровень 5. Анализ взаимосвязей между различными сущностями	Анализ взаимосвязей между внутренними и внешними сущностями, а также их различными параметрами (пользователи, аккаунты, параметры аккаунтов, различные устройства и их параметры) для выявления организованной группы мошенников. Обладает наивысшим уровнем зрелости и сложностью реализации.

сообщается замещающим руководителям сотрудникам, которые, зачастую, являются создателями кредитных договоров. Делается это, например, во время отпуска руководителя, либо на постоянной основе, в силу занятости руководства отделений. Сотрудники банка, оформляющие кредитные заявки, получают возможность сделать скидку любому желающему. В некоторых случаях это могут быть родственники и друзья, а в других – посторонние лица, нуждающиеся в кредите. Последним и предлагается льготная программа кредитования за небольшое вознаграждение в размере 0,5–1 % от суммы кредита. Соответствующие объявления попадают в интернете.

С точки зрения конечной системы все легитимно: одна учетная запись создавала заявку на кредит по спецусловиям, другая – согласовывала его выдачу. Однако, если по базовому профилю на уровне аутентификации подключен кредитный конвейер, в результате простейшей корреляции, можно выявить аутентификацию под разными учетными записями с одной машины (один IP-адрес и имя).

Привлечения новых клиентов банка

Data Mining помогает банкам строить прогнозные модели ценности своих клиентов, разбивая клиентов на различные категории с более целенаправленной и результативной маркетинговой политикой, предлагающей различные виды услуг разным группам клиентов.

Для того чтобы построить крепкие взаимоотношения с клиентом банку необходимо заниматься каждым клиентом на ранних периодах привлечения. С самого на-

чала клиент должен видеть заинтересованность банка именно в нем. Это может быть достигнуто с помощью комплексной адаптационной стратегии, которая подразумевает правильный контакт с клиентом в правильное время на всем протяжении ключевых первых месяцев.

Статистика показывает, что если доверительные отношения с клиентом достигнуты в течение первых 180 дней, то возможность перекрестных продаж наиболее вероятна. Согласно данным US Banker, 60 % клиентов, которые открывают дополнительный счет в первые три месяца, делают это в ответ на предложения, полученные от банков. При этом еще 34 % не получают дополнительных предложений от их банков в течение решающих 180 дней с момента открытия счета. На рисунке 4 представлены решающие этапы в построении взаимоотношений с новыми клиентами [6].

Процесс адаптации клиента в банке проходит в пять основных этапов, представленных на рисунке 5.

На каждом этапе клиентов следует сегментировать исходя из их ценности, индивидуализировать сообщения, основываясь на уровне и стиле жизни каждого потребителя, использовать актуальные сообщения, которые соответствуют текущим условиям по банковскому продукту и особенности канала взаимодействия, автоматизировать сообщения для экономии ресурсов, и учитывать предпочтения клиента по каналам взаимодействия.

Если все сделано правильно, вместо потерь и переключений новых клиентов может возникнуть сильная привязанность к банку, которая будет укрепляться с течением времени и гарантирует доверие, лояльность, репутацию и рентабельность.

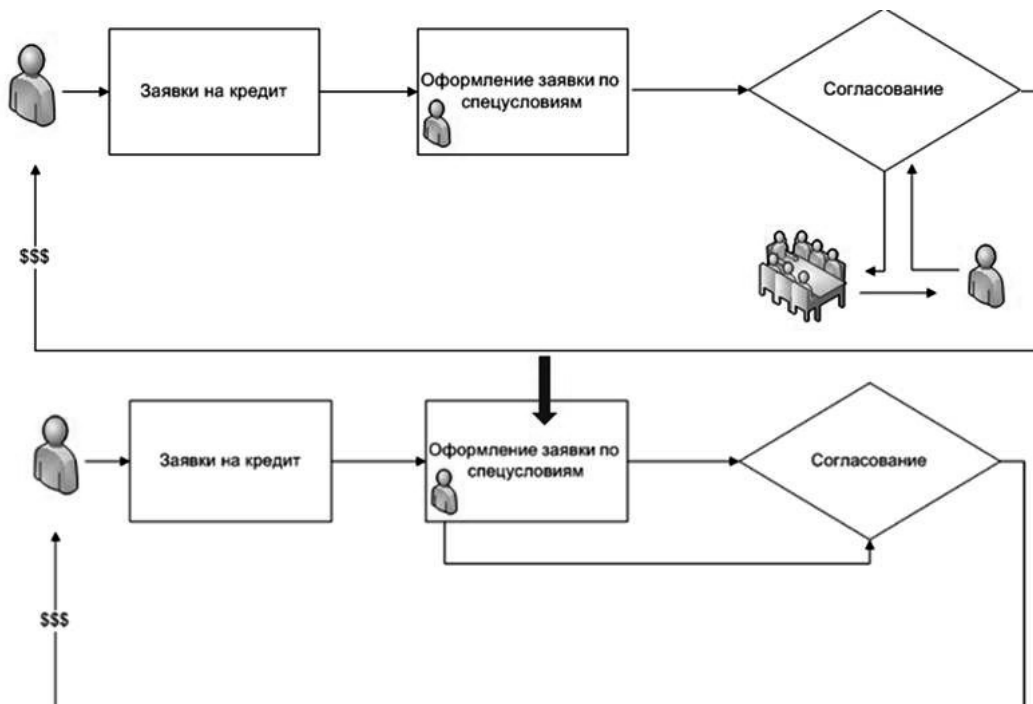


Рис. 3. Схема получения кредита по спецусловиям [6]



Рис. 4. Этапы построения взаимоотношений с новыми клиентами [6]



Рис. 5. Процесс адаптации клиента в банке [6]

Выводы. Максимизация отдачи от клиентов жизненно необходима для максимизации прибыльности банков. А для точного прогнозирования потребностей и более эффективного и прибыльного взаимодействия с клиентами необходим набор аналитических инструментов, таких как Data Mining, обеспечивающих глубокий и всесторонний анализ данных.

Технологии Data Mining в первую очередь использу-

ются банками для работы с профилированием клиентов. Вторым направлением является работа с ликвидностью и рисками, затем идет выявление долгосрочных тенденций по клиентской базе и по конъюнктуре рынка. Также благодаря технологиям интеллектуального анализа данных идет борьба с мошенничеством и махинациями, долгосрочное прогнозирование для высокоуровневого планирования и бюджетирования.

Литература:

1. Некрасова, Е. Большие деньги, большие данные, большие перспективы./Е. Некрасова.//CIO: руководитель информационной службы. – 22.09.2012: [Электронный ресурс] URL: <http://www.computerra.ru/cio/487> (дата обращения 09.12.2015)
2. Сферы применения Data Mining: [Электронный ресурс] URL: <http://bug.kpi.ua/stud/work/RGR/DATAMINING/spheresofapplication.html> (дата обращения 03.12.2015)
3. Кредитный скоринг: [Электронный ресурс] URL: http://www.reglament.net/event/scoring/?s=5_innovations, 2015 (дата обращения 07.12.2015)
4. Чертопруд, С. Скорингов много хороших и разных./С. Чертопруд.//Отрасли права – 05.06.2015.: [Электронный ресурс] URL: <http://отрасли-права.рф/article/8396> (дата обращения 08.12.2015)

5. Терехов, С. Кроссканальное решение по противодействию мошенничеству./С. Терехов// BIS Journal – 20.05.2014.: [Электронный ресурс] URL: <http://www.journal.ib-bank.ru/pub/297> (дата обращения 01.12.2015)
6. Павлов, А. JSOC на все руки: от ловли мошенничества в интернет-магазинах и кредитных конвейеров до обеспечения безопасности АСУ ТП./Павлов А.// SecurityLab.ru – 30.07.2015.: [Электронный ресурс] URL: <http://www.securitylab.ru/analytics/473903.php> (дата обращения 29.11.2015)
7. Решающие 180 дней для удержания клиентов: [Электронный ресурс] URL: http://www.tops.ru/blog/reshayuwie_180_dnej_dlya_uderzhaniya_klientov/(дата обращения 03.12.2015)

Формирование индивидуальных туров: стратегия эволюции туристского бизнеса

Рудская Елена Николаевна, кандидат экономических наук, доцент;
Скабарова Анжелика Александровна, магистрант
Донской государственной технической университет

Сложившаяся на сегодняшний день нестабильная ситуация на рынке туристских услуг предполагает усиление конкуренции между туристическими компаниями, что может повлечь за собой риски банкротства и ухода с рынка, как это отмечалось по итогам 2014 года. В зоне риска находятся те операторы, которые забронировали длительные чартерные программы и не имеют достаточных собственных средств, а банки могут отказать им в предоставлении кредитов. [1]

Для того чтобы компаниям выжить на туристическом рынке, необходимо руководствоваться следующими стратегическими направлениями (см. рис. 1):

Рассмотрим первый вид – инвестирование в интернет-ресурсы. В 2014 году объем продаж туристических услуг через системы онлайн-бронирования в России превысил 33%. Ожидается, что данная ситуация и дальше будет способствовать росту бронирования через онлайн-сервисы. [1] С учетом того, что все предпосылки ведут к росту онлайн-продаж, турагентам необходимо

иметь удобный доступ к системам бронирования и улучшать работу бэк-офиса, при помощи которого выстраиваются взаимоотношения с партнерами и поставщиками. За последние пять лет количество туристов, готовых приобретать услуги самостоятельно, используя при этом Интернет, значительно выросло и туристические компании вынуждены учитывать это в дальнейшей работе. Это связано с экономической ситуацией в стране, что вызвало снижением реальных доходов у населения. [2]

В первом квартале 2015 года в создание и дальнейшее продвижение собственных интернет-ресурсов операторами было инвестировано – 5,3% от всей прибыли, а в остальные виды продвижения в Интернете – 1,8% от прибыли.

Вторым стратегическим направлением является консолидация с другими игроками рынка, это предполагает объединение общих усилий, для достижения поставленных целей. Для этого руководителям туристических компаний необходимо поддерживать друг друга, путем всту-

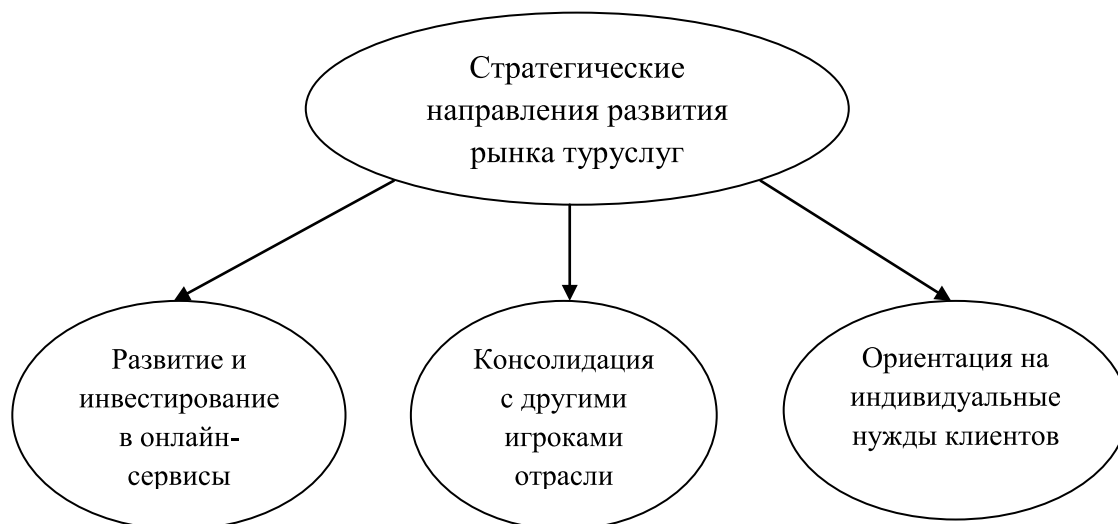


Рис. 1. Стратегии развития рынка туристских услуг

пления в отраслевые союзы, создания различных образовательных программ и формирования компенсационных фондов.

Третий этап — ориентация на индивидуальные нужды клиентов и кастомизация продукта. Как отмечают эксперты, европейский рынок туристических услуг на 50% заполнен высокорентабельными индивидуальными турами. Исходя из этой информации, можно отметить, что российские туристические компании при формировании тура должны полностью удовлетворять любые требования туристов и умело работать с системами онлайн-бронирования всех видов туристических услуг. Ожидается, что 2016 год может повлечь за собой сокращение дорогих туров, так как клиенты будут пользоваться самостоятельным бронированием и искать наиболее приемлемые цены на отдых, в связи с этим руководители турагентств должны кастомизировать продукт, то есть адаптировать каждый тур, под конкретного потребителя.

В нашей статье мы детально рассмотрим формирование индивидуальных туров.

Можно отметить, что сегодняшняя экономическая модель российского туррынка находится на стадии риска. Это связано с экономическим кризисом в стране, что вызвало большую конкуренцию среди операторов и сокращением доли доходов у населения. Так же это отразилось и на самой

работе компаний. Любой турист, зная, что такое испорченный отдых, сталкивался с некачественным предоставлением туристических услуг, такими как:

- плохой подбор отеля;
- непрофессиональный персонал;
- предоставление неинтересных экскурсий;
- неудобное время перелета;

Решением указанных проблем является разработка и формирование индивидуальных туров, отличающихся от продуктов конкурентов. Традиционно под индивидуальным туризмом понимают новый вид бизнеса, основывающийся на организации туристических поездок с учетом индивидуальных пожеланий.

Процесс формирования индивидуального тура в зависимости от предъявляемых к нему требований со стороны клиента носит по большей степени постоянный характер и включает в себя ряд последовательных этапов [3] (см. рисунок 2):

Исследуем каждый этап более подробно.

На первом этапе разрабатывается замысел (идея) тура, определяется его цель, это может быть командировка, пляжный отдых, экскурсионный, оздоровительный и другие виды направлений. Затем выбирается направление тура, оговаривается ценовой диапазон и примерный комплекс дополнительных услуг, ориентированных на конкретного клиента. Существует несколько методов на осно-



Рис. 2. Этапы формирования индивидуального тура

вании которых разрабатывается идея тура, самыми распространенными из них являются:

— метод «мозгового штурма» (от англ. brain storming). Суть этого метода заключается в разработке различных вариантов и предложений с выбором наиболее перспективных вариантов и последующим применением их на практике.

— наблюдение. Данный метод характеризуется тем, что менеджеры и руководители туристских компаний, в процессе знакомства с деятельностью компаний других регионов или государств могут воспользоваться их опытом и идеями в своей работе, применив их к местным условиям и личным потребностям клиентов.

— личный опыт туроператора, предполагает знание спроса и предложения на рынке, умение анализировать запросы клиентов и прогнозировать их дальнейшее развитие.

Вне зависимости от выбранного метода, менеджер должен помнить и руководствоваться тем, что формирование идеи тура — это творческий процесс, требующий нестандартного подхода к решению.

На втором этапе менеджер анализирует рынок и изучает все возможные пути реализации сформированной идеи на практике. Анализ и исследования проводятся по следующим направлениям:

- соответствие идеи тура требованиям клиента;
- изучение рынка туруслуг;
- оценка конкурентоспособности предлагаемых туров;
- выявление возможности поиска и отбора партнеров и поставщиков туристских услуг;
- оценка внутренней работы компании.

Как показывает практика, исследования на этом этапе проводятся сразу по нескольким направлениям, для того чтобы менеджер имел возможность разработать новый тур, основанный на наиболее привлекательных идеях. [3]

На третьем этапе происходит поиск и отбор поставщиков и партнеров. Данный этап заключается в том, что из большого числа возможных партнеров нужно выбрать тех, кто проявит интерес к дальнейшему сотрудничеству. При этом их интересы в отношении обслуживания туристов должны совпадать с требованиями туроператоров. В основном поиск поставщиков и партнеров осуществляется с помощью различных средств массовой информации и на специализированных выставках и ярмарках.

Выбирая партнеров в туристическом бизнесе, важно помнить, что сотрудничать только с одним партнером нежелательно, так как всегда должна быть альтернатива в выборе. Критериями, по которым выбираются поставщики услуг, являются:

- региональный фактор;
- вид предоставляемого туризма;
- содержание программ обслуживания;
- сегмент потребителей (экономический, возрастной и социальный показатели);

— стаж работы на рынке в предоставлении данного вида услуг;

— репутация, имидж и деловые качества поставщика.

— Для того чтобы избежать ошибок в выборе партнеров, необходимо руководствоваться следующими принципами:

— долгосрочное сотрудничество туристского предприятия с поставщиками;

— взаимовыгодное сотрудничество с перспективой развития для обеих сторон;

— наличие опыта предоставления туристских услуг на конкретном рынке;

— оказываемые услуги должны соответствовать требованиям потребителей; [4]

Перейдем к четвертому этапу формирования индивидуального тура. После того как разработана идея тура, проанализирован рынок, определены поставщики и партнеры, менеджер приступает к формированию самого тура, который включает в себя ряд основных и дополнительных услуг. Данный этап предполагает создание конкретного туристического пакета, основанного на предложениях партнеров и поставщиком, для его дальнейшей реализации. Таким образом, образуется основа тура, в состав которого входит:

- целевое назначение тура;
- маршрут;
- проживание;
- питание;
- транспортировка;
- страховка;
- обзорная программа тура;
- цена.

Для каждой туристической компании партнеры предоставляют конфиденциальные тарифы на свои услуги, регламентируемые при заключении договоров и соглашений. На основании этого разрабатывается дальнейшая цена тура с возможностью ее корректировки. Операторы, владеющие уникальным турпакетом, обладают наибольшей возможностью влияния на его цену. При определении цены на тур, рассчитывается его себестоимость, состоящая в основном из затрат по покупке услуг, дополнительных расходов и определенного процента прибыли. Прибыль, закладываемая в стоимость тура, составляет от 15 до 30 %.

На массовом рынке туроператоры ориентируются на цены конкурентов, в основном на лидера рынка, особенно это происходит в тот период, когда спрос на туры падает («мертвый сезон»). Крупные туроператоры стараются уменьшать свои затраты и таким образом не оставляют своим конкурентам шансов на успех в ценообразовании. [4]

Так же на четвертом этапе формирования тура разрабатывается стратегия рекламной компании, определяются каналы сбыта и их участники.

Заключительным, пятым этапом, является экспериментальная проверка тура, в ходе которой сформи-

рованный туристский продукт подлежит своему опробованию. Основными видами экспериментальной проверки тура являются рекламные туры и стади-туры (study tour).

Рекламный тур рассматривается как часть рекламной компании в отношении данного продукта, предназначенного в основном для представителей средств массовой информации, личностей, авторитетных для целевых потребителей а также представителей турагентства. Основная цель создания рекламного тура – знакомство с новым туристическим пакетом, отличающим его от пакета конкурентов. Расходы по организации рекламного тура, как правило, берет на себя само туристическое предприятие.

Вторым видом экспериментальной проверки тура являются стади-туры (обучающие туры). Стади-туры предназначены для сотрудников и представителей турагентств, которые участвуют в реализации данного тура, цель которых заключается в формировании представления о качествах тура, выявлении его достоинств и недостатков. [4]

В процессе стади-тура участники знакомятся со всеми видами предоставляемых услуг партнерами и поставщиками, входящих в тур, встречаются с сотрудниками отелей, ресторанной, представителями экскурсионных программ, оценивают их работу и подводят соответствующие итоги.

Как показывает практика, к экспериментальной проверке туров относят так называемые пробные продажи, которые организовываются специально для небольших групп туристов. Такая проверка в основном осуществляется в период затишья на туррынке. Участие в таких проверках обычно принимают постоянные клиенты компании, для которых устанавливают специальные льготные тарифы. Целью данных экспериментов является про-

верка качественных показателей тура, выявление его достоинств и недостатков, основанных на отзывах потребителей.

На основании полученных результатов и отзывов, данный этап позволяет внести необходимые изменения в состав услуг, включенных в тур и в процесс его реализации. Также данный этап позволяет оценить работу персонала, визуальное оформление тура, наличие рекламной литературы, буклетов и других составляющих, связанных с разработкой тура.

На стадии формирования туров менеджер составляет календарный график на сезон, основанный на следующих факторах:

- регулярность поездок;
- длительность пребывания;
- пик сезона;
- погодные условия;
- занятость населения (отпуска, каникулы);
- проведения общественных мероприятий (выставки, конгрессы).

Индивидуальные туры в основном подходят для тех туристов, которых интересуют нестандартные, можно сказать эксклюзивные туристические направления, не набравшие большой популярности среди любителей путешествовать. Иными словами, они рассчитаны для тех, кто хочет сделать свой отдых уникальным и непохожим на отдых, основной массы туристов. [5] Индивидуальные туры могут быть нескольких видов (см. рис. 3):

Подобрать индивидуальный тур можно как самостоятельно, так и при помощи турагентства.

В первом случае, если турист бронирует свой тур самостоятельно, используя при этом различные поисковые

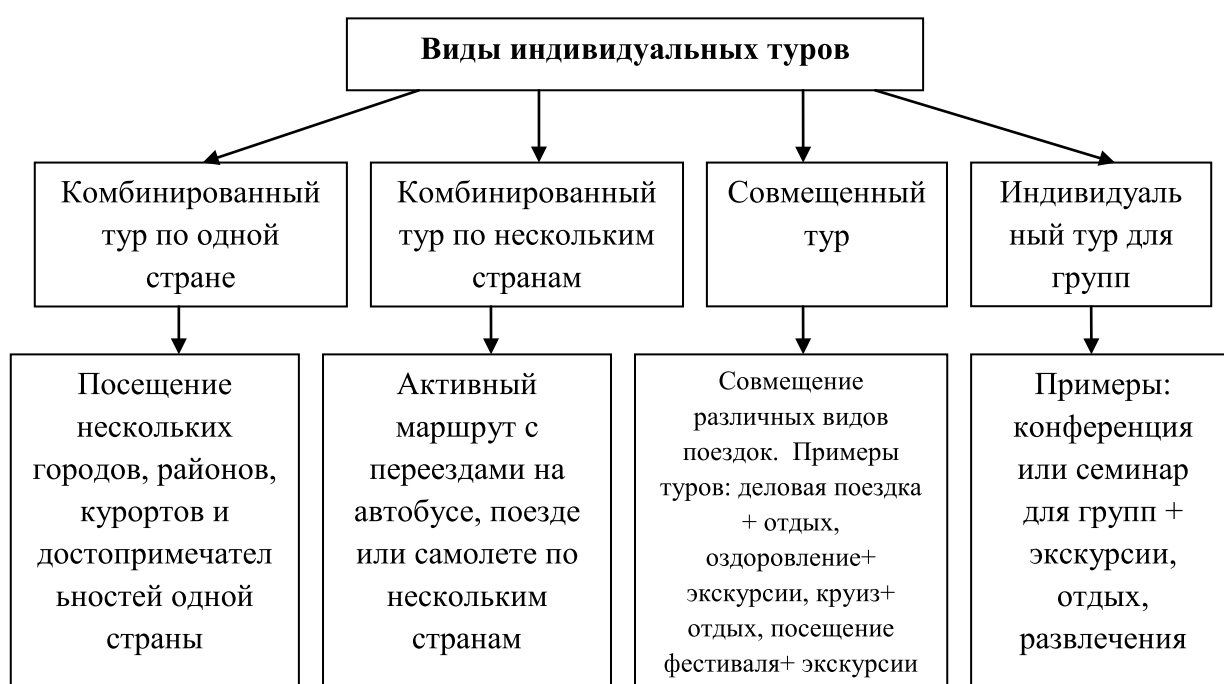


Рис. 3. Виды индивидуальных туров

системы, то для туроператоров это является большим минусом и компания теряет свою прибыль, что является нежелательным показателем в сложившейся кризисной ситуации.

На сегодняшний день эксперты сходятся во мнении, что увеличение доли самостоятельных путешествий никак существенно не повлияет на рынок организованных туров, так как самостоятельный туризм пока в основном привлекают безвизовые страны, доля которых значительно меньше. [6]

Во втором случае, при бронировании индивидуального тура через агентство, для каждого клиента программа разрабатывается на заказ, поэтому нередко индивидуальные путешествия называют «tailormade» (от англ. буквально «индивидуальный пошив»).

В агентствах нет четких параметров или стандартов формирования индивидуальных туров. Основным ориентиром всегда являются пожелания клиентов, которые могут быть самыми экзотичными.

Рассмотрим наглядный пример индивидуального тура, разработанного ростовским туристским агентством «Рейна-Тур» с добавлением в него индивидуальных услуг, и готовый турпакет, приобретенный через турагентство «Рейна-Тур» (см. таблицу 1):

Из приведенной выше таблицы можно сделать вывод, что индивидуальный тур более выгоден, и имеет большой вид разнообразных дополнительных услуг. Также можно отметить, что всё зависит от партнера, от условий договора между турагентством и туроператором и от того, у какого оператора приобретать проживание.

Немногие агентства Ростова-на-Дону желают тратить время на поиски наиболее выгодного варианта и приобретают готовый турпакет у российских операторов. Наиболее опытные менеджеры заключают договоры с иностранными партнерами и покупают услуги без наценки операторов, так как такие компании предлагают хорошие тарифы, позволяющие не только выплатить комиссию агентствам, но и предложить конечному потребителю цены ниже *rack-rates* (начальной ставки) и соответственно извлечь большую прибыль для компании. В случаях, когда дело касается тех направлений, куда летают чартерные рейсы, то там, как правило, всегда выгоднее приобретать готовый турпакет.

Но не стоит забывать, что сотрудничество с небольшими местными турфирмами также бывает очень полезно, ведь они отличаются гибкостью и незаменимы при реализации нестандартных заказов.

Индивидуальный туризм в основном привлекает малый бизнес — это небольшие агентства, которые могут уделить максимум времени каждому клиенту. Стоит отметить, что ниша такого рода бизнеса практически не занята, и конкуренция только начинает набирать обороты. [7]

Рентабельность от такого туризма составляет примерно 30%. Такая же доля туристов на мировом рынке отдает свое предпочтение индивидуальным путешествиям. (см. рис. 4):

По оценке туроператоров, кризис не повлек за собой сокращение числа индивидуальных туров. Его главным следствием стало снижение стоимости поездок (так как клиента стали приобретать более экономичные ус-

Таблица 1. Сравнение индивидуального тура и готового турпакета

Тур в Израиль с 18.10.2015 г. по 24.10.2015 г.			
Индивидуальный тур		Готовый турпакет	
Наименование	Цена	Наименование	Цена
Двухместное размещение в отеле «Dan Panorama Tel Aviv»	84000 руб.	— Двухместное размещение в отеле «Dan Panorama Tel Aviv».	
— Перелет	40000 руб.	— Перелет	
— Бронирование 2-ух индивидуальных экскурсий с гидом	18000 руб.	— 2-е групповые экскурсии с гидом	
— Бронирование личного автомобиля на 6 дней	18000 руб.		
— Заказ столика в ресторане на двоих	6000 руб.		
— Бронирование услуг в спа-салоне	10000 руб.		
— Заказ на изготовление персонального торта из кондитерской + доставка, со всеми пожеланиями клиента на День Рождения супруги	20000 руб.		
Итого:	178000 руб. (в т. ч. прибыль агентства 21000 руб.)	Итого:	150000 руб. (в т. ч. прибыль агентства 15000 руб.)

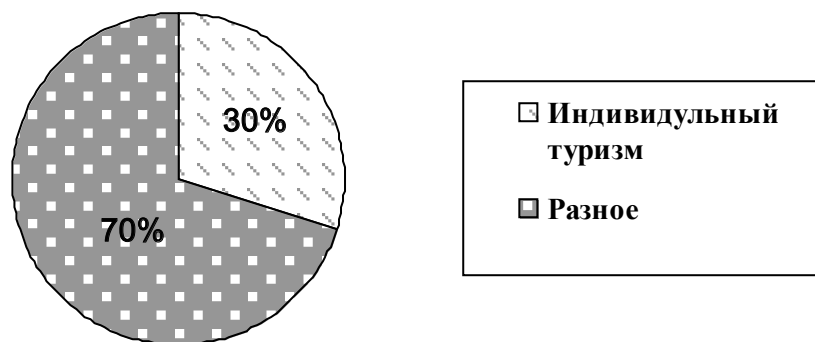


Рис. 4. Доля индивидуального туризма в общем объеме туруслуг

луги) и их продолжительность (на 15–25%). До кризиса средняя стоимость поездки составляла \$2,5–3 тыс., а сейчас примерно – \$1,8–2,5. [8]

Выделим основные преимущества и недостатки индивидуального туризма. К преимуществам можно отнести:

- индивидуальный маршрут (самолет, поезд, автобус);
- индивидуальная программа путешествия;
- заказ тура напрямую (возможность обратиться в туристическую компанию той страны, в которую турист собирается на отдых);
- свобода передвижения (отсутствие привязки к группе туристов).

В качестве недостатков отметим:

- цена (дороже группового: гид, трансфер, экскурсии);
- время;
- документы (в большинстве случаев пакет документов для индивидуального тура будет немного больше);
- риск путешествия;
- решение дополнительных вопросов.

Если рассматривать индивидуальный туризм с экономической точки зрения, то можно отметить, что данный вид бизнеса очень выгоден, так как доходы от тура, рассчитанного на одного-двух туристов, значительно превышают доходы от группового тура. Поэтому при разработке стратегических направлений, по увеличению объемов продаж индивидуальных туров, специалисты должны отталкиваться от соответствующих исследований рынка и необходимых организационно-технических мероприятий.

Развитие туристического бизнеса в России не обходится без поддержки государства. Утверждена Стратегия развития туризма в Российской Федерации до 2020 года в целях повышения качества и конкурентоспособности туристического продукта на внутреннем и мировом рынках. [9]

Главная цель Стратегии – комплексное развитие внутреннего и въездного туризма с учётом обеспечения экономического и социокультурного прогресса в регионах России.

Среди основных задач – формирование доступной и комфортной туристской среды, повышение качества и конкурентоспособности российского туристического продукта на внутреннем и мировом рынках, развитие со-

циального, лечебно-оздоровительного, детского, юношеского и молодёжного туризма, усиление его культурно-познавательной функции, а также обеспечение роста экономики и качества жизни населения российских регионов за счёт развития туризма.

Предполагается внедрение механизмов государственно-частного партнёрства, кластерный подход при создании объектов туристской инфраструктуры, координация региональных программ развития туризма.

В Стратегии развития туризма до 2020 года предусмотрено [9]:

- совершенствование системы государственного статистического наблюдения за туристскими потоками;
- определение приоритетных направлений развития отдельных видов туризма;
- развитие доступной и комфортной туристической среды;
- создание сети отелей, соответствующих международным стандартам;
- координация региональных программ развития туризма;
- законодательная унификация требований к деятельности гидов, экскурсоводов, переводчиков и организаций, оказывающих услуги туристам.

За последние годы туристическая сфера в России уже получила мощное развитие. Для иностранных туристов стали более доступны Дальний Восток, Сахалин, Курильские острова, Урал, северные регионы, города Нижний Новгород и Самара. Кроме того, была проделана большая работа по приему туристов во время зимней Олимпиады в Сочи. В настоящее время перед специалистами стоит задача удержать достигнутые в Сочи результаты. Также необходимо развивать туризм в Республике Крым, вошедшей в состав России.

По результатам последних событий и исследований в сфере туристического бизнеса можно с уверенностью предположить, что будущее этой индустрии не за крупными компаниями, торгующими «готовыми турпакетами», а за маленькими организациями, которые предоставляют своему клиенту широкий спектр гибких услуг, отвечающим его запросам и потребностям, то есть это индивидуальные туры.

Сумев угодить клиенту и организовать его поездку лучше, чем он ее себе представлял, агентство приобретает постоянного клиента и наилучшие отзывы о своей ком-

пании, что в дальнейшем может привести к увеличению клиентской базы.

Литература:

1. <http://www.gd.ru/articles/3594-turisticheskiy-biznes>;
2. Онлайн-журнал о жизни в туризме «hot line travel» – 24.11.2015 г., «Кризис как повод задуматься о технологических новациях»;
3. TourFAQ.net – Туристический бизнес – Маркетинг-Формирование тура, 10.04.2009 г.;
4. <http://tourfaq.net/marketing/formirovanie-tura/>;
5. http://www.enigma-tur.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=61&Itemid=2;
6. <http://www.materiki.ru/tourism/detail.php?ID=419>
7. <http://bbcont.ru/idiabusiness/individualnyi-turizm-novyi-vid-uspeshnogo-biznesa.html>
8. <http://www.medsuccess.ru/onfs-371,-2.html>
9. Распоряжение Правительства РФ от 31 мая 2014 г. № 941-р «Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года».

Необходимость и проблемы повышения уровня рентабельности российских предприятий

Рябцева Кристина Александровна, магистрант
Орловский государственный аграрный университет

В статье дается определение экономической категории «рентабельность». Автор считает, что ускорение темпов экономического развития организаций в первую очередь зависит от рационального использования финансовых ресурсов, и, прежде всего главного собственного источника – это прибыли, так как именно она образует экономический потенциал любого хозяйствующего субъекта, обуславливающих их стойкое финансовое состояние и создающих благоприятные условия для его инвестиционно-инновационного развития.

Ключевые слова: предприятия, затраты, прибыль, убыток, продовольственная безопасность, уровень рентабельности.

Анализ прибыли и рентабельности – неотъемлемая часть работы предприятий. Он позволяет выявить ошибки в хозяйственной деятельности, указать руководству на пути дальнейшего развития и выявить резервы максимального увеличения прибыли. В связи с этим актуальность темы обусловлена тем, что в настоящее время без грамотного анализа рентабельности деятельности предприятия и выявления факторов, влияющих на эту величину невозможно повысить уровень получаемых доходов.

В условиях межотраслевого ценового дисбаланса сельского хозяйства и отраслей, взаимодействующих с АПК; низкого уровня государственной поддержки сельского хозяйства по сравнению с передовыми развитыми странами; высокой закредитованности сельских товаропроизводителей – главной и первоочередной задачей предприятий все также остается в максимизации прибыли. Чтобы осуществить это предприятие должно обеспечить всемерное удовлетворение потребностей народного хозяйства и граждан в его продукции, работах

и услугах с высокими потребительскими свойствами и качеством при минимальных затратах, тем самым увеличивая вклад в ускорение социально-экономического развития страны.

С целью максимального увеличения прибыли производители должны рационально расходовать производственные ресурсы, применять технические и организационные нововведения, снижать себестоимость продукции, повышать качество выпускаемой и реализуемой продукции, обеспечить ее конкурентоспособность. В настоящее время все больше компаний уделяют повышенное внимание маркетингу, что позволяет им не только выбирать товары, которые представляют интерес, но и продвигать их на рынок.

Являясь источником производственного и социального развития, прибыль занимает ведущее место в обеспечении самофинансирования предприятий и объединений, возможности которых во многом определяются тем, насколько доходы превышают затраты. Важную экономическую роль играет не только прибыль, но и убытки. Они

указывают на ошибки и просчеты в направлении средств, организации производства и сбыта продукции.

Важнейшим показателем при текущем планировании производства, также при определении финансового положения предприятия является показатель рентабельности. Он также является и обобщающим критерием экономической эффективности производства. Рентабельность (от нем. *rentabel* — доходный, прибыльный), коэффициент экономической эффективности производства на предприятиях. Комплексно отражает применение вещественных, трудовых и валютных ресурсов. Рентабельным считается предприятие, которое приносит доход. В базе рассмотрения посредственных степеней рентабельности можно установить, какие виды продукции и какие хозяйственные подразделения обеспечивают значительную прибыльность. Эта становится особенно важным в сегодняшних, рыночных условиях, где экономическая возможность компании зависит от специализации и концентрации производства.

Исследование рентабельности производства позволяет раскрыть огромное количество тенденций развития, оно призвано указать руководству компании пути эффективного формирования производственного процесса, указывает на ошибки в хозяйственной деятельности, а кроме того выявляет факторы увеличения дохода, что, в конечном счете, позволяет компании более успешно осуществлять свою деятельность.

В современных условиях преобладания рыночных отношений российские предприятия не могут полагаться на государственную поддержку, так как должны действовать на принципах самокупаемости и самофинансирования. Самокупаемость производства возможна только на успешно функционирующем предприятии. В процессе производственного цикла и цикла обращения, происходит накопление затрат. По завершению их накопления осуществляется реализация продукции, по результатам которой можно определить окупаемость производства. Для этого из всей выручки необходимо вычесть общие затраты на производство, что и позволит определить прибыль полученную от этого производства. Наличие прибыли и обеспечивает возможность самофинансирования.

Для достижения самокупаемости предприятия необходимо определить период, в течение которого происходит накопление прибыли. У каждого предприятия этот период занимает разные по продолжительности сроки. Накопление прибыли может осуществляться стремительно, плавно или замедленно в зависимости от того, как происходит расчет с инвесторами, кредиторами и потребителями.

При помощи рентабельности можно оценить эффективность управления предприятием, таким образом, получение высокой прибыли и достаточного уровня доходности во многом зависит от правильности и рациональности принимаемых управленческих решений. Поэтому рентабельность можно рассматривать как один из критериев качества управления.

По значению степени рентабельности можно оценить долговременное процветание компании, то есть умение

компании получать прибыль на достаточную инвестиции. Для долгосрочных кредиторов — инвесторов, инвестирующих средства в свой основной капитал компании, этот коэффициент является наиболее достоверным указателем, нежели характеристики экономической стабильности и ликвидности, определяющиеся на основе соотношения отдельных статей равновесия.

Устанавливая связь между суммой прибыли и величиной вложенного капитала, показатель рентабельности можно использовать в процессе прогнозирования прибыли. В процессе прогнозирования с фактическими и ожидаемыми инвестициями сопоставляется прибыль, которую предполагается получить на эти инвестиции. Оценка предполагаемой прибыли базируется на уровне доходности за предшествующие периоды с учетом прогнозируемых изменений [1, с. 110].

Рентабельность — это сложная категория. Она показывает, насколько прибыльна деятельность компании, и, следовательно, чем выше показатели рентабельности, тем успешнее деятельность. По этой причине предприятию необходимо находить новые пути повышения рентабельности с целью обеспечения наиболее высочайших характеристик [3, с. 35].

Факторы увеличения рентабельности производства можно определить следующим образом: чем больше доход и чем с меньшей стоимостью основных фондов и оборотных средств он достигнут и более эффективно они используются, тем выше рентабельность производства, а значит выше экономическая эффективность функционирования отрасли, и, наоборот.

Ключевые пути повышения рентабельности — повышение абсолютной суммы прибыли и сокращение затрат на производство продукции. Этому способствует обширное использование в производстве результатов научно-технического прогресса, ведущее к увеличению производительности общественного труда и снижению на этой основе стоимости единицы ресурсов, применяемые в производстве.

Альтернативность поиска путей повышения рентабельности определяется разнообразием ее характеристик. Следует учитывать также, что при анализе путей повышения рентабельности важно разделять влияние внешних и внутренних условий. К внешним условиям относится расширение рынка сбыта продукции за счет снижения цены на предлагаемые товары. Внутренние условия являются наиболее значительными, чем внешние. К ним относятся: повышение объемов производства, сокращение себестоимости продукции, увеличение отдачи основных средств и т.д. В то же время вопрос продовольственной безопасности остается актуальным. Это связано в первую очередь с низкой доходностью сельского хозяйства, не позволяющей формировать в достаточном объеме денежные и финансовые ресурсы для осуществления технологической модернизации производства, а это, в свою очередь, не позволяет улучшать конкурентоспособность производимой продукции [5].

Основой увеличения признака рентабельности может являться внедрение инноваций, позволяющих производить новый вид товаров с наилучшим качеством, осваивать новые рынки сбыта продукции, вводить организационно-управленческие нововведения и т. д. [2].

Любая компания стремится развиваться и расширять свою деятельность. Рост и развитие предприятия, в частности индустриального предприятия, плотно объединены с исследованием и реализацией стратегии и тактики управления процессом формирования, увеличения и распределения рентабельности. В концепции имеются различные взгляды и мнения на процесс увеличения данного показателя, различные комбинации к реализации этого процесса. Согласно одному из множества подходов к росту рентабельности предприятия содействует манипулирование тремя факторами, характеризующими его рентабельность:

- 1) ускорением товарооборачиваемости;
- 2) сокращением массы издержек;
- 3) ростом нормы рентабельности посредством увеличения стоимости.

Показатель рентабельности производства имеет особенно существенную роль в современных, рыночных условиях, когда руководству предприятия требуется регулярно принимать ряд неординарных решений для обеспечения прибыльности, а, следовательно, экономической стабильности компании или фирмы.

Низкий уровень рентабельности сельскохозяйственных предприятий является главной причиной в настоящее время низкой привлекательности отрасли для вложения инвестиций.

Финансовая деятельность товаропроизводителей в условиях функционирования России в ВТО играет возрастающую роль в обеспечении устойчивого развития производства. Поэтому повышение ее эффективности остается главной проблемой в развитии рыночного хозяйствования, так как, от того насколько эффективно функционирует организация во многом зависят ее конечные результаты. Источником финансирования инвестиционной, а также обеспечения и расширения текущей деятельности, безусловно, выступает прибыль предприятия.

В последние годы, несмотря на прирост производства продукции, доходность сельскохозяйственных организаций снизилась, так как последние были вынуждены реализовывать производимую продукцию по ценам, не возмещающим затраты, что, естественно, приводило к недостатку финансовых ресурсов, а именно прибыли, для обеспечения текущей деятельности и реализации в целом региональных программ развития АПК. Поэтому в связи с низкой доходностью сельскохозяйственного производства основная часть товаропроизводителей не способна использовать научно-технические достижения для повышения эффективности производства [4].

Литература:

1. Володин, А. А., Самсонов Н. Ф., Бурмистрова Л. А. Управление финансами (Финансы предприятий) [Текст]: учеб. пособие. – М.: Инфра-М, 2009. – 504 с.
2. Крылов, Э. И., Власова В. М., Журавкова И. В. Анализ финансовых результатов, рентабельности и себестоимости продукции [Текст]: учеб. пособие. – М.: Финансы и статистика, 2012. – 717 с.
3. Эпштейн, Д. Рентабельность сельскохозяйственных предприятий России // АПК: Экономика и управление. – 2012. – № 8. – с. 35–38.
4. Ильина, И. В. Источники финансирования производственной деятельности зерновых хозяйств // И. В. Ильина, О. В. Сидоренко // Аграрная Россия – 2012 г. – № 5 – с. 16–20.
5. Сидоренко, О. В. Экономический мониторинг функционирования сельского хозяйства региона в контексте обеспечения продовольственной безопасности // О. В. Сидоренко, И. В. Ильина // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2014. № 38. с. 36–44.

Направления государственной поддержки и стимулирования развития малого бизнеса и частного предпринимательства в Республике Узбекистан

Сайфуллаева Мадина Исмаиловна, соискатель
Бухарский государственный университет (Узбекистан)

В Узбекистане обеспечиваются макроэкономическая стабильность и высокие темпы роста экономики, благодаря последовательной и целенаправленной реализации глубоко и тщательно продуманной, основанной на пяти известных принципах стратегии, признанной сегодня

во всём мире как «узбекская модель» развития. Наша страна сегодня занимает пятое место в мире среди государств с ускоренно развивающейся экономикой, и это заслуженно высоко оценивается со стороны мирового сообщества и международных финансовых институтов.

Дополнительный импульс осуществляемым в стране масштабным преобразованиям придали реализация принятой в начале текущего года Программы дальнейшего реформирования, структурных преобразований и диверсификации экономики на 2015–2019 годы. Данная программа включает в себя семь взаимоувязанных стратегических программных документов, одна из которых направлена на обеспечение надежной защиты частной собственности, увеличение ее доли и значения в экономике. В результате этих реализуемых комплексных мер по улучшению деловой среды, всесторонней поддержки и дальнейшего стимулирования развития малого бизнеса и частного предпринимательства в республике, доля малого бизнеса и частного предпринимательства в валовом внутреннем продукте страны за год увеличилась и превысила более 56%. Только в январе-сентябре 2015 года доля малого бизнеса и частного предпринимательства в занятости населения выросла до 77,5% против 77,1% за аналогичный период прошлого года [3].

Современные реальность требует постоянного реформирования системы поддержки для эффективного развития малого бизнеса и частного предпринимательства. Малое предпринимательство пользуется правительственной поддержкой во всех промышленно развитых странах. Все это обосновывает необходимость развития и постоянного реформирования системы государственной поддержки малого предпринимательства в Узбекистане.

Что должно делать государство для оказания поддержки предпринимательству и создания благоприятных условий для его саморазвития?

Во-первых, разрабатывать стратегию роста данного сектора экономики во взаимосвязи с общим социально-экономическим развитием страны. Это означает принятие комплексных долгосрочных мер, обеспечивающих малому бизнесу широкие возможности для роста и достижения им конкурентных преимуществ. Подобная стратегия может реализовываться в виде конкретных программ, цель которых – создание благоприятных условий для развития бизнеса. Подкрепленные реальными действиями и ресурсами, они являются базой для масштабного развития предпринимательства.

Во-вторых, упрощать и делать более понятной нормативно-правовую базу и налоговую систему, постоянно осуществлять корректировку законодательных и нормативно-правовых актов, приводя их в соответствие с требованиями развивающейся экономики.

В-третьих, минимизировать до разумной степени достаточности административно-разрешительные и контрольные функции государства, освобождать бизнес от излишних барьеров, защищать права и безопасность предпринимателей и их собственность, всемерно поощрять предпринимательскую активность.

В-четвертых, осуществлять финансовую и материально-техническую помощь путем создания многочисленных (в первую очередь, негосударственных) и доступных источников рискованного (венчурного) капитала, сдавая в аренду

средства производства и предоставляя возможность покупки их на льготных условиях, упрощая доступ к государственным заказам.

Государство должно сыграть решающую роль в запуске механизмов финансовой поддержки, задействовать весь арсенал технологий привлечения средств в сферу малого бизнеса, переориентировать систему финансирования на активное использование внебюджетных источников, обучить предпринимателей современным методам заимствования, сделать систему предоставления гарантий и бюджетных ресурсов более понятной и доступной предпринимателям. Рассмотрим лизинг и венчурное финансирование как наиболее интересные и важные системы финансирования для частного предпринимательства.

Лизинг – это вид инвестиционного кредита для приобретения оборудования и передачи его по договору аренды физическим или юридическим лицам за определенную плату, на определенный срок и на определенных условиях с правом выкупа. Мировой опыт свидетельствует, что лизинговая форма кредита актуальна и эффективна для малых предприятий, испытывающих недостаток ресурсов. Для предпринимателей лизинг выступает как форма долгосрочной аренды с правом выкупа.

Венчурное или рискованное финансирование осуществляется в разных формах, способствует притоку средств для завершения научно-технических разработок, потенциально оцениваемых как высокоприбыльные. При этом значительный производственный и финансовый риск обусловлен неопределенностью конечного результата. Источниками финансирования могут быть специализированные венчурные фонды и индивидуальные инвесторы.

Данный вид финансовой поддержки широко распространен за рубежом. Например, в США ежегодно финансируются тысячи рискованных проектов, а в Англии венчурное финансирование помогает жить и развиваться «академгородку» под названием Кембридж. Каким образом? Во-первых, венчурный бизнес освобожден от подоходного налога и налога на прирост капитала, что дает дополнительные ресурсы, которых так не хватает ученым и изобретателям. Во-вторых, посредником между изобретателем и потенциальным потребителем его продукции выступает венчурное предприятие, которым обычно руководят сами ученые или те, кто учился или работал вместе с ними и хорошо знает проблему. В-третьих, государство содействует тому, чтобы деньги «находили» изобретателей, и выделяет таким посредникам землю для расширения бизнес-центров.

В-пятых, формировать инфраструктуру поддержки малого предпринимательства, развивать систему оказания специализированных консультационных услуг, совершенствовать обучение и повышение квалификации предпринимателей [2].

Инфраструктура поддержки представляет собой совокупность различных организаций (фондов, агентств, сервисных и выставочных центров, страховых и лизинговых учреждений, бизнес-инкубаторов и др.), создаваемых

при участии государственных и местных органов власти. Она призвана стимулировать рост и самоорганизацию малого бизнеса и направлять его активность в наиболее значимые для региональной экономики сферы.

При помощи инфраструктуры поддержки могут осуществляться различные виды деятельности. Например, обучение населения основам предпринимательства, быстрая регистрация предприятий и оказание им юридических и консалтинговых услуг, проведение маркетинговых исследований и организация выставок-ярмарок с демонстрацией продукции малых предприятий, оказание лизинговых услуг, содействие в техническом переоснащении и рекламе продукции, обеспечение безопасности, предпринимателей привлечение инвестиций и т. д.

В поддержку малого бизнеса и частного предпринимательства и с целью создания благоприятных условий для его саморазвития 15 мая 2015 года Президентом Республики Узбекистан был принят Указ № УП-4725 «О мерах по обеспечению надежной защиты частной собственности, малого бизнеса и частного предпринимательства, снятию преград для их ускоренного развития». Данный законодательный акт предусматривает реализацию Комплексной Программы мер, состоящих из 33 конкретных мероприятий по следующим ключевым направлениям:

I. Повышение ответственности, вплоть до уголовной отв., должностных лиц государственных органов за воспрепятствование и незаконное вмешательство в предпринимательскую деятельность

II. Усиление гарантий защиты частной собственности, продолжение процесса либерализации административного и уголовного законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность.

III. Дальнейшее упрощение всех видов регистрационных, разрешительных и лицензионных процедур, процедур осуществления внешнеэкономической деятельности.

IV. Создание необходимых условий и возможностей для ускоренного развития частной собственности и частного предпринимательства, увеличения объемов их кредитования и улучшения бизнес-среды [1].

Особую важность приобрели такие направления содействия малым предприятиям, как создание институциональных условий, отвечающих требованиям современного предпринимательства и рынка и призванных повысить конкурентоспособность малых предприятий. Конкретные меры включали развитие рынка капитала и облегчение доступа малых предприятий к финансовым средствам, упрощение налоговой системы, расширение экспортных возможностей, ликвидация бюрократических формальностей в предоставлении льгот и др.

Таким образом уже в январе-сентябре 2015 года в результате реализуемых комплексных мер по улучшению деловой среды, всесторонней поддержки и дальнейшего стимулирования развития малого бизнеса и частного предпринимательства в республике, доля малого бизнеса

и частного предпринимательства в валовом внутреннем продукте страны за год увеличилась и превысила более 56%.

В частности, за 9 месяцев 2015 года доля малого бизнеса и частного предпринимательства в промышленности увеличилась – до 34,6% (31,1% – за 9 месяцев 2014 года), в сельском хозяйстве – до 98,5% (98,3%), в розничном товарообороте – до 86,8% (86,3%), в сфере услуг – до 54,7% (49,3%), в платных услугах – до 49,3% (47%), в перевозке грузов – до 49,4% (47,4%), в перевозке пассажиров – до 87,9% (85,4%) и в занятости – до 77,5% (77,1%) [3].

Важным показателем развития частного сектора также является оценка международных экспертов. Согласно обнародованному 27 октября 2015 года Всемирным банком (ВБ) и Международной финансовой корпорацией рейтинг комфортности ведения бизнеса – Doing Business-2016, Узбекистан поднялся на 16 ступеней, что является позитивным сигналом для инвесторов и бизнес сообщества. Узбекистан поднялся с 103-го на 87-е место в рейтинге деловой активности среди 189 стран, при составлении рейтинга аналитики учитывали, прежде всего прогресс, достигнутый благодаря реформированию экономической и правовой сферы за последний год.

Наиболее заметное улучшение в Узбекистане отмечено в сфере получения кредитов – страна по этому показателю поднялась со 105-го на 42-е место или на 63 позиции. В сфере регистрации собственности рейтинг улучшился на 26 позиций (со 113-го на 87-е место), регистрации предприятий – на 22 (с 64-го на 42-е), налогообложения – на 2 (со 117-го на 115-е) [4]. Внедрение системы одного окна и упорядочение процедур заметно упростили регистрацию предприятий, поясняется в докладе. В сфере регистрации собственности отмена необходимости предоставления ряда документов способствовала облегчению процесса передачи имущества.

Анализ уже достигнутых результатов и будущих перспектив развития малого предпринимательства говорит о необходимости постоянного и непрерывного дальнейшего совершенствования подходов к разработке эффективного общегосударственного механизма его поддержки. Малый бизнес может стать той важной основой, с помощью которой будет осуществлен поворот к позитивным хозяйственным процессам – реальному становлению рынка, освоению новых ресурсов и технологий, восстановлению заброшенных производств, созданию новых рабочих мест и т. д. При этом необходимо учитывать важнейшие характеристики особенностей функционирования малого бизнеса в современной модели рыночного хозяйства.

Таким образом, в результате осуществляемых институциональных преобразований последовательная и целенаправленная деятельность всех объектов современной рыночной инфраструктуры малого бизнеса позволит вывести этот важнейший сектор экономики на качественно новый уровень, обеспечивающий устойчивый рост и эффективность.

Литература:

1. Указ Президента Республики Узбекистан от 15 мая 2015 года № УП-4725 «О мерах по обеспечению надежной защиты частной собственности, малого бизнеса и частного предпринимательства, снятию преград для их ускоренного развития».
2. Основы предпринимательства: учебное пособие/В. Ю. Буров. — Чита, 2013. — 441 с.
3. www.stat.uz
4. www.doingbusiness.org

Бюджетный дисбаланс: причины возникновения и способы преодоления

Старовойтов Александр Сергеевич, студент

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова, филиал в г. Пятигорске

Бюджет Российской Федерации, как и бюджет любого другого государства, может иметь на конец года как положительное, так и отрицательное сальдо. Существует множество причин, влияющих на сбалансированность бюджета: в первую очередь это экономическая политика страны и экономическая конъюнктура, складывающаяся на мировой арене. Сбалансированность бюджета — самая сложная экономическая задача, на практике чаще всего не достижимая.

Приоритетность проблемы сбалансированности бюджета росла по мере роста уровня производства. Главной проблемой бюджетной политики РФ является несовершенство законодательной базы, что стало следствием революционного развития России. В плане законодательного уровня Российская Федерация сильно уступает странам запада, где законодательная система и законодательный аппарат развивались постепенно.

Принципы бюджетного планирования СССР и РФ кардинально различаются: в Советском союзе, как и во многих странах во второй половине XX в., был законодательно закреплён принцип обязательной сбалансированности бюджета, который, по мнению авторитетных экономистов, таких как Роберт Солоу, Джеймс Тобин и Роберт Эйснер, является губительной практикой для экономики. Резкий скачок от плановой экономики к рыночной поставил перед Правительством России множество целей: стабилизация экономики, развитие отсталых отраслей производства и создание новой законодательной базы для адаптации экономики РФ к условиям рыночной экономики и пр.

К сожалению, справиться со всеми поставленными задачами за столь короткий срок практически невозможно. Так же, следует учитывать, что за последние десятилетия Россия преодолела несколько кризисов: в 1998 г., в 2008—2009 гг. и в 2014 году; параллельно восстановив многие секторы экономики, которые ранее находились в упадке или ещё не были развиты. Тем не менее, в сфере бюджетного планирования Россия всё ещё показывает свою неподготовленность, чему свидетельствует заключение Счётной палаты РФ «О плановом бюджете РФ на проект феде-

рального бюджета «О федеральном бюджете на 2015 год и на плановый период 2016 и 2017 годов», в котором критике подверглись ожидания правительства на счёт длительности введённых санкций, предполагаемого уровня цен за баррель нефти и выбора приоритетных отраслей экономики для финансирования и др., так же было высказано замечание о слабой реализации в проекте федерального бюджета политики импортозамещения. Большая часть замечаний Счётной палаты была учтена уже в процессе реализации бюджета РФ на 2015 год, так как прогнозы правительства РФ оказались более оптимистичны, чем реальность. Но стоит отдать дань правительству РФ за грамотную бюджетную тактику, которая в сложившейся на сегодняшний день геополитической ситуации намного важнее бюджетной стратегии, так как мировая конъюнктура в данный период времени практически не поддаётся прогнозированию. Примером отчаянных, но необходимых мер, является временное бездействие Центрального банка РФ во время гиперинфляции в 2014 году. Многие экономисты предполагали, в чём же была причина нейтралитета ЦБ. По нашему мнению, это связано с резким падением цены в долларах США за баррель нефти, что должно было стать причиной колоссального дефицита для бюджета РФ, так как нефть является главным источником притока дохода бюджета, но положение спасла инфляция. Руководство ЦБ дождалось того момента, когда рубль достигнет отметки в 55 рублей за 1 доллар США, и приняло меры по стабилизации курса рубля и установлению его с данной средней отметкой в «туннеле», что спасло бюджет РФ в 2014 году: бюджет РФ на конец 2014 был закрыт с незначительным дефицитом — около 390 млрд руб. Но больше на дефицит повлияло присоединение Республики Крым и города федерального значения Севастополя к Российской Федерации: произошло перераспределение средств из многих бюджетов в бюджет новой республики, а так же дотации из резервного фонда РФ.

Особое значение для достижения сбалансированности имеют межбюджетные отношения. Например, без межбюджетных трансфертов Пенсионный Фонд России

не сможет обеспечить реализацию программ по обязательному пенсионному страхованию. Оптимизация межбюджетных отношений — одна из наиболее важных задач бюджетной политики РФ. Она может быть достигнута методом увеличения налогового потенциала субъектов РФ и муниципальных образований, вместе, с чем существует необходимость в обеспечении снижения уровня дотационности муниципальной сферы РФ. Необходимость решения этих задач заключается в том, что в России прослеживается отрицательная тенденция в области различий по уровню развития регионов по основным социально-экономическим показателям: в 2013 году по уровню бюджетных возможностей 10 наиболее развитых регионов РФ в 6,7 раз превышали уровень 10 наименее развитых; в 2014 уровень снизился до 6,2 раз, но в 2015 году ожидается превышение уровне 2013 года, а именно отметка 6,8.

Большинство приоритетных экономических задач были поставлены президентом РФ ещё в 2012 году. Именно на них в первую очередь основывается правительство РФ при составлении плана бюджета. Но события последнего года: негативные события на Украине, санкционная политика Запада в отношении России; кардинально меняют приоритеты экономики. Сейчас для Российской Федерации большинство экономических задач, ранее приоритетных, отходят на второй план: погашение долга по государственным заимствованиям, дотации в наукоёмкие отрасли экономики и пр. Приоритетным становится политика импортозамещения, так как, перейдя к рыночной экономике с принципом мирового разделения труда, Россия стала крупным экспортёром нефтегазовых продуктов, при этом нам пришлось отказаться от развития многих отраслей, на которых уже специализировались некоторые страны Запада. Российская Федерация же стала импортёром этих товаров. В данный момент для преодоления этой зависимости Правительству России необходимо воспользоваться всеми возможными средствами: государственные займы, использование резервного фонда, межбюджетные трансферты и в случае возникновения профицита бюджета направление его на решение данной задачи.

В теории любое государство должно стремиться к профициту бюджета, но на практике профицит не всегда является показателем экономического роста, экономического развития и эффективности бюджетной политики страны. Решающим фактором является причина достижения профицита. Если это результат развития приоритетных отраслей экономики, то профицит бюджета можно

рассматривать, как положительное явление. Если же он был достигнут иными путями, например, с помощью приватизации государственной собственности, то профицит можно рассматривать, как отрицательное явление. В 2008–2009 (период кризиса в РФ) бюджет был принят с профицитом, но в стране был зафиксирован спад экономического роста. Удачным решением в этой ситуации стало — направление профицита в реальный сектор экономики, с дополнительным финансированием за счет государственного кредитования, что помогло преодолеть кризис 2008–2009 гг. Тем не менее, профицит чаще направляют на погашение государственного долга и увеличение резервных фондов страны. Среди экономистов так же есть мнение, что причиной профицита бюджета является жесткая экономическая политика государства, что неизбежно приведёт к снижению ликвидности кредитных организаций из-за недостатка свободных оборотных средств в экономике.

Дефицит бюджета так же не является однозначным явлением: на практике бюджетный дефицит имеют развитые страны, а развивающиеся государства, обладающие самыми быстрыми темпами, находятся на грани сбалансированности, но чаще имеют незначительный дефицит. Профицит присущ же странам экспортёрам сырья, чья экономика зачастую является отсталой. Но более важно — метод расхода профицита, если он будет направлен на развитие производства, науки и пр., то в будущем это приведёт к дополнительным доходам, и будет способствовать экономическому росту. Джон Мейнард Кейнс, в своё время, заявлял, что контролируемый дефицит бюджета есть способ вывода страны из кризиса методом государственных закупок, которые в свою очередь влияют на уровень безработицы в стране. Этим принципом пользуются многие развитые и развивающиеся страны и по сей день.

Таким образом, проблема оптимизации сбалансированности бюджета является насущной для любого государства, в том числе для Российской Федерации, для решения которой самым оптимальным является метод контролируемого дефицита. За последние годы Россия продемонстрировала свои способности к эффективному кратковременному бюджетному планированию, направленному на преодоление кризисных ситуаций. Но в плане проектирования федерального бюджета на текущий и плановые годы РФ всё ещё значительно отстаёт от стран Запада, что обусловлено, по большей части, историческими особенностями становления нашего государства.

Литература:

1. Бережной, В.И., Бережная Е.В., Бережная О.В., Вицелярова К.Н., Волкова С.В., Володько Л.П., Воробьева Е.А., Голубина Ж.И., Дешеева Н.В., Егорова Л.А., Косенко С.Г., Кузьмич Н.П., Марцева Т.Г., Марченко С.В., Матевосян М.Г., Милованова Е.А., Новосельцева А.П., Суспицына Г.Г., Табачникова Е.В., Тельнова Н.Н. и др. Модернизация экономики и управления/Под общей редакцией В.И. Бережного. Москва, 2015. Том Книга 1
2. Бережной, В.И., Погосян В.В. Оценка эффективности финансовой реструктуризации В сборнике: Вузовская наука — Северо-Кавказскому региону Сер. «Экономика» 2005. с. 118.

3. Биндасова, Н. А., Погосян В. В. Инвестиции: Учеб. пособие/Н. А. Биндасова, В. В. Погосян — 2-е изд., перераб. и доп. — Пятигорск, РИА-КМВ, 2015. — 156 с.
4. Биндасова, Н. А., Погосян В. В. Краткосрочная и долгосрочная финансовая политика: учебное пособие/Биндасова Н. А., Погосян В. В. — Пятигорск, 2011.
5. Голубина, Ж. И., Кузнецова Т. Б. Финансовая политика как инструмент управления финансами государства // *Kant: Экономика и управление*. 2015. № 1 (4). с. 15–17.
6. Марченко, С. В. Межбюджетные отношения в системе повышения уровня финансовой обеспеченности территорий (на материалах Ставропольского края) диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук/Северо-Кавказский государственный технический университет. Ставрополь, 2009
7. Марченко, С. В. Территориальные финансы/С. В. Марченко. — Пятигорск: КМВ, 2009. — 178 с.
8. Марченко, С. В. К вопросу о финансовой самостоятельности муниципальных образований // *Актуальные вопросы экономических наук*. 2014. № 37. с. 188–192.
9. Марченко, С. В. Зарубежный опыт финансового обеспечения местного самоуправления // В сборнике: Институциональные преобразования национальных экономических систем Университет Вагенинген (Нидерланды), Белградский институт аграрной экономики (Сербия), Чешский университет естественных наук (Чехия), Ставропольский государственный аграрный университет (Россия). 2014. с. 180–185.
10. Марченко, С. В., Голубина Ж. И. Межбюджетные отношения как инструмент экономического воздействия на развитие регионов Северо-Кавказского Федерального округа // *Финансовая экономика*. 2015. № 2. с. 23–28.
11. Марченко, С. В., Шишкина Л. В. Оценка эффективности реформирования бюджетной системы в Российской Федерации // *Kant: Экономика и управление*. 2015. № 1 (4). с. 8–12.
12. Погосян, В. В. Инновационные и инвестиционные проекты и технологии как фактор модернизации отрасли // В сборнике: Модернизация индустрии рекреации санаторно-курортного дела и туризма Материалы Международной научно-практической кластер-конференции, посвященной 65-летию Победы в Великой Отечественной войны. Общая редакция: Некрасов Е. Е., Фролко С. В.. 2010. с. 475–479.
13. Погосян, В. В. Перспективы развития банковского сектора // В сборнике: Правовое регулирование отдельных сфер жизнедеятельности общества: теория и практика (опыт Кавказа) Сборник материалов Международной научно-практической конференции. Ответственный за выпуск: Боков А. В. 2012. с. 217–226.
14. Погосян, В. В. Проблемы и перспективы развития кредитования малого и среднего бизнеса на современном этапе развития экономики // *Kant*. 2015. № 2 (15). с. 96–100.
15. Погосян, В. В. Современное состояние кредитного рынка России и тенденции развития кредитных отношений банков с предприятиями малого и среднего бизнеса // *Kant*. 2015. № 3 (16). с. 86–89.

Евразийский экономический союз: социально-экономический потенциал ЕАЭС

Столбовская Анна Геннадьевна, магистрант
Донской государственный технический университет

Цель научной работы — рассмотреть Евразийский экономический союз и оценить социально-экономический потенциал государств-членов ЕАЭС. Для достижения поставленной цели были определены следующие задачи:

1. рассмотреть состав участников ЕАЭС;
 - организационную структуру ЕАЭС;
 - функции и цели союза.
2. проанализировать социально-экономические показатели государств-членов ЕАЭС:
 - численность и миграцию населения;
 - уровень безработицы;
 - Валовой внутренний продукт;
 - Экспортно-импортные операции;
 - сальдо внешнеторгового оборота.

Политическая обстановка в мире, связанная с событиями на Украине, привела к изменению международных

экономических отношений между Россией и странами Запада, что способствовало усилению региональной экономической интеграции на Востоке. В мае 2014 года Россия, Казахстан и Белоруссия подписали договор о создании Евразийского экономического союза (ЕАЭС), который вступил в силу 1 января 2015 года.

Евразийский экономический союз — международная организация региональной экономической интеграции, обладающая международной правосубъектностью и учрежденная **Договором о Евразийском экономическом союзе**.

В ЕАЭС обеспечивается свобода движения товаров, услуг, капитала и рабочей силы, а также проведение скоординированной, согласованной или единой политики в отраслях экономики.

Государствами — членами Евразийского экономического союза являются Республика Армения, Республика

Беларусь, Республика Казахстан, Кыргызская Республика и Российская Федерация.

Органы управления:

Высший Евразийский экономический совет — высший орган Союза, в состав которого входят Президенты государств-членов Союза.

Евразийский межправительственный экономический совет — орган, в состав которого входят главы правительств государств-членов.

Евразийская экономическая комиссия — постоянно действующий наднациональный регулирующий орган Союза, который формируют Совет Комиссии и Коллегия Комиссии. Основными задачами Комиссии являются обеспечение условий функционирования и развития Союза, а также разработка предложений в сфере экономической интеграции в рамках Союза.

Суд Союза — судебный орган Союза, обеспечивающий применение государствами-членами и органами Союза Договора о ЕАЭС и иных международных договоров в рамках Союза.

Союз осуществляет свою деятельность на основе следующих принципов:

- уважение общепризнанных принципов международного права, включая принципы суверенного равенства государств — членов и их территориальной целостности;

- уважение особенностей политического устройства государств — членов;

- обеспечение взаимовыгодного сотрудничества, равноправия и учета национальных интересов Сторон;

- соблюдение принципов рыночной экономики и добросовестной конкуренции;

- функционирование таможенного союза без изъятий и ограничений после окончания переходных периодов.

Основными целями Союза являются:

- создание условий для стабильного развития экономик государств — членов в интересах повышения жизненного уровня их населения;

- стремление к формированию единого рынка товаров, услуг, капитала и трудовых ресурсов в рамках Союза;

- всесторонняя модернизация, кооперация и повышение конкурентоспособности национальных экономик в условиях глобальной экономики.

Союз наделяется компетенцией в пределах и объемах, установленных Договором и международными договорами в рамках Союза.

Государства — члены осуществляют скоординированную или согласованную политику в пределах и объемах, установленных Договором и международными договорами в рамках Союза.

В иных сферах экономики государства — члены стремятся к осуществлению скоординированной или согласованной политики в соответствии с основными принципами и целями Союза [1].

Для достижения поставленных целей необходимо иметь социальные и экономические ресурсы.

Каков же социально — экономический потенциал ЕАЭС? Территория ЕАЭС составляет более 20 млн. кв. км, 15% мировой суши. Численность населения на 1 января 2015 года — 182,1 млн. человек, на 2014—181,7 млн. человек. Данные представлены в таблице 1.

По данным таблицы можно сделать вывод, что численность населения во всех странах с каждым годом увеличивается, кроме Белоруссии — в период с 2010 по 2012 год наблюдается сокращение населения, связанное с низким уровнем рождаемости и большим количеством пенсионеров. Для улучшения демографической ситуации Правительство Белоруссии назначило единовременное пособие за рождение ребенка: за первого — 7068800 рублей (около 900 \$), за второго и последующего ребёнка — 9896320 рублей (около 1300 \$), что привело к росту численности населения в 2013 году.

Миграция населения на сегодняшний день является проблемой для многих стран, особенно для стран Европейского союза. Рассмотрим какова ситуация с миграцией в государствах-членах ЕАЭС.

На основе данных таблицы 2 можно сделать вывод, что постоянно увеличивается число как выбывших, так и прибывших в России и Белоруссии. В период с 2011 по 2014 год число прибывших в Россию увеличилось на 1209,8 тыс. чел. (при этом из стран СНГ число мигрантов возросло на 206,9 тыс. чел.). В Белоруссии в этот же период времени число мигрантов увеличилось на 34,4 тыс. чел.. В Кыргызстане, наоборот, постоянно уменьшается количество мигрантов. Прежде всего, это связано с тем, что в республике высокий общий уровень безработицы — 8,4%, и население покидает страну

Таблица 1. Среднегодовая численность постоянного населения, тыс. чел.

Страна	2010	2011	2012	2013	2014
Россия	142849,5	142960,9	143201,8	143507,0	146090,6
Беларусь	9490,6	9473,2	9464,5	9466,0	9474,6
Казахстан	16321,6	16556,6	16791,5	17035,3	17289,3
Кыргызстан	5448,0	5514,8	5607,5	5719,9	5835,9
Армения	3256,1	3268,5	3024,1	3022,1	3013,8

в поисках лучшей жизни. Графически миграция населения в Казахстане показана на рисунке 1.

Официальный уровень безработицы в России 1,2%, в Белоруссии – 0,5%, в Казахстане – 0,4%, в Кыргызстане – 2,3% и самый высокий уровень безработицы зафиксирован в Армении – 5,9%. Данные представлены

в таблице 3. В целом по региону ЕАЭС уровень безработицы на 1 января 2015 года составил 5,3% (ЕС – 10,2%, США – 6,2%, мир – 8,4%) (рисунок 2) [1].

Перейдем к основным макроэкономическим показателям государств-членов ЕАЭС. В трех странах союза произошел рост ВВП: В Казахстане – 7,7%, в Кыргыз-

Таблица 2. Миграция населения (число лиц, зарегистрированных в органах внутренних дел при перемене постоянного места жительства; тысяч человек)

Страна	год	Число прибывших		Число выбывших	
		Всего	из страны СНГ	всего	в страны СНГ
Россия	2011	3415,1	310,6	3095,3	22,6
	2012	4196,1	364,0	3901,2	95,6
	2013	4496,9	422,8	4201,0	147,9
	2014	4624,9	517,5	4354,8	257,3
Беларусь	2011	213,4	14,7	203,5	5,8
	2012	212,3	13,4	203,0	6,5
	2013	225,4	14,7	213,8	5,4
	2014	247,8	19,8	232,1	5,9
Казахстан	2011	402,9	31,0	397,8	31,3
	2012	366,1	23,9	367,5	28,3
	2013	361,4	20,3	316,7	22,6
	2014	422,4	14,8	434,6	26,1
Кыргызстан	2011	41,8	6,2	82,9	45,5
	2012	49,3	5,4	56,8	12,8
	2013	35,8	4,1	44,2	11,4
	2014	26,1	3,7	34,2	11,5
Армения	2010	7,9	0,7	18,2	7,5
	2012
	2013
	2014

Источник: Статкомитет СНГ.

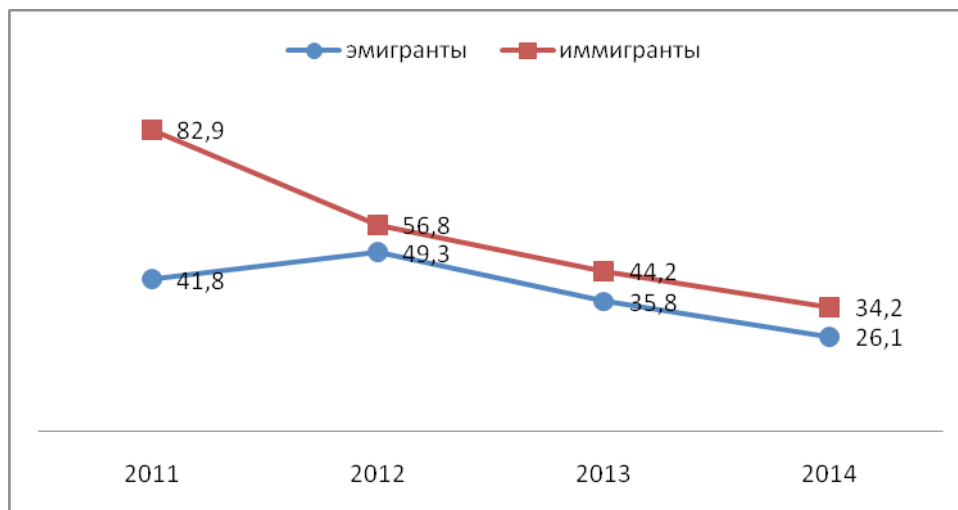


Рис. 1. Миграция населения в Кыргызстане, тысяча человек

стане – 7,3% и в Армении 5,1%. В России наблюдается спад данного показателя на 3,4%. Причиной снижения является введение санкций со стороны стран Запада (таблица 4, рисунок 3.).

Также стоит проанализировать экспортно-импортные операции государств-членов ЕАЭС. По данным таблицы 5 можно сделать вывод, что в 2014 году в России, Белоруссии, Казахстане и Кыргызстане количество как экспортных, так и импортных операций уменьшилось. Однако в России и Казахстане сальдо внешнеторгового оборота

осталось положительным: Россия – 210,9 млн. долл США, Казахстан – 37025 млн. долл. США. (рисунок 4).

Итак, ЕАЭС создан в целях всесторонней модернизации, кооперации и повышения конкурентоспособности национальных экономик и создания условий для стабильного развития в интересах повышения жизненного уровня населения государств-членов. Проанализировав основные социально-экономические показатели государств-членов ЕАЭС, можно сделать вывод, что регион обладает всеми необходимыми ресурсами для достижения поставленных

Таблица 3. Численность безработных, зарегистрированных в государственных службах занятости (на конец года)

	В среднем за год, тыс. чел.		В % к экономически активному населению	
	2013	2014	2013	2014
Россия	918	883	1,2	1,2
Беларусь	21	24	0,5	0,5
Казахстан	30	33	0,3	0,4
Кыргызстан	58	58	2,3	2,3
Армения	56	66	6,8	5,9

Источник: Статкомитет СНГ

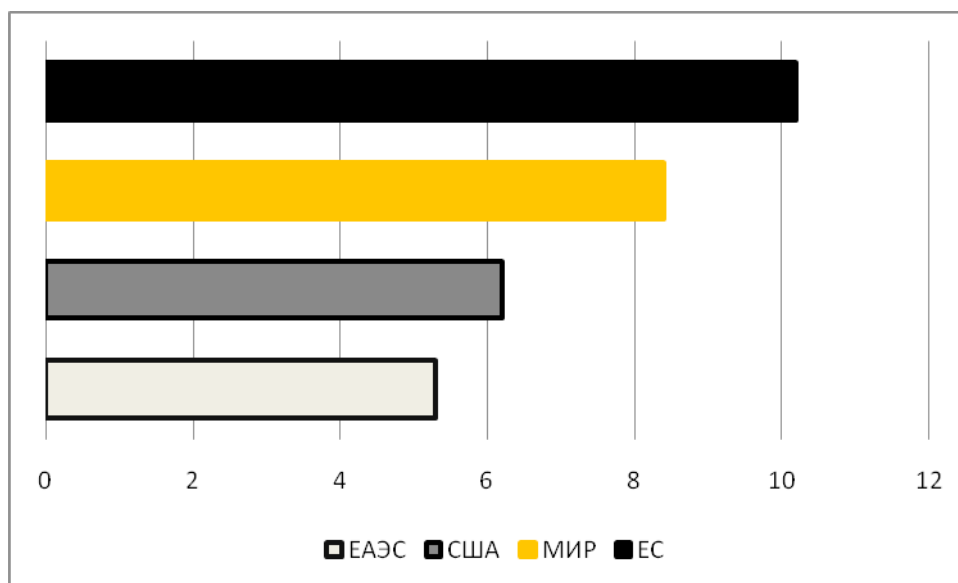


Рис. 2: Уровень безработицы в мире, ЕАЭС, США и ЕС на 1 января 2015 г., в %

Таблица 4. ВВП государств-членов ЕАЭС (январь-июнь 2015 в % к январю-июню 2014)

	ВВП (в постоянных ценах)
Россия	96,6
Беларусь	96,7
Казахстан	107,7
Кыргызстан	107,3
Армения	105,1

Источник: Статкомитет СНГ

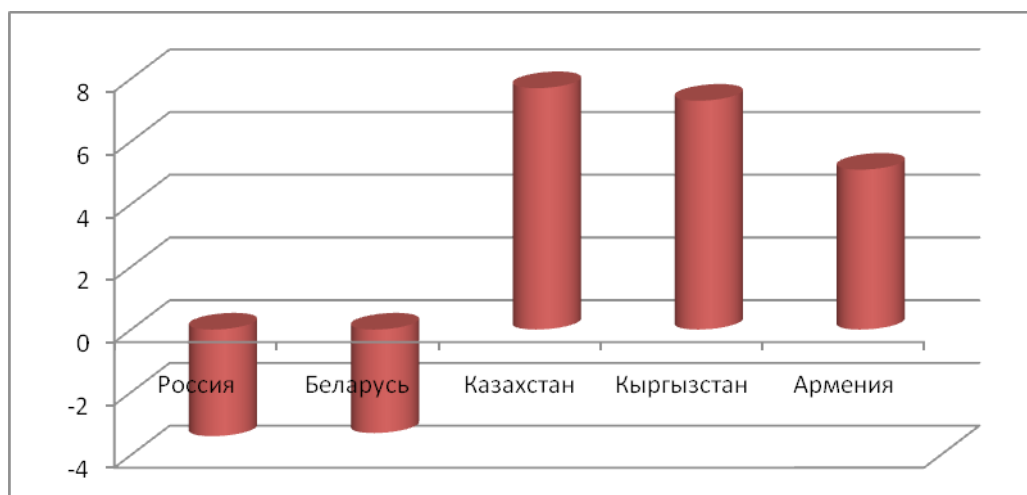


Рис. 3: Рост ВВП государств-членов ЕАЭС в постоянных ценах (январь-июнь 2015 в % к январю-июню 2014)

Таблица 5. Экспортно-импортные операции государств-членов ЕАЭС

	Экспорт, млн. долл. США		Импорт, млн. долл. США		Внешнеторговый оборот, млн. долл. США		Сальдо внешне-торгового оборота, млн. долл. США	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014
Россия	527,3	496,9	315,0	286,0	842,3	782,9	212,3	210,9
Беларусь	37203	36392	43023	40788	80226	77180	-5820	-4396
Казахстан	84700	78238	48806	41213	133506	119451	35894	37025
Кыргызстан	2007	1880	5987	5732	7994	7612	-3980	-3852
Армения	1479	1519	4386	4402	5865	5921	-2907	-2883
ЕАЭС	127929,3	120539,9	104530	94435	230446,3	212960,9	127929,3	120539,9

Источник: Статкомитет СНГ

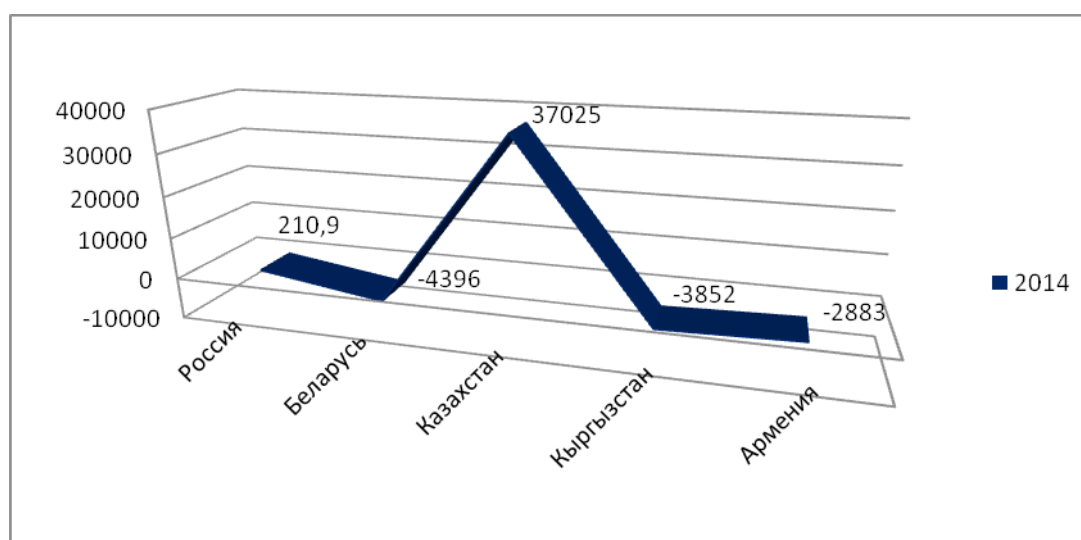


Рис. 4: Сальдо внешнеторгового оборота государств-членов ЕАЭС в 2014 г., млн. долл. США

целей: территория, высокая численность населения, мобильность рабочей силы, налаженная внешняя торговля. Конечно, наблюдается и спад некоторых показателей: отрицательное сальдо внешнеторгового оборота у Белоруссии, Кыргызстана и Армении. Данным странам необходимо увеличить объемы экспортных операций. Для этого государства-членами ЕАЭС уже приняты соответствующие программы: «Развитие производств новой конкурентоспособной продукции, ориентированной на экспорт»

Государства-члены взаимодействуют по созданию механизма совместного выхода на рынки третьих стран с целью продвижения совместно произведенной организационно-производителями государств-членов продукции, предусматривающего возможность таких инструментов, как:

- совместные дилерские и сервисные сети;
- совместные торговые дома, центры сертификации машинно-технической продукции и технической поддержки, специальных объединенных сбытовых компаний;

- развитие информационно-консультационной поддержки экспортеров государств — членов ЕАЭС;
- организация совместных (объединенных) экспозиций на выставочно-ярмарочных мероприятиях;
- использование новых финансовых продуктов по сопровождению экспорта, например лизинга;
- взаимодействие торговых представительств государств — членов ЕАЭС;
- проектное (инвестиционное), предэкспортное и экспортное финансирование совместно произведенной продукции.

В целях повышения конкурентоспособности промышленной продукции и обеспечения ее выхода на рынки третьих стран Стороны проводят работу по совершенствованию системы технического регулирования (сертификации, стандартизации), а также (при необходимости) разрабатывают механизмы содействия производителям в получении иностранных сертификатов при экспорте [1].

Литература:

1. <http://eaeunion.org/#resources> — Официальный сайт Евразийского экономического союза.
2. www.gks.ru — Федеральная служба государственной статистики РФ.
3. <http://www.cisstat.com> — Межгосударственный статистический комитет Содружества Независимых Государств.
4. <http://belstat.gov.by> — Национальный статистический комитет Республики Беларусь.
5. <http://rusrand.ru/response/eaes-rasshiril-granitsu-vlijaniya-novym-uchastnikom-sojuza-stala-kirgizija> — ЕАЭС расширил границу влияния: новым участником Союза стала Киргизия, 12.08.2015
6. www.worldbank.org/data/wdi
7. «Мировая экономика»/под. ред. Булатова А. С., — М.: 2005. — 734 с.
8. Липатова, В. А. Международная экономическая интеграция: учебное пособие/В. А. Липатова. — М.: Евразийский открытый институт, 2011. — 207 с.
9. Никитина, Ю. А. Международные отношения и мировая политика: Введение в специальность: учебное пособие для студентов вызов/Ю. А. Никитина. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Аспект Пресс, 2012. — 151 с.
10. Пономарева, Е. К. Мировая экономика и международные экономические отношения: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям (Серия «Практический курс»)/Е. К. Пономарева, Л. А. Кривенцова, П. С. Томилов — М.: ЮНИТИ — ДАНА, 2010. — 287 с.

Роль налогового аудита в снижении налоговой нагрузки предприятия

Терентьева Татьяна Александровна, кандидат экономических наук, доцент;

Антонова Наталья Александровна, студент;

Орлова Елизавета Ивановна, студент

Оренбургский государственный университет

Предприятие, осуществляя свою деятельность, направленную на получение прибыли, взаимодействуют как минимум с тремя субъектами экономики: юридические лица (другие предприятия), физические лица (потребители) и государство. К юридическим лицам, непосредственно взаимодействующим с предприятием, относятся поставщики, подрядчики, покупатели, партнеры, конкуренты, биржи, банки и другие организации. К физическим лицам относятся непосредственные покупатели,

собственники, инвесторы и другие, заинтересованные в деятельности предприятия физические лица.

В соответствии со схемой возникает три типа взаимодействия предприятия с внешней средой. Между предприятием и юридическими и физическими лицами происходит движение инвестиций, ценных бумаг, денежных средств, товаров, предметов и средств труда. Важно, что субъекты таких взаимоотношений равны между собой. Контроль за правильностью выполнения условий взаимодействия

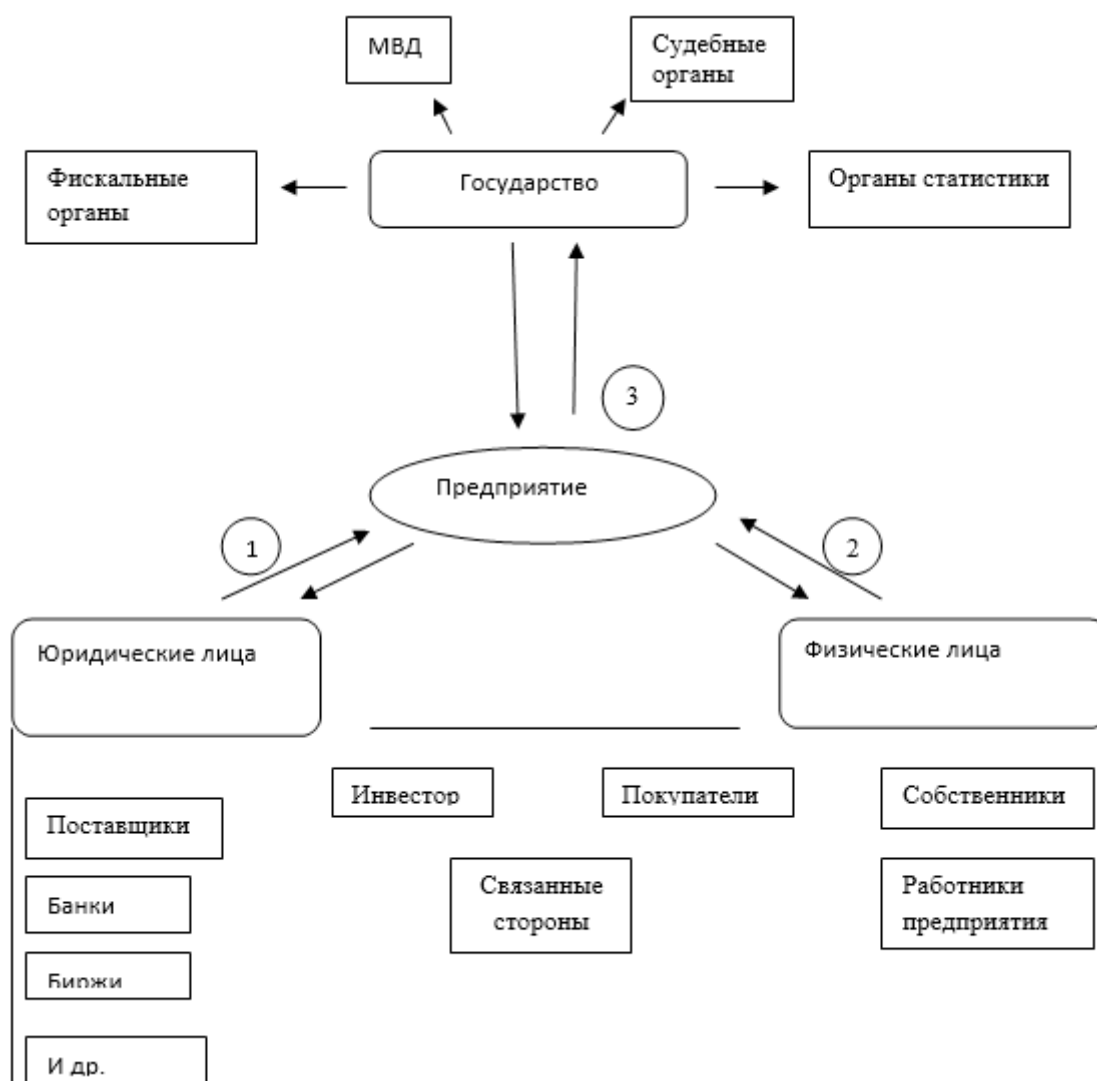


Рис. 1. Взаимодействия предприятия с внешней средой

осуществляют как сами участники, так и государство с помощью законодательства.

Третий тип взаимодействия — «предприятие — государство» имеет свою особенность. Во-первых, участники таких отношений не равны, так как государство определяет рамки, в которых может осуществлять свою деятельность предприятие. То есть, государство устанавливает законодательную базу и осуществляет контроль над правомерной деятельностью и наказание в случае ее нарушения. Во-вторых, государство осуществляет свою деятельность за счет налоговых поступлений, которые обязано выплачивать предприятие. Так как государство напрямую заинтересовано в налоговых выплатах, контроль над деятельностью предприятия осуществляют в данном случае налоговые органы. [2]

Рассмотрим более подробно налоговую нагрузку, которую испытывают предприятия. Согласно данным Федеральной налоговой службы по состоянию на 01.07.2015 г. всего по России было проведено 16617250 камеральных проверок, 859261 проверок выявили нарушения (5,2%)

и привели к доначислению платежей (включая налоговые санкции и пени) 33549763 тыс. рублей. [1]

Результаты выездной проверки фискальных органов можно рассмотреть в таблице 1. Согласно ее данным 99,3% выездных проверок приводят к выявлению нарушений и доначислению платежей, санкций и пени.

Налоговая нагрузка на предприятия различных видов деятельности существенно изменилась за последние девять лет (см. диаграмма 1). В 2007 году наблюдалось резкое увеличение налоговой нагрузки по всем отраслям. В 2008 году налоговая нагрузка начала снижаться вплоть до 2010 года, достигнув значения ниже 2006 года. Средняя налоговая нагрузка по всем видам деятельности с 2010 года по настоящий момент продолжает медленно повышаться. Самую большую налоговую нагрузку испытывают предприятия, занятые добычей полезных ископаемых, на 2014 год их налоговая нагрузка составила 38,5%, максимальное значение налоговой нагрузки 54,8% составило в 2007 году. Также испытывают большую налоговую нагрузку предприятия, занимающиеся деятельностью по организации отдыха и раз-

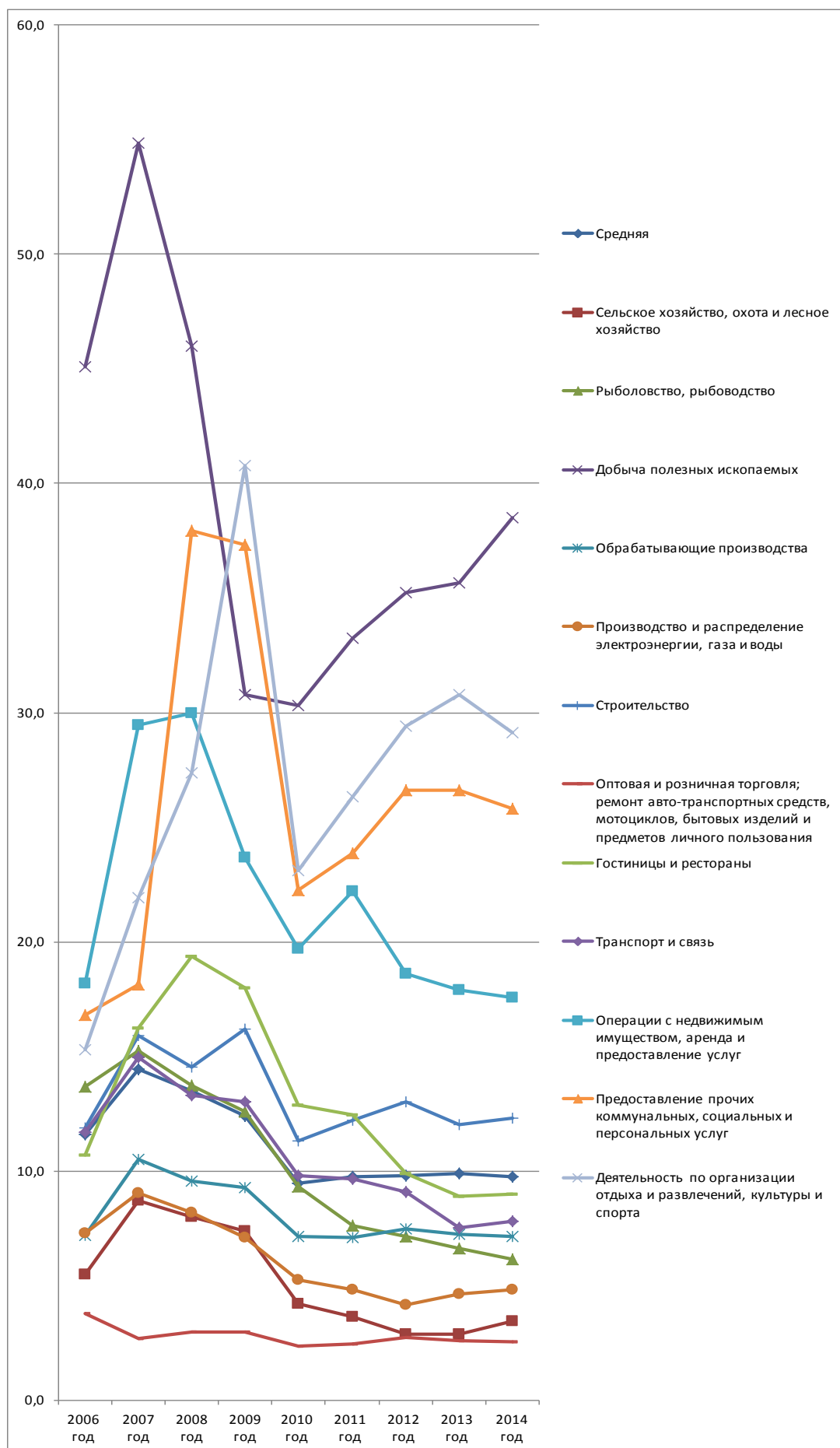


Рис. 2. Динамика налоговой нагрузки 2006–2014 гг.

Таблица 1. Результаты выездных проверок налоговых органов по России по состоянию на 01.07.2015 г.

Вид выездной проверки	Количество, единиц	Дополнительно начислено платежей, тыс. рублей
Выездные проверки организаций, индивидуальных предпринимателей и других лиц, занимающихся частной практикой	14568	140404135
из них: выявившие нарушения	14461	X
Проверки организаций	12857	136922065
из них: выявившие нарушения	12760	X
Проверки индивидуальных предпринимателей и лиц, занимающихся частной практикой	1711	3482070
из них: выявившие нарушения	1701	X

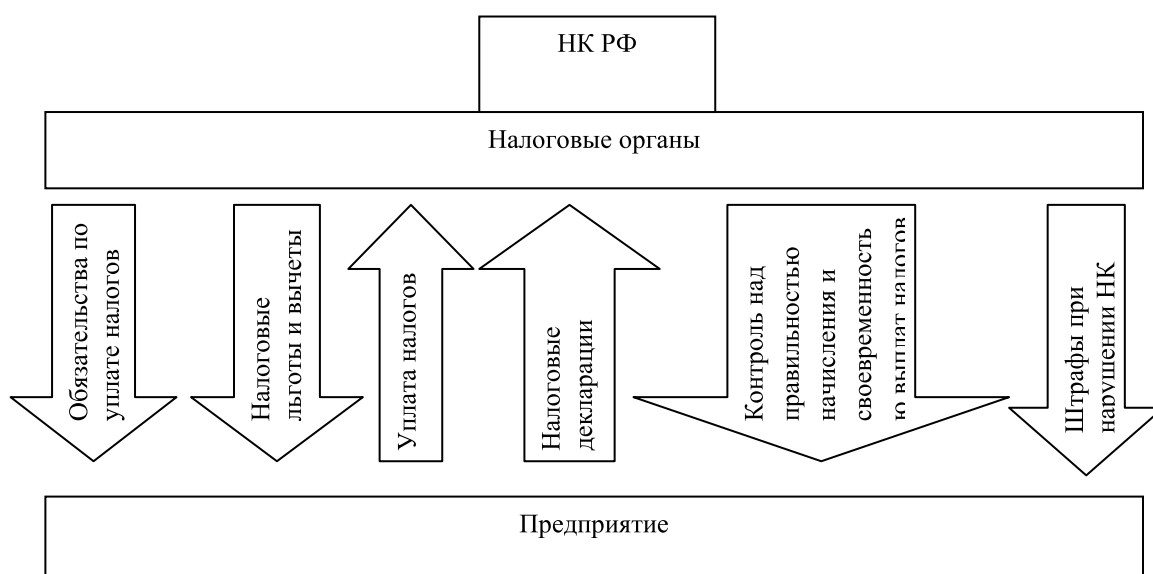


Рис. 3. Взаимодействие государства с предприятием через налоговые органы

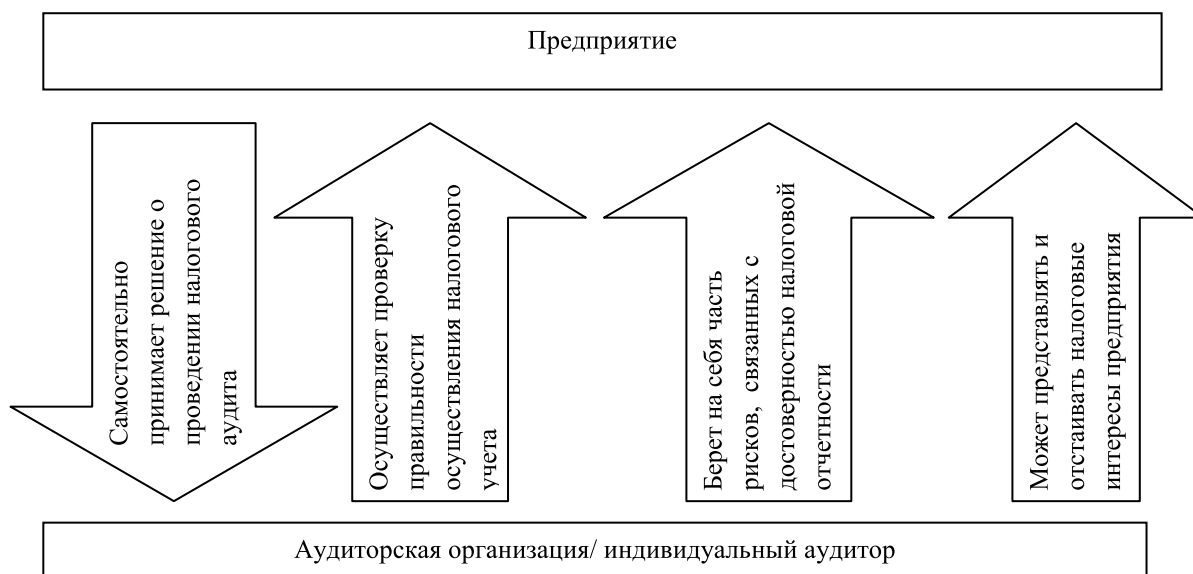


Рис. 4. Взаимоотношение предприятия и аудиторской организации

влечений, культуры и спорта и предоставляющие прочие коммунальные, социальные и персональные услуги. После них идут операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг. Наименьшую налоговую нагрузку испытывает оптовая и розничная торговля. [3]

Взаимодействие налоговых органов и предприятия можно описать с помощью схемы на рис. 3.

На предприятие при взаимодействии с налоговыми органами ложится множество обязанностей. Оно должно соблюдать Налоговый кодекс, своевременно и правильно начислять и уплачивать налоги, а в случае обнаружения ошибки налоговыми органами выплачивать штрафы. Здесь на помощь предприятию может прийти налоговый аудит, который осуществляется аудиторской организацией или индивидуальным аудитором.

Аудит налогообложения проводится в интересах предприятия. Поэтому налоговый аудит носит добровольный

характер, т.е. предприятие самостоятельно принимает решение о необходимости проведения налогового аудита. Аудит налогообложения позволит собственнику или управляющему контролировать деятельность бухгалтеров по ведению налогового учета. А также предупредить возникновение спорных вопросов с налоговыми органами.

Взаимодействие между предприятием и аудиторской организацией можно рассмотреть на схеме на рис. 4.

Организации легче оплатить услуги auditors, с целью дополнительной проверки налоговой отчетности, чем выплачивать штрафы. Особенно удобен налоговый аудит для крупных и средних предприятий, где штрафы за неправильное начисление и неуплату налогов достигают достаточно большие размеров (Таблица 2–4)

Таблица 2. Размеры штрафов за нарушения НК и КоАП РФ

Правонарушение	Нормативный документ	Ответственность по НК РФ
Нарушение установленного срока подачи заявления о постановке на учет в налоговом органе	ст. 116 НК РФ	Штраф в размере 10 тысяч рублей
Ведение деятельности организацией или индивидуальным предпринимателем без постановки на учет в налоговом органе	ст. 116 НК РФ	Штраф в размере 10 процентов от доходов, полученных в течение указанного времени в результате такой деятельности, но не менее 40 тысяч рублей
Непредставление в установленный законодательством о налогах и сборах срок налоговой декларации в налоговый орган по месту учета	ст. 119 НК РФ	Штраф в размере 5 процентов не уплаченной в установленный срок суммы налога, подлежащей уплате (доплате) на основании этой декларации, за каждый полный или неполный месяц со дня, установленного для ее представления, но не более 30 процентов указанной суммы и не менее 1000 рублей
Нарушение установленного способа представления налоговой декларации (расчета)	ст. 119.1 НК РФ	Штраф в размере 200 рублей
Грубое нарушение правил учета доходов и (или) расходов и (или) объектов налогообложения, если эти деяния совершены в течение одного налогового периода	ст. 120 НК РФ	Штраф в размере 10000 рублей
Грубое нарушение правил учета доходов и (или) расходов и (или) объектов налогообложения, если эти деяния совершены в течение более одного налогового периода	ст. 120 НК РФ	Штраф в размере 30000 рублей
Грубое нарушение правил учета доходов и (или) расходов и (или) объектов налогообложения, если они повлекли занижение налоговой базы	ст. 120 НК РФ	Штраф в размере 20 процентов от суммы неуплаченного налога, но не менее сорока тысяч рублей.

Неуплата или неполная уплата сумм налога (сбора) в результате занижения налоговой базы, иного неправильного исчисления налога (сбора) или других неправомерных действий (бездействия) (неумышленно)	ст. 122 НК РФ	Штраф в размере 20 процентов от неуплаченной суммы налога (сбора)
Неуплата или неполная уплата сумм налога (сбора) в результате занижения налоговой базы, иного неправильного исчисления налога (сбора) или других неправомерных действий (бездействия) (умышленно)	ст. 122 НК РФ	Штраф в размере 40 процентов от неуплаченной суммы налога (сбора)
Невыполнение налоговым агентом обязанности по удержанию и (или) перечислению налогов	ст. 123 НК РФ	Штраф в размере 20 процентов от суммы, подлежащей удержанию и (или) перечислению
Непредставление налоговому органу сведений, необходимых для осуществления налогового контроля (неумышленно)	ст. 126 НК РФ	Штраф в размере 200 рублей за каждый непредставленный документ
Непредставление налоговому органу сведений, необходимых для осуществления налогового контроля (умышленно)	ст. 126 НК РФ	Штраф с контролирующего лица в размере 100000 рублей
Неправомерное несообщение сведений налоговому органу налогоплательщиком — иностранной организацией	ст. 129.1 НК РФ	Штраф в размере 100 процентов от суммы налога на имущество организаций, исчисленного в отношении объекта недвижимого имущества, принадлежащего этой иностранной организации (иностранной структуре без образования юридического лица), которая не представила (несвоевременно представила) сведения

Таблица 3. Размеры штрафов за нарушения УК РФ

Правонарушение	Нормативный документ	Ответственность по УК РФ
Уклонение от уплаты налогов и (или) сборов с организации совершенное в крупном размере	ст. 199 УК РФ	Штраф (в размере от 100 до 300 тысяч рублей или з/п или иного дохода осужденного за период от 1 года до 2 лет) или принудительные работы до 2 лет или арест на срок до шести месяцев или лишение свободы на срок до двух лет с лишением права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью на срок до трех лет или без такового
То же деяние, совершенное: а) группой лиц по предварительному сговору; б) в особо крупном размере	ст. 199 УК РФ	Штраф (в размере от 200 до 500 тысяч рублей или з/п или иного дохода осужденного за период от 1 года до 3 лет) или принудительные работы до 5 лет или лишение свободы на срок до 6 лет с лишением права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью на срок до трех лет или без такового

Неисполнение обязанностей налогового агента совершенное в крупном размере	ст. 199.1 УК РФ	Штраф (в размере от 100 до 300 тысяч рублей или з/п или иного дохода осужденного за период от 1 года до 2 лет) или принудительные работы до 2 лет или арест на срок до шести месяцев или лишение свободы на срок до двух лет с лишением права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью на срок до трех лет или без такового
То же деяние, совершенное в особо крупном размере	ст. 199.1 УК РФ	Штраф (в размере от 200 до 500 тысяч рублей или з/п или иного дохода осужденного за период от 2 года до 5 лет) или принудительные работы до 5 лет или лишение свободы на срок до 6 лет с лишением права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью на срок до трех лет или без такового
Соккрытие денежных средств либо имущества организации или индивидуального предпринимателя, за счет которых должно производиться взыскание налогов и (или) сборов в крупном размере	ст. 199.2 УК РФ	Штраф (в размере от 200 до 500 тысяч рублей или з/п или иного дохода осужденного за период от 18 месяцев до 3 лет) или принудительные работы до 5 лет или лишение свободы на срок до 5 лет с лишением права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью на срок до трех лет или без такового

Таблица 4. Размеры штрафов за нарушения КоАП РФ

Правонарушение	Нормативный документ	Ответственность по КоАП РФ
Нарушение установленного срока подачи заявления о постановке на учет в налоговом органе	ст. 15.3 КоАП РФ	Предупреждение или штраф на должностных лиц в размере от 500 до 1 тысячи рублей
Нарушение установленного срока подачи заявления о постановке на учет в налоговом органе, сопряженное с ведением деятельности без постановки на учет в налоговом органе	ст. 15.3 КоАП РФ	Штраф на должностных лиц в размере от двух тысяч до трех тысяч рублей
Нарушение установленных законодательством о налогах и сборах сроков представления налоговой декларации в налоговый орган по месту учета	ст. 15.5 КоАП РФ	Предупреждение или штраф на должностных лиц в размере от трехсот до пятисот рублей
Непредставление в срок либо отказ от представления в налоговые органы оформленных в установленном порядке документов и (или) иных сведений, необходимых для осуществления налогового контроля, а равно представление таких сведений в неполном объеме или в искаженном виде	ст. 15.6 КоАП РФ	Штраф на должностных лиц от трехсот до пятисот рублей

Литература:

1. Сайт Федеральной налоговой службы <https://www.nalog.ru/gn56/> (дата обращения 15.10.15)
2. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 03.04.2014 № 195-ФЗ (ред. от 02.12.2013) // Российская газета. — N 256. — 31.12.2001.
3. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 № 146-ФЗ (ред. от 28.12.2013) // Российская газета. — N 148–149. — 06.08.1998.

4. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 28.12.2013) // Собрание законодательства Российской Федерации. — 07.08.2000. — N 32. — Ст. 3340.
5. Федеральный закон от 30.12.2008 N 307-ФЗ (ред. от 28.12.2010) «Об аудиторской деятельности» (принят ГД ФС РФ 24.12.2008)

Изменения в пенсионной системе России в 2016 году

Тесленко Маргарита Олеговна, магистрант

Научный руководитель: Полякова Анна Алексеевна, кандидат экономических наук, доцент

Орловский государственный аграрный университет

С 1 января 2015 года вступили в законную силу два федеральных закона: Федеральный закон от 28.12.2013 N 400-ФЗ (ред. от 29.06.2015) «О страховых пенсиях» [1] и Федеральный закон от 28.12.2013 № 424-ФЗ «О накопительной пенсии» [2]. Приняты данные нормативно-правовые акты вместо действовавшего ранее Федерального закона от 17.12.2001 № 173-ФЗ «О трудовых пенсиях в Российской Федерации» [3]. Само понятие «трудовая пенсия», которая состояла из страховой и накопительной частей, было упразднено. С 2015 года пенсия начисляется по новой системе, разработанной 2 года назад. Согласно этой системе, у работающего населения формируются страховые пенсии и пенсионные накопления. Страховая пенсия формируется за счёт обязательных платежей граждан в Пенсионный фонд, а накопительная носит добровольный характер.

Основой введённой реформы стали индивидуальные пенсионные коэффициенты (ИПК) или пенсионные баллы, размер которых зависит от таких факторов, как размер официальной заработной платы, т.е. от начисленных и уплаченных страховых взносов в систему обязательного пенсионного страхования и длительности трудового (страхового) стажа. Безусловно, значимость пенсионных

баллов при формировании пенсии является огромной. Страховая пенсия рассчитывается по формуле, в которой ключевое значение имеет как раз-таки количество начисленных пенсионных баллов. Немаловажно, что работающим гражданам РФ, решившим отложить свой выход на пенсию, начисляются дополнительные пенсионные баллы (таблица 1), что является стимулом для более позднего выхода на пенсию.

К примеру, если обратиться за назначением пенсии через 5 лет после достижения пенсионного возраста, то фиксированная выплата вырастет на 36%, а сумма пенсионных баллов — на 45%; а если через 10 лет, то фиксированная выплата увеличится в 2,11 раз, а сумма пенсионных баллов — в 2,32 раза.

Имеющим страховой стаж: инвалидам I группы, гражданам, достигшим 80-летнего возраста, гражданам, работавшим или проживающим в районах Крайнего Севера и приравненных к ним местностях, страховая пенсия назначается в повышенном размере за счёт увеличенного размера фиксированной выплаты либо применения «северных» коэффициентов.

Помимо этого, новшества затронули также и страховой стаж. Теперь это помимо трудового стажа, помноженного

Таблица 1. Коэффициенты для расчета страховой пенсии при отсрочке обращения за ее назначением [4]

Период более позднего обращения за назначением страховой пенсии	Коэффициент увеличения фиксированной выплаты	Коэффициент увеличения фиксированной выплаты при наличии права на досрочное назначение пенсии	Коэффициент увеличения суммы ИПК	Коэффициент увеличения суммы ИПК при наличии права на досрочное назначение пенсии
1	1,056	1,036	1,07	1,046
2	1,12	1,07	1,15	1,1
3	1,19	1,12	1,24	1,16
4	1,27	1,16	1,34	1,22
5	1,36	1,21	1,45	1,29
6	1,46	1,26	1,59	1,37
7	1,58	1,32	1,74	1,45
8	1,73	1,38	1,9	1,52
9	1,9	1,45	2,09	1,6
10 и более лет	2,11	1,53	2,32	1,68

на коэффициенты, еще и периоды социально-значимой деятельности, за которые также будут начислены баллы: военная служба по призыву, уход за инвалидом первой группы, уход за ребенком-инвалидом, уход за гражданином, достигшим 80 лет, период ухода одного из родителей за каждым ребенком до достижения им возраста полутора лет, но не более шести лет в общей сложности.

Актуальные новости из профильных министерств показывают, что у нынешних пенсионеров внедрение новой пенсионной реформы вызвало увеличение суммы доходов в пределах 500–700 рублей.

Все изменения, которые были введены в 2015 году в пенсионную реформу, будут функционировать и в 2016 году. Как сообщает ТАСС, с 1 февраля 2016 года предусматривается увеличение пенсий на 4%, несмотря на то, что уровень учитываемой бюджетом инфляции на будущий год составляет 6,4%.

Также в законопроекте прописана необходимость проведения второй индексации страховых и социальных пенсий. Её проведут по итогам первого полугодия 2016 года, причём размер коэффициента индексации установят с учетом ситуации, складывающейся в экономике и социальной сфере.

Данный принцип индексации будет применяться исключительно к пенсионерам, оставившим работу.

Исходя из информации об индексации пенсий в 2016 году на уровне 4%, получаются следующие цифры:

- Страховая пенсия повысится на 350 рублей.
- Пенсия по старости увеличится на 360 рублей.
- Социальная пенсия увеличится на 438 рублей.
- Военные пенсии и участникам ВОВ повысится на 1000 рублей. (самая большая прибавка)

Следует отметить, что данный расчет является предварительным.

Таким образом:

- выплата для среднего пенсионера должна превысить 13132 рубля;
- работающего пенсионера — 13500 рублей;
- ребёнка-инвалида — 13000 рублей;
- наибольший прирост прогнозируется ветеранам войны — 36000 рублей.

На первый взгляд кажется, что разработанная методика дальнейшего пенсионного страхования в Российской Федерации не имеет недостатков, однако при более обстоятельном исследовании не всё так идеально. Немаловажным является то, что для получения пенсии по старости, индивидуальный пенсионный коэффициент должен быть равен 30 баллам, но стоит отметить, как этот показатель будет зарабатывать гражданами.

В случае если доход гражданина равняется 1 МРОТ, то его трудовой стаж должен быть не менее 20 лет. В этой ситуации пострадают те, кто всячески скрывает свои доходы или получает «чёрную» заработную плату, т. к. баллы, которые каждый работающий гражданин должен зарабатывать, являются прямым показателем годовой трудовой деятельности. Другими словами — это соотношение отчис-

ляемых работодателем в Пенсионный фонд денежных средств, которые удерживаются из заработной платы работника.

Таким образом, можно выделить основные минусы пенсионной реформы:

— Отсутствует система перерасчета пенсии для пенсионеров, продолжающих работать.

— Стаж для начисления пенсии значительно увеличился: с 5 до 15 лет.

— Довольно сложная формула для расчета пенсии.

Следует отметить, что ранее на страховую часть пенсии приходилось 12%, а на накопительную часть — 6%. На сегодняшний момент эта ситуация претерпела изменения. До конца года у граждан 1967 года рождения и моложе есть право выбора варианта пенсионного обеспечения в системе обязательного пенсионного страхования: формировать только страховую пенсию или страховую и накопительную пенсии. В случае, если гражданин решил отказаться от формирования пенсионных накоплений, то все страховые взносы, отчисляемые за него работодателем в Пенсионный Фонд России — в размере индивидуального тарифа (16%) — будут направлены на формирование его страховой пенсии. Существенно заметить, что все ранее сформированные пенсионные накопления населения подлежат инвестированию и будут выплачены в полном объёме, когда граждане будут иметь право выйти на пенсию и обратятся в Пенсионный Фонд за её начислением.

Если граждане, которые никогда не подавали заявление о выборе управляющей компании, включая «Внешэкономбанк», или негосударственного пенсионного фонда для инвестирования своих пенсионных накоплений хотят, чтобы и в последующем страховые взносы в размере 6% тарифа по-прежнему отчислялись на формирование накопительной пенсии, то им следует до 31 декабря 2015 года подать заявление в Пенсионный Фонд России о выборе варианта пенсионного обеспечения с формированием накопительной пенсии, либо выбрать управляющую компанию, либо Негосударственный Пенсионный Фонд.

У тех граждан, которые не подадут заявление до 31 декабря 2015 года и останутся так называемым «молчунами», пенсионные накопления перестанут формироваться за счет отчисления новых страховых взносов работодателя (не ранее 2017 года), а все страховые взносы будут направляться на формирование страховой пенсии. Таким образом, работающий гражданин может как продолжить формировать, так и отказаться от дальнейшего формирования накопительной пенсии в пользу страховой пенсии, будучи как клиентом Пенсионного Фонда России, так и негосударственного пенсионного фонда.

Отказ от формирования накопительной пенсии за счет новых взносов не означает сокращения пенсионных прав или снижения будущего размера пенсии. То есть страховые взносы (6% тарифа страховых взносов), которые могли бы направляться на формирование новых пенсионных накоплений граждан, выбравших вариант пенсионного обеспечения с одновременным формированием и страховой

и накопительной пенсии, направляются на формирование только страховой пенсии. Таким образом, в любом случае все страховые взносы участвуют в формировании пенсии в системе обязательного пенсионного страхования. Кроме того, если при варианте формирования одновременно накопительной и страховой пенсий, пенсионных баллов начисляется на 37,5% меньше, чем при формировании только страховой пенсии, то при формировании только страховой пенсии гражданам начисляется максимальное количество баллов со всей суммы страховых взносов. К примеру, в 2017 году можно получить 8,26 пенсионных балла за год против 5,16, если бы часть страховых взносов шла на формирование пенсионных накоплений.

Выбор варианта пенсионного обеспечения не связан с выбором страховщика: к примеру, гражданин может оставить пенсионные накопления у своего текущего страховщика и выбрать любой из вариантов пенсионного обеспечения.

В феврале 2016 года российские власти планируют объявить о создании Экспертного совета (ЭС) по обсуждению пенсионной реформы, задачей которого будет подготовка общественного мнения к повышению пенсионного возраста. Предполагается, что ЭС будет не только

экспертным советом, но и околосударственной структурой, готовящей общественное мнение к реформе, а конкретно к повышению пенсионного возраста. У организаторов проекта есть понимание рабочей версии будущей реформы. Она начнет работать с 2016 года и предполагает плавное повышение пенсионного возраста сначала для женщин, а по достижении паритета пенсионного возраста в 60 лет для двух полов — дальнейшее повышение. Рабочая версия структуры, заключается в том, что пенсионный возраст увеличивается с 2016 года с интервалом в полгода для женщин с 1961 года рождения, а позднее для мужчин с 1971 года рождения с аналогичным интервалом. Процесс должен закончиться в 2030 году единым пенсионным возрастом 63 года [5].

Таким образом, пенсионная реформа 2015–2016 годов носит скорее положительный характер — в первую очередь для страны и ныне работающих пенсионеров. Основными ожиданиями на 2016 год в сфере пенсионного обеспечения являются: новый механизм расчёта пенсий; отсутствие индексации пенсий работающим пенсионерам; будет произведена очередная индексация, скорее всего не превышающая уровень инфляции; все льготы будут сохранены.

Литература:

1. Федеральный закон от 28.12.2013 N 400-ФЗ (ред. от 29.06.2015) «О страховых пенсиях».
2. Федеральный закон от 28.12.2013 № 424-ФЗ «О накопительной пенсии».
3. Федеральный закон от 17.12.2001 N 173-ФЗ (ред. от 28.12.2013, с изм. от 19.11.2015) «О трудовых пенсиях в Российской Федерации».
4. Пенсионный Фонд России [Электронный ресурс]//Режим доступа: http://www.pfrf.ru/press_center/~2015/12/01/102472
5. «Forbes Russia» — финансово-экономический журнал [Электронный ресурс]//Режим доступа: <http://www.forbes.ru/news/307847-vlasti-podgotovyat-rossiyan-k-povysheniyu-pensionnogo-vozrasta>

Проблемы и перспективы пенсионной реформы в Российской Федерации

Тесленко Маргарита Олеговна, магистрант

Научный руководитель: Полякова Анна Алексеевна, кандидат экономических наук, доцент
Орловский государственный аграрный университет

Реализация пенсионной реформы является одной из главных задач нашей страны. От того, насколько качественно будет решена данная задача, будет зависеть решение комплекса проблем макроэкономического плана. В ряде мировых стран система построения пенсионной системы существенно влияет на такой показатель как уровень сбережений, а следовательно и на масштабы инвестиционного процесса.

Пенсионная система России до внедрения реформы была построена по принципу распределения. Долгое время считалось, что данной системе не может быть никакой замены, что производить обеспечение жизни пожи-

лого населения является возможным только за счёт перераспределения ВВП между поколениями.

Но фактически два десятилетия назад очевидность эффективности распределительной системы была поставлена под явное сомнение фактически во всем мире. Во многих мировых странах пенсионная система базируется на принципе накопления. В некоторых странах система накопления сочетается с системой распределения.

Стоит отметить, что пенсионная система является основным базовым показателем стабильного социального развития общества, т. к. она затрагивает интересы в первую очередь нетрудоспособного населения (более 25–30%)

любой страны, а косвенно затрагивает интересы фактически всего трудоспособного населения. В настоящее время в нашей стране проживает свыше 40 млн. престарелых, членов семей потерявших кормильца и инвалидов.

Вопрос о глобальном изучении пенсионной реформы в России в настоящее время весьма актуален. Введенные новшества в пенсионной системе несут в себе задачи, которые предполагают решить накопившиеся проблемы ранее действовавшей пенсионной системы. Главными проблемами являются рост уровня пенсионного обеспечения граждан, достижение финансовой сбалансированности пенсионной системы и формирование стабильного источника для дополнительных доходов в систему.

С 2015 года в Российской Федерации действует новый порядок назначения пенсий. Перед людьми, которые производили разработку новой пенсионной формулы, ставились следующие задачи:

- обеспечить гарантию стабильного и приемлемого уровня пенсионного обеспечения населения;
- создать необходимые условия для достижения финансовой сбалансированности пенсионной системы, в том числе в части страховых пенсий;
- сохранить приемлемый размер страховой нагрузки на работодателей и на федеральный бюджет;
- обеспечить гражданам гарантии пенсионного обеспечения на уровне не ниже величины прожиточного минимума пенсионера;
- увеличить роль трудового стажа при расчете размера пенсии и формировании пенсионных прав.

Принципиально изменились правила формирования страховой части пенсии. Накопительная часть будет формироваться на прежних условиях.

При расчете страховой части пенсии было введено понятие «годовой пенсионный коэффициент», который показывает соотношение между фактическим официальным размером заработной платы работника и максимальной величиной заработной платы, с которой работодателем уплачиваются страховые взносы в Пенсионный Фонд России. Следовательно, чем выше зарплата, тем выше данный коэффициент. Максимальное его годовое значение равняется 10. Перед выходом человека на пенсию все это коэффициенты суммируются. Полученная величина умножается на показатель «стоимость пенсионного коэффициента», которую каждый год будет рассчитывать правительство РФ исходя из экономической ситуации в стране и поступлений в Пенсионный Фонд.

Министр Труда и соцзащиты Максим Топилин подчеркнул, что при введении новых правил обязательным остается принцип сохранения пенсионных прав. [1] То есть все пенсионные права, сформированные до 2015 года остались сохранены, и уменьшены быть не могут.

Трудовая пенсия по старости становится разделена на две самостоятельные части — страховую и накопительную.

По мнению экспертов «Российской Газеты», ФЗ «О страховых пенсиях» показывает россиянам выгоду в более позднем выходе на пенсию, поскольку согласно

новой формуле расчёта пенсий, выходить на пенсию по старости в положенный срок не очень выгодно. К примеру, если женщина выйдет на пенсию на пять лет позже — в 60, то размер ее страховой пенсии вырастет в 1,5 раза; на 8 лет — 1,9 раза.

Особое негативное влияние на формирование пенсионных обязательств оказывают неформальная занятость или «серые зарплаты». По данным исследований ученых РАНХиГС, которые исследования ведут с 2001 года, в настоящее время примерно каждый девятый россиянин (11,9%) занят только на теневом рынке труда. В целом же доля трудоспособного населения, которое использует теневые схемы трудоустройства достигает 41%. Это около 22,5 млн. экономически активных граждан РФ. По подсчетам специалистов, в этом случае неуплата страховых взносов оценивается на сумму в 311 миллиардов рублей. Данная ситуация имеет отрицательное влияние для бюджета России, так как происходит существенное снижение налогооблагаемой базы. Это отражается не только на бюджете страны, но и на самих участниках неформальных взаимоотношений, выражаясь в полной незащищенности их трудовых прав. В подобной ситуации происходит снижение коэффициента замещения пенсией утраченного заработка, возникает необходимость роста страховых взносов или трансфертов из федерального бюджета. Сегодня коэффициент замещения заработка трудовой пенсией по старости составляет в среднем по стране 36,2%. При сохранении нынешних правил в пенсионной системе к 2030 году он упадет до 25%, к 2040 году будет еще меньше. [2]

Для сравнения рассмотрим показатели коэффициента замещения в странах с развитой рыночной экономикой (таблица 1).

Согласно введенной реформе 2015 года существенно изменились права на пенсию, порядок её начисления и исчисления трудового стажа: право на пенсионное обеспечение будет давать индивидуальный пенсионный коэффициент (ИПК) величина которого зависит от стажа, заработной платы и возраста выхода на пенсию.

Страховая пенсия по старости рассчитывается по формуле [3]:

СТРАХОВАЯ ПЕНСИЯ = СУММА ПЕНСИОННЫХ БАЛЛОВ * СТОИМОСТЬ ПЕНСИОННОГО БАЛЛА (В ГОДУ НАЗНАЧЕНИЯ ПЕНСИИ) + ФИКСИРОВАННАЯ ВЫПЛАТА

или

$СП = ИПК * СИПК + ФВ$, где:

СП — страховая пенсия;

ИПК — сумма всех пенсионных баллов, начисленных на дату назначения гражданину страховой пенсии;

СИПК — стоимость пенсионного балла в году назначения страховой пенсии. В 2015 году = 71,41 руб. Ежегодно индексируется государством.

ФВ — фиксированная выплата. На 1 февраля 2015 года = 4383,59 руб. Ежегодно индексируется государством.

Таким образом, расчет страховой пенсии в 2015 году осуществляется по формуле:

Таблица 1. Коэффициенты замещения (среднемесячная пенсия в % к среднемесячному заработку) в странах с развитой рыночной экономикой, 2014 г.

Страна	Коэффициент замещения в 2014 г., %
США	58
Германия	56
Франция	69
Великобритания	50
Испания	69

Таблица 2. Численность пенсионеров на период с 2010 г. по 2020 г., тыс. чел. [4]

Годы	Всего пенсионеров	Пенсионеры, получающие трудовые пенсии	В том числе пенсионеры, получающие пенсии		
			по старости	по инвалидности	по потере кормильца
2010	39483,4	37859	32662,7	3969,5	1227,6
2015	42108,1	40521	35012,1	4109,1	1400,5
2020	43333,3	41788	36452,2	4350,9	985,2

$$СП = ИПК * 71,41 + 4383,59$$

Исходя из вышеизложенных моментов пенсионной реформы 2015 года можно сделать следующие выводы:

- выросли требования по минимальному стажу для назначения пенсии – 15 лет;
- государство берёт на себя ответственность только за страховую часть пенсии;
- при недостатке стажа и пенсионных коэффициентов оформить пенсию гражданин сможет на 5 лет позже установленного законом срока.

Рассмотрим прогноз численности пенсионеров до 2020 г., который был разработан Управлением актуарных расчетов на основе долгосрочного демографического прогноза (таблица 2). Исходя из него видно, что увеличение численности пенсионеров сохранится на весь рассматриваемый период, что наряду с тенденцией систематического снижения численности населения приведет к значительному увеличению нагрузки пенсионной системы на население.

Из анализа таблицы 2 следует, что к концу рассматриваемого периода численность пенсионеров возрастет до 43,3 млн. чел. Следует отметить, что рост численности пенсионеров будет происходить по большей части за счет получателей пенсий по старости, ежегодный прирост которых будет составлять 1–2%.

Литература:

1. Федеральный закон «О дополнительных страховых взносах на накопительную часть трудовой пенсии и государственной поддержке формирования пенсионных накоплений» от 30.04.2008 N 56-ФЗ (ред. от 12.03.2014).
2. Базитова, Т. Н., Сираева Р. Р. На пути совершенствования пенсионной системы [Электронный ресурс]//Режим доступа: <http://novainfo.ru/archive/30/sovershenstvovanie-pensionnoy-sistemy>
3. Пенсионный Фонд России [Электронный ресурс]//Режим доступа: http://www.pfrf.ru/grazdanam/pensions/kak_form_bud_pens/
4. Соловьёв, А. К. Экономика пенсионного страхования: учеб. Пособие для вузов – М.:ЮНИТИ-ДАНА,2006, с. 36.

На данный момент система пенсионного обеспечения имеет большое число острых проблем, которые требуют скорейшего решения. Существующая в настоящее время система является не самой лучшей для экономики страны и в то же время не может обеспечить даже минимальных потребностей внушительных по численности слоев населения, охваченных пенсионным обеспечением.

С высокой степенью вероятности можно спрогнозировать тот факт, что последствия экономического кризиса, негативная демографическая ситуация в России в ближайшие годы потребует огромных усилий государства по обеспечению функционирования различных систем пенсионного обеспечения.

Нормативно-правовое обеспечение пенсий в РФ имеет очень сложную структуру, но, к сожалению, не совсем эффективную, и еще достаточно много времени потребуется, чтобы усовершенствовать данную систему, сбалансировать её, заставить работать.

Одной из важнейших составляющих последующих работ по совершенствованию пенсионной реформы России должна стать комплексная разработка перспектив развития обязательного накопительного пенсионного страхования и негосударственного пенсионного обеспечения наряду с совместным решением других вопросов развития пенсионной системы.

Внешнеторговые приоритеты Российской Федерации

Тетерин Юрий Александрович, студент
Сибирский федеральный университет

Сегодня, когда различные внешнеполитические и внешнеэкономические угрозы оказывают все более негативное воздействие на национальную экономику России, создаются предпосылки для всё большей дезинтеграции России с крупнейшими экономиками мира, которые в той или иной степени заинтересованы в эскалации санкций и нарастании кризисных для России явлений. Важным аспектом обеспечения экономической безопасности государства, особенно в современных условиях, является оптимизация и возможная переориентация внешнеторговых отношений государства на партнеров, которые более привлекательны с экономической точки зрения, и, что более важно, «экономически безопасны», т.е. партнеры, которые ориентируются на развитие взаимовыгодных отношений, а не на интересы группы стран, которые стремятся изменить имеющийся геополитический порядок.

В соответствии с Федеральным законом от 08.12.2003 г. № 164-ФЗ «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности» внешнеторговую деятельность определяется как деятельность по осуществлению сделок в области внешней торговли товарами, услугами, информацией и интеллектуальной собственностью [1]. Из этого следует, что в общем случае внешнеторговые отношения в целом можно определить как отношения экспорта и импорта между государствами. При этом важно понимать, что внешнеторговые отношения Российской Федерации с ее партнерами строятся на основе проводимой экономической политики в РФ и политики «экономической безопасности» государства. Целью торговой политики Российской Федерации является создание благоприятных условий для российских экспортеров, импортеров, производителей и потребителей товаров и услуг [1].

Рассмотрим структуру внешней торговли Российской Федерации по группам стран за последние 2 года (Таблица 1). Нужно отметить, одни и те же страны могут состоять в двух и более группах (как например ЕС и ОЭСР), оттого результаты расчетов во многом дублируются. Как видим, крупнейшими потребителями российского экспорта в 2014 г. стали следующие группы стран: ОЭСР (63,3%), ЕС (52,0%), АТЭС (21,5%). Крупнейшими импортерами в РФ стали: ОЭСР (58,7%), ЕС (41,3%), АТЭС (36,5%).

Таким образом, в силу большего масштаба внешнеторговых отношений (нивелирование долей СНГ, ЕВРАЗЭС, ОПЕК, ТС) и во избежание дублирования отдельных стран в плане их внешнеторгового сотрудничества с РФ (ОЭСР и ЕС) выделим две группы стран – ОЭСР и АТЭС. Данные группы в 2014 г. в импортном и экспортном аспекте внешнеторговых отношений с РФ составляют порядка 85%. Однако, стоит отметить, что и в данных группировках

имеет определенная степень дублирования стран-участников торговых отношений (Австралия, США, Япония, Канада, Южная Корея). При этом, делая условное разделение на азиатское и западноевропейское направление, стоит учитывать факт того, что в 2014 году в импортном отношении, ЕС определяет объемы ОЭСР более чем на 70%, в экспортном – на 81%. Таким образом, сравнивая внешнеторговые показатели РФ обозначим азиатский вектор развития внешнеторговых отношений – через страны АТЭС, западно-европейский – через ОЭСР.

Сегодня, становится очевидным, что государство стремится осуществить так называемый «разворот на восток», т.е. переориентировать национальную экономику на азиатские рынки (главным образом на Китай), которые рассматриваются как ключевое направление экономического развития в аспекте внешнеторгового сотрудничества. Однако, в условиях непрекращающихся кризисных явлений, данное направление развития для России можно охарактеризовать как «вынужденное», хотя в целом, сложно усомниться в его дальнейшей перспективности. Данное предположение подтверждает структура внешней торговли Российской Федерации в разрезе стран АТЭС и ОЭСР (рис. 1).

На основании данных динамики экспорта России можно утверждать, что, несомненно, потоки национального экспорта в страны Азии велики, и в целом, доля стран АТЭС в стоимостной структуре экспорта устойчиво росла в рассматриваемом периоде (за исключением кризиса 2008–2009 гг.), что говорит о перспективности внешнеторговых связей России с АТЭС. Однако, сегодня нет серьезных оснований для того, чтобы азиатский рынок стал главной экспортной артерией национальной экономики. Доказательством этому служит факт того, что хоть в структуре экспорта РФ доля стран АТЭС демонстрирует положительную динамику, однако, занимает долю лишь в 18,9% в 2013 г. и 21,5% в 2014 г., что значительно меньше, чем доля стран ОЭСР (64,5% в 2013 г. и 63,6% в 2014 г.). Учитывая тот факт, что федеральный бюджет, бюджеты субъектов РФ и экономика в целом во многом зависят от поступления доходов от экспорта сырья, переориентация сугубо на гораздо менее емкое азиатское направление экспорта, не имеет экономических оснований для того, чтобы стать эффективной с точки зрения экономического развития России. Таким образом, в аспекте экспортных отношений, страны ОЭСР – это потребители львиной доли отечественного экспорта, в свою очередь АТЭС – это быстрорастущий и перспективный рынок, экономические связи с которым, несомненно, нужно интенсивно развивать, при этом, «разворот» России в современных условиях, когда экономика очень слабо

Таблица 1. Структура внешней торговли Российской Федерации по группам стран [2]

Группа стран	Год 2013		Год 2014		Год 2014 в % к 2013
	Стоимость млн. долл.	Удельный вес в % к итогу	Стоимость млн. долл.	Удельный вес в % к итогу	
Всего					
Экспорт	525976,3	100,00	497833,7	100,00	94,6
Импорт	315297,5	100,00	286669,1	100,00	90,9
Сальдо	+ 210678,8	-	+ 211164,6	-	-
СНГ					
Экспорт	73940,0	14,1	63984,0	12,9	86,5
Импорт	38987,9	12,4	32805,5	11,4	84,1
Сальдо	+ 34952,1	-	+ 31178,5	-	-
ЕВРАЗЭС					
Экспорт	40764,1	7,8	36697,8	7,4	90,0
Импорт	20391,9	6,5	19823,8	6,9	97,2
Сальдо	+ 20372,1	-	+ 16874,0	-	-
ОЭСР					
Экспорт	339140,8	64,5	316707,4	63,6	93,4
Импорт	187705,1	59,5	168208,7	58,7	89,6
Сальдо	+ 151435,7	-	+ 148498,7	-	-
ЕС					
Экспорт	282237,9	53,7	259051,7	52,0	91,8
Импорт	134278,0	42,6	118486,9	41,3	88,2
Сальдо	+ 147959,9	-	+ 140564,7	-	-
ОПЕК					
Экспорт	9451,9	1,8	8723,2	1,8	92,3
Импорт	2496,8	0,8	2186,3	0,8	87,6
Сальдо	+ 6955,1	-	+ 6536,9	-	-
АТЭС					
Экспорт	99264,5	18,9	107120,5	21,5	107,9
Импорт	109058,7	34,6	103908,1	36,2	95,3
Сальдо	-9794,2	-	3212,4	-	-
ТС					
Экспорт	38010,4	7,2	34063,7	6,8	89,6
Импорт	20243,9	6,4	19712,6	6,9	97,4
Сальдо	17766,5	-	14351,1	-	-

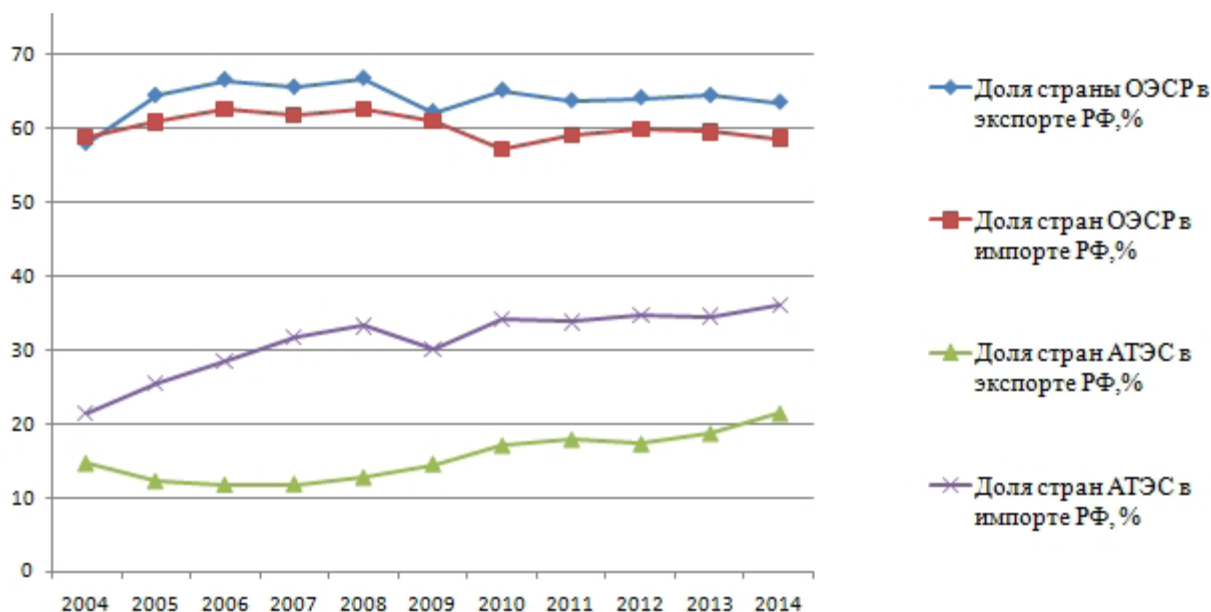


Рис. 1. Динамика доли стран ОЭСР и АТЭС в экспорте/импорте Российской Федерации

диверсифицирована, не принесет положительных экономических эффектов. Однако стоит учесть также тот факт, что сегодня, в условиях санкций, экономические отношения с ОЭСР весьма политизированы, и экономические связи с западными странами могут быть сохранены только при соблюдении принципа экономической целесообразности. В общем, весь национальный экспорт должен быть построен на вышеприведенном принципе, в независимости от регионального аспекта.

Анализ динамики структуры импорта (долей ОЭСР и АТЭС) показывает, что объемы импорта из стран АТЭС с каждым годом наращивают свою долю в структуре импортных потоков в РФ, в то время как объемы ОЭСР находятся в состоянии «торговой рецессии», так доля стран ОЭСР в 2013 г. составляет 59,5 %, а в 2014 г. долю 58,7 %, в то время как доля стран АТЭС 34,6 и 36,2 % соответственно. При этом, стоит отметить, что еще в 2004 г. доля стран АТЭС была немногим больше 20 %. Таким образом, общая тенденция развития внешнеторговых отношений России — сохранение преобладающей доли стран ОЭСР с наметившейся тенденцией её уменьшения и возрастание доли АТЭС, как в экспорте, так и в импорте.

В условиях наметившейся евразийской интеграции в России начинает наблюдаться пересмотр внешнеторговой, промышленной и инвестиционной политики регионов. В частности, можно отметить активизацию регионов Сибири по формированию концептуальных программ, в основе которых заложен процесс встраивания региональных экономик в реализацию глобального мегапроекта «Новый шелковый путь», инициированного Китайской Народной Республикой. По мнению многих экспертов, участие в данном проекте предоставит возможность странам и регионам обеспечивать приток инвестиций (в т.ч. инфраструктурных), активизацию производства и интенсификацию внешней торговли с азиатскими странами [3].

Следовательно, в современных условиях в аспекте развития внешнеторговых отношений приоритетом России

приоритетом является оптимизация импортных потоков с точки зрения их экономической привлекательности и уменьшения стоимости совокупного национального импорта, а также выстраивание нового азиатского комплекса национального экспорта. Однако, одно лишь соблюдение данного приоритета не позволит экономике России выйти на новый уровень развития, поэтому в качестве факторов, способных оказать положительное влияние на внешне-торговую сферу России, можно выделить:

— диверсификация национального производства, в т.ч. избавление от сырьевой парадигмы его развития, и, следовательно, диверсификация национального экспорта (уменьшение доли его сырьевой составляющей);

— значительное увеличение объемов экспорта продукции с высокой долей добавленной стоимости;

— увеличение конкурентоспособности экспортной продукции на внешних рынках;

— создание инновационных производств и переход уже имеющихся производственных мощностей на новейшие технологические уклады, что, повысит объемы выпускаемой (в т.ч. и экспортируемой) инновационной продукции;

— разработка государственной программы стимулирования экспорта (ориентация на экспорт товаров с высокой долей добавленной стоимости);

— выстраивание взаимосвязи экспортеров РФ с потребителями из других стран;

— выстраивание качественной новой системы страхования от политических, коммерческих и иных рисков экспортеров;

— повышение конкурентоспособности российской продукции на внутреннем рынке и удовлетворение внутреннего потребительского спроса за счет отечественных товаров;

— разработка государственной программы стимулирования экспорта (ориентация на экспорт товаров с высокой долей добавленной стоимости);

— устранение экспортно-импортных государственных ограничений.

Литература:

1. Федеральный закон от 8 декабря 2003 г. N 164-ФЗ «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://base.garant.ru/58164336/#help>
2. Федеральная таможенная служба (таможенная статистика внешней торговли) [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://stat.customs.ru/apex/f?p=201:7:761547412523626::NO>:
3. Руйга, И. Р., Пиманов Ю. В., Анисимов П. Е., Богомолов В. А., Веккесер Э. К., Васильев А. В. Формирование «Шелкового меридиана Сибири» в условиях реализации глобального мегапроекта Нового шелкового пути // Экономика и предпринимательство. — 2015. — № 11–1 (64–1). — с. 186–194.

Всемирная таможенная организация в системе международного таможенного администрирования

Хомченко Татьяна Эдуардовна, студент
Московский гуманитарный институт имени Е. Р. Дашковой

Одной из важных особенностей современного мира является постоянный рост процесса глобализации. В таких условиях ни одно государство не может развиваться в состоянии изоляции. Международное сотрудничество является одним из главных факторов развития государств в различных сферах отношений. В деятельности человека есть сферы, которые нуждаются в выходе из рамок суверенитета конкретного государства и регулировании на международном уровне. К ним в первую очередь относятся таможенное дело и международная торговля [2, с. 193].

Постоянно развивающееся сотрудничество в области таможенного дела привело к необходимости создания Всемирной таможенной организации (ВТамО). История создания ВТамО берет начало в 1952 году, когда вступила в силу конвенция о создании Совета таможенного сотрудничества (СТС) [1]. Первое заседание СТС состоялось 26 января 1953 года в Брюсселе. В это время членами организации являлись семнадцать европейских государств. С ростом членского состава организации было изменено ее название. В 1994 году СТС был переименован во Всемирную таможенную организацию. Целью изменения названия являлось отражение глобального характера и постоянно растущего международного значения этой организации [3, с. 96]. На сегодняшний день 180 стран мира являются членами ВТамО. Путем развития правильной и спрогнозированной таможенной среды ВТамО оказывает поддержку национальному экономическому благосостоянию и защите своих членов, что приводит к расцвету международной торговли.

В настоящее время перед Всемирной таможенной организацией стоят следующие задачи:

1. содействие безопасности и упрощению процедур международной торговли, включая упрощение, гармонизацию таможенных процедур. Данная организация проводит работу со своими участниками в целях обеспечения укрепления и роста экономической конкурентоспособности стран-участниц. Безопасность и упрощение процедур торговли является одним из ключевых факторов, влияющих на темпы развития национальной экономики, и декларируется государствами как одно из основных направлений национальной политики для достижения процветания, богатства, сокращению бедности и экономического развития стран и их населения. Кроме того, ВТамО является форумом для разработки документов и развития инструментов по упрощению таможенных процедур.

2. Содействие установлению справедливых, эффективных и оправданных таможенных платежей. Приоритетным направлением деятельности для многих тамо-

женных администраций остается сбор пошлин, особенно в странах, где существенная часть поступлений в государственный бюджет получена от уплаты таможенных пошлин. Современные таможенные администрации должны применять соответствующий набор инструментов, разработанных ВТамО и другими международными организациями, в целях обеспечения справедливого, эффективного сбора таможенных платежей.

3. Защита и охрана общества, его здоровья и безопасности. Соответствие таможенной границы условиям эффективности и результативности, является определяющим фактором соблюдения законов и правил, достижения безопасности общества, роста конкурентоспособности экономики стран-участниц, увеличения международной торговли и развития мирового рынка. Организация продолжит разрабатывать и поддерживать стандарты и принципы в отношении защиты общества. Обмен правоохранительной информацией имеет решающее значение для исполнения стратегии. В рамках деятельности производится обмен информацией между таможенными органами стран-участниц, координация оперативной деятельности заинтересованных таможенных администраций.

4. Укрепление организационного потенциала. Действенные и эффективные таможенные органы являются неотъемлемой частью для экономического, социального развития и безопасности государств. ВТамО играет центральную роль в разработке, продвижении и поддержке современных таможенных стандартов, процедур, систем. Является мировым лидером в области предоставления технической базы для строительства, укрепления таможенного потенциала.

5. Содействие обмену информацией между всеми заинтересованными сторонами. ВТамО является форумом для международного сотрудничества и предоставляет возможность налаживать контакты, делиться информацией, практическим опытом между таможенными администрациями-членами, международными организациями и другими заинтересованными лицами.

6. Повышение профессионального уровня и производительности таможи. Цели организации и всего международного Таможенного сообщества достигаются путем сотрудничества, диалога, установления партнерских отношений между правительствами, различными международными и региональными организациями.

7. Проведение исследований и их анализ. ВТамО проводит аналитические исследования широкого круга тем, касающихся работы таможенных учреждений и международной торговли, используя большой набор опробованных методов. Целью исследований является по-

вышение уровня квалификации, профессиональной культуры, базы знаний участвующих сторон [6].

ВТамО стремится к созданию и развитию современных эффективных многофункциональных таможенных служб во всех странах мира. Кроме того, данная организация занимается разработкой и распространением единых правил торговли, унификацией и совершенствованием таможенного законодательства, облегчением перемещения товаров и пассажиров через таможенные границы, усовершенствованием таможенных технологий и модернизацией таможенных администраций.

Содействие гармонизации таможенной системы и таможенных законодательств, модернизации таможенных служб представляют существенное значение. ВТамО как межправительственная организация стремится к росту эффективности деятельности таможенных служб и убеждена, что вклад инвестиций в таможенное дело — значит вложение инвестиций в международную торговлю [7].

Как международная организация ВТамО является центром обсуждения передового опыта, который играет ведущую роль в вопросах развития таможенных служб на международном уровне. Также ВТамО берет на себя функции консультанта таможенных администраций по всему миру по вопросам управления и методам повышения их потенциала для осуществления эффективного и действенного пограничного контроля. Также данная организация занимается вопросами стандартизации и согласования таможенных процедур в целях упрощения законной торговли и пресечения незаконных операций и деятельности, а также созданием единой унифицированной номенклатуры для классификации товаров в таможенных тарифах.

Модернизация производства и систем доставки, а также расширение электронной торговли сделали экономическое развитие сильно зависимым от быстроты и простоты процедур таможенного оформления. Следовательно, улучшение эффективности и гармонизация таможенных процедур на мировом уровне стали неотъемлемой частью процесса содействия торговле. Принятие международных стандартов приводит к упрощению и гармонизации. Поэтому ВТамО продолжает обеспечивать гармонизацию и стандартизацию процедур таможенного оформления.

Инструменты и передовой опыт ВТамО признаны в качестве основы для работы современных таможенных служб. Эта организация является международно-признанным глобальным центром таможенной экспертизы и играет лидирующую роль в обсуждении, развитии и совершенствовании техники таможенного дела и таможенного законодательства. ВТамО рекомендует таможенным администрациям внедрять или более активно применять системы анализа и управления рисками и другие современные инструменты, призванные упростить принципы международной торговли, при проведении процедур таможенного контроля, что позволит повысить их эффек-

тивность и одновременно с этим будет способствовать повышению товарооборота. В частности, организация призывает таможенные администрации применять методы контроля в объеме, пропорциональном количеству перемещаемых товаров, что позволит избежать излишнего административного давления на законопослушных участников внешнеэкономической деятельности. Таким образом, национальные администрации должны сосредоточить свое внимание на преступлениях, связанных с нарушением таможенных правил, таких как контрабанда, контрафакт, занижение таможенной стоимости, указание неверной страны происхождения товара, а также деятельность, представляющая угрозу общественной безопасности, а не становиться инструментом решения задач, обусловленных политикой протекционизма. Также ВТамО помогает национальным таможенным администрациям повысить уровень информационного обмена, что также способствует упрощению международной торговли [5, с.161].

Все эти задачи невозможно выполнить без соответствующего законодательства, поэтому для ВТамО деятельность по сближению и развитию права в области таможенного дела является приоритетным направлением деятельности.

Всемирная таможенная организация является главной организацией в области таможенного дела, благодаря деятельности которой созданы общепризнанные в международных таможенных отношениях нормы и стандарты. Нормативно-правовые основы всех возможных видов деятельности ВТамО закреплены в тексте Конвенции о создании Совета таможенного сотрудничества. Эта организация занимается подготовкой проектов конвенций и поправок к конвенциям, а также вынесением рекомендаций относительно их принятия, разработкой рекомендаций, обеспечивающих единообразное толкование и применение конвенций.

Вместе с тем нормотворческая деятельность ВТамО не ограничивается подготовкой лишь проектов конвенций и поправок к ним. Не менее важной ее составляющей является также разработка проектов международных договоров в таможенной сфере, принятие резолюций.

В настоящее время считается общепризнанным, что унификация национальных таможенно-правовых систем создает благоприятные условия для расширения международного экономического сотрудничества. Унификация в области таможенного регулирования предполагает координацию основных направлений таможенной политики и наличие соответствующих нормативных актов различных государств, выработку общих международных принципов, стандартов и норм таможенного регулирования на основе международного права и межправительственных договоров. Сближение национальных правовых систем в области таможенного дела — это один из способов достижения главной цели ВТамО — сближения таможенных систем государств-членов организации [4, с 50].

На сегодняшний день ВТамО является главной международной организацией в области таможенного дела, но все же и она нуждается в совершенствовании. В связи с этим хотелось бы указать какие существуют перспективы развития у данной организации. В первую очередь, – это расширение организации. Во-вторых, ВТамО должна больше внимания уделять проблемным регионам. Ведь благодаря деятельности организации возможно улучшение экономического состояния некоторых стран. В-третьих, организация будет разрабатывать и усовершенствовать технологии, применяемые в таможенном деле. Сейчас именно благодаря электронному декларированию таможенное оформление требует намного меньше времени, а благодаря техническим средствам таможенного контроля таможня может бороться с контрабандой. Но все технологии требуют усовершенствования. В-четвертых, усовершенствование нормотворческой деятельности ВТамО. Для национальных таможенных ведомств, как и для осуществления внутригосударственного нормативно-правового регулирования таможенной деятельности, нормотворческая деятельность ВТамО будет и в дальнейшем иметь важное, основополагающее значение. ВТамО должна прилагать максимальные усилия для согласованного и равномерного внедрения в жизнь

норм и стандартов в области таможенного дела. Дальнейшее усовершенствование законодательства в данной области желательны и необходимы, поскольку остается еще много нерешенных проблем, тормозящих развитие нормотворческой деятельности ВТамО и внедрения разработанных данной организацией правил правового регулирования таможенной деятельности в жизнь. Также в настоящее время перспектива развития ВТамО реализуется в возможностях ее трансформации в объект инновационного совершенствования человечества [2, с. 194].

Таким образом, создание ВТамО является результатом закономерных процессов, протекающих во всемирном торгово-экономическом развитии. Потребность в создании специальной международной организации, ответственной за разработку и распространение международных таможенных норм, направленных на упрощение и унификацию таможенных процедур, в том числе постоянной институциональной основы международного таможенного сотрудничества, в конечном счете, сделало необходимым создание международной организации на всемирном уровне – Всемирной Таможенной Организации. ВТамО, определяя новые концепции, новые подходы и технологии, более эффективно реализует свое назначение в среде с неопределяемыми заранее изменениями.

Литература:

1. Конвенция о создании Совета таможенного сотрудничества» (Вместе с «Правоспособностью, привилегиями и иммунитетами Совета»)(Заключена в г. Брюсселе 15.12.1950) // СПС КонсультантПлюс
2. Алиев, В. Р. Процесс создания, история развития, основные цели и задачи Всемирной таможенной организации // Научный вестник института международных отношений НАУ: экономика, право, политология № 1 (2013). – Киев: НАУ, 2013. – 192–196 с.
3. Ануфриева, Л. И., Рыбак С. В. Международное таможенное сотрудничество: Учебное пособие. – СПб.: Троицкий мост, 2014. – 384 с.
4. Перепелкин, С. М. Нормотворческая деятельность всемирной таможенной организации // Академический вестник Ростовского филиала Российской таможенной академии № 2 (15). – Ростов-на-Дону: «Российская таможенная академия», 2013. – 49–52 с.
5. Халапян, Е. В. Всемирная таможенная организация на современном этапе // Международно-правовые чтения. – Воронеж: Воронежский государственный университет, 2014. – 158–164 с.
6. Официальный сайт Всемирной таможенной организации – URL: www.wcoomd.org
7. Партнерство в сфере таможенных академических исследований и развития (PICARD) – URL: www.picard.spb.ru

Государственная поддержка малого и среднего бизнеса: недостатки и механизмы

Царев Владислав Евгеньевич, студент;
Вершина Дарья Андреевна, студент
Дальневосточный федеральный университет

В данной исследовательской работе показаны недостатки политики государственной поддержки в отношении малого бизнеса, представлены элементы механизма регулирования государственной поддержки и основные существующие механизмы государственной поддержки малого и среднего предпринимательства в современных условиях в России и на Дальнем Востоке.

Ключевые слова: экономическая теория, предпринимательство, коммерция, малый бизнес, государственная поддержка, регулирование.

Наиболее значимая проблема развития современного малого бизнеса проявляется в формировании и эффективном применении на практике механизмов государственной поддержки. Количество малых предприятий в России возрастает в последнее время. Следовательно, данные предприятия становятся неотъемлемым элементом рыночной системы хозяйствования, непосредственно влияя на создание максимально продуктивной конкурентной экономики, которая в последствии должна обеспечить высокий уровень и качество жизни населения. [1, с. 64] В настоящее время особенно необходима разработка действенного механизма управления малым бизнесом в России, учитывающая опыт зарубежных стран с развитой системой регулирования малого предпринимательства.

Роль малого и среднего предпринимательства в современной экономике России

С момента установления в Российской Федерации рыночных отношений роль малого и среднего предпринимательства значительно возросла. Стремительными темпами наращивается число средних и малых предприятий в стране, о чём свидетельствует следующая таблица [1]

Вместе с тем следует отметить недостаточную роль малого бизнеса в российской экономике, о чем говорят официальные данные государственной статистики. Так, доля занятого населения в малом бизнесе в 2012 г. составляла 5562,9 тыс. чел., что соответствует 7,37% численности экономически активного населения России.

В экономике зарубежных стран малый бизнес обеспечивает занятостью от 40 до 80% трудоспособного на-

селения. Если в США одно малое предприятие приходится на каждые 12 человек населения страны, в Японии на каждые 18 человек, то в России — только на 60 человек. [8, с. 140]

Недостатки государственной системы поддержки малого и среднего предпринимательства

Основными недостатками государственной системы поддержки малого и среднего предпринимательства являются:

1. Несовершенство нормативной правовой базы государственную поддержку малого предпринимательства;
2. Нестабильность и недостаточность финансирования мероприятий по поддержке малого предпринимательства на федеральном, региональном и муниципальном уровнях;
3. Недостаточное развитие объектов государственной и муниципальной инфраструктуры поддержки малого предпринимательства;
4. Высокая налоговая нагрузка на предприятия малого и среднего бизнеса и административные барьеры;
5. Недостаточная информационная помощь,
6. Отсутствие комплексного анализа потребностей малых предприятий и мониторинга результатов тех предприятий, которые получили поддержку;
7. Отсутствие четкой разработки мер стимулирования инвестиций в малом бизнесе.

Существующие экономические сложности ведения бизнеса и возникающие проблемы развития малого и среднего предпринимательства показывают низкую резуль-

Таблица 1. Общее число средних и малых предприятий в России в период 2013–2014 гг.

	2013 год	2014 год
Количество средних предприятий	25170 100%	25734 102,24%
Количество малых предприятий	1240520 100%	1415186 114,08%

Данные взяты с официального сайта Федеральной службы государственной статистики (<http://www.gks.ru>) [1]

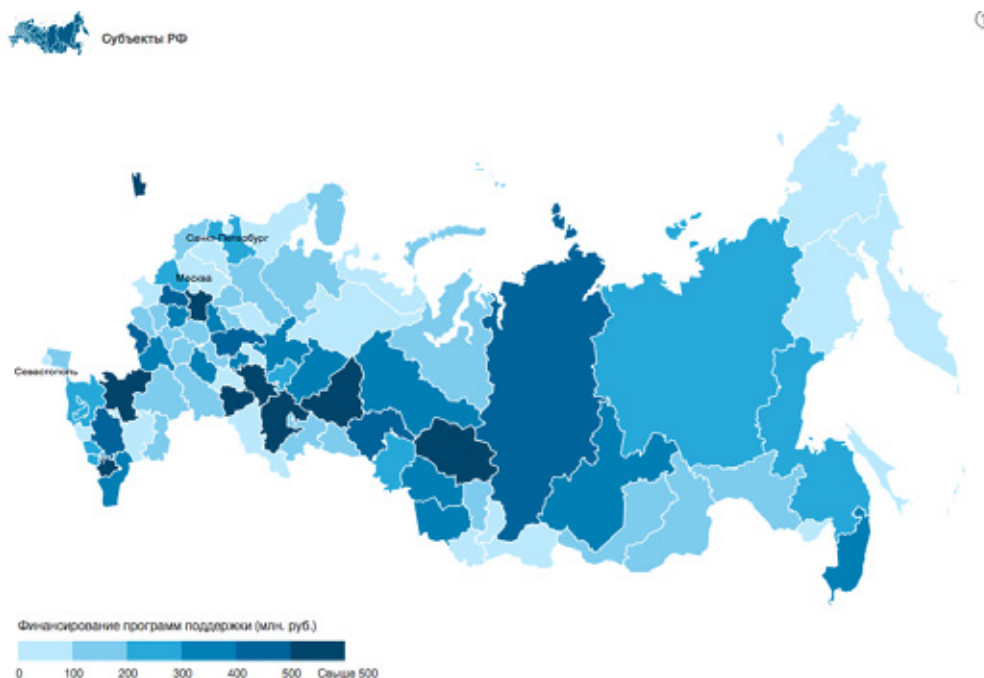


Рис. 1. Карта развития малого и среднего предпринимательства. Финансирование программ поддержки (млн. руб.).
 Данные взяты с официального сайта Федерального портала малого и среднего предпринимательства (<http://smb.gov.ru>) [1]

тативность поддержки со стороны государства [6, с. 796]. Возникает необходимость формирования новых, расширения и улучшения существующих механизмов государственной поддержки малого и среднего бизнеса. Данные механизмы позволят максимально продуктивно использовать социально-экономические ресурсы и возможности субъектов предпринимательства и таким образом рентабельно исчерпывать бюджетные ресурсы. [4, с. 88–89]

На рисунке 1 отображена карта финансирования программ поддержки малого и среднего предпринимательства по регионам (Рис. 1) [1].

Проведя анализ, можно сделать вывод, что наиболее финансируемыми являются такие федеральные округа, как Сибирский, Уральский, Приволжский, Центральный и Южный. Что касается показателей Дальневосточного федерального округа – они довольно низкие, по сравнению с другими округами. Наиболее финансируемым в ДФО является Приморский край. Хотелось бы обратить

внимание на показатели, которые отводятся для Приморского края [1].

Проанализировав таблицу, можно сделать вывод, что финансирование программ поддержки малого и среднего предпринимательства в Приморском крае увеличивается. При этом, выделенные государственные субсидии из федерального и регионального бюджетов используются предприятиями в полной мере.

Направления государственной поддержки малого и среднего предпринимательства

Для того, чтобы построить какой-либо механизм регулирования, необходимо рассмотреть всего его элементы отдельно друг от друга, а затем, связать их в единое целое. На наш взгляд, общая схема образования любого механизма регулирования должна включать следующие основные элементы.

Таблица 2. Финансирование программ поддержки малого и среднего предпринимательства в Приморском крае за 2013–2014 гг.

Источник финансирования программ поддержки	2013 год	2014 год
Из федерального бюджета (тыс. руб.)	256922 (израсходовано 0)	261337 (израсходовано 243080)
Из бюджета субъектов РФ (тыс. руб.)	64231 (израсходовано 27704)	65334 (израсходовано 42258)

Данные взяты с официального сайта Федерального портала малого и среднего предпринимательства (<http://smb.gov.ru>) [1].

а) субъект управления (органы национального управления в сфере содействия и поддержки малого предпринимательства);

б) цель — направлена на достижение результатов практического действия определенного механизма путём использования различных видов государственной поддержки. Например, нормативно-правовая или финансово-кредитная поддержки;

в) совокупность ресурсов — предназначены для достижения поставленных целей;

г) объекты воздействия — любые хозяйствующие субъекты; в данном случае — малые и средние предприятия, которые претендуют на обретение государственной поддержки в различных её проявлениях.

На сегодняшний день, существуют следующие направления государственной поддержки развития малого и среднего предпринимательства: [2, с. 159]

— комплекс институциональных госструктур, отвечающих за развитие малого и среднего предпринимательства, гарантирующих осуществление государственной политики в данной области и исполняющих различные формы и методы управления в сфере малого и среднего бизнеса.

— нормативно-правовое регулирование развития малого и среднего предпринимательства в виде нормативно-правовых актов.

— совокупность государственных инфраструктур, содействующих малому и среднему предпринимательству, которые охватывают промышленные и непромышленные организации, созданные при помощи государства и без нее, работа которых направлена на максимизацию эффективности внедрения и эксплуатации на практике основных механизмов государственной поддержки развития малого и среднего предпринимательства. [2, с. 159–160]

В настоящее время, малый и средний бизнес является рискованной экономической деятельностью ввиду недостаточной ресурсной обеспеченности [3, с. 259]. Для решения данной проблемы существуют следующие направления государственной поддержки развития малого и среднего предпринимательства такие, как:

— системы кредитования малого и среднего бизнеса;

— функционирования финансовых образований и поручительских фондов, а также ресурсов венчурного субсидирования, направленных на развитие малого и среднего бизнеса.

— внедрением пакета материальной помощи, со стороны ОАО «Российский банк поддержки малого и среднего предпринимательства».

— создание нормативно-правовой базы, обеспечивающей поддержку малого и среднего предпринимательства путем кредитования [3, с. 259–260].

Сотрудничества РФ с иностранными государствами в сфере малого и среднего предпринимательства

Главной целью государственного регулирования в сфере малого бизнеса является материальное обеспе-

чение региональной политики поддержки малого и среднего бизнеса в стране. Для достижения этой цели существует направление развития сотрудничества Российской Федерации в сфере малого и среднего предпринимательства с иностранными государствами, включающее в себя: [5, с. 141]

— Совещательный орган по содействию и совершенствованию малого и среднего бизнеса в странах, состоящих в Содружестве Независимых Государств (СНГ).

— Функционирующее объединение для сбора рекомендаций по согласованному ведению и написанию нормативно-правовых актов между союзными странами Республики Беларусь и Российской Федерации в направлении малого и среднего предпринимательства, а также образованию удобной обстановки для ведения и расширения влияния малого и среднего предпринимательства.

— Совещательный комитет, рассматривающий направления малого и среднего бизнеса совместно с Коллегией Евразийской экономической комиссии.

— Функционирующее объединение по малому и среднему бизнесу, рассматривающее вопросы сотрудничества Федерального Собрания РФ и Национального Собрания Республики Армения, а также Российско-Финляндской Межгосударственной правительственной комиссии, Смешанной австрийско-российской Комиссии и Российско-итальянским функционирующим объединением [5, с. 141–142].

Концепция развития малого и среднего предпринимательства, которая была обсуждена 15.10.2015 года Министерством Экономического развития РФ до 2030 года, включает задачи, касающиеся улучшения доступности финансирования, создания рыночных ниш для предпринимательства, расширения коопераций, активизации технологического усовершенствования, обеспечения упрощенной налоговой политики и политики по социальному страхованию, обеспечения надежного государственного управления, совершенствования инфраструктуры поддержки, повышения высококвалифицированной кадровой базы в сфере малого и среднего предпринимательства, распространения положительной информации о ведении бизнеса и улучшения системы господдержки.

Группы механизмов государственной поддержки малого и среднего предпринимательства

В настоящее время существует множество подходов к изучению основных механизмов государственной поддержки. Согласно одному из них, можно выделить несколько групп механизмов поддержки: [7, с. 114]

— учет активности и сложности образования ряда малых и средних предприятий;

— нацеленность государственной поддержки малого и среднего бизнеса на управление внешней средой предприятия;

— защита экономических и политических интересов малого и среднего бизнеса;

- дифференциация;
- обеспеченность надежности государственного регулирования;
- целевая стратегия. [7, с. 114–116]

Под *учетом активности и сложности образования ряда малых и средних предприятий* понимается создание программы государственной поддержки, в основе которой лежит анализ факторов риска, без которых не обойтись при ведении бизнеса.

Нацеленность государственной поддержки малого и среднего бизнеса на управление внешней средой предприятия предполагается как использование государством косвенных методов влияния на внешнюю среду предприятия, например, стабильное экономическое и политическое положение в стране, отсутствие перенасыщения бумажных денег, а также их обесценивание.

Защита экономических и политических интересов малого и среднего бизнеса обуславливается необходимостью государственного протекционизма в сфере малого и среднего бизнеса, направленностью на экспорт отечественного товара путем снижения тарифов на вывоз из страны.

Дифференциация – это анализ произведенных товаров на предмет первичности появления его на рынке, а также модернизации или создания нового вида этого товара при помощи государственной поддержки в сфере малого и среднего бизнеса.

Литература:

1. Тормышева, Т.А. Муниципальная программа поддержки предпринимательства: механизм формирования // Изд-во: журнал муниципальное хозяйство; Выпуск № 3, 2009. с. 64–73.
2. Жураковский, А.С. Основы регулирования малого предпринимательства в России // Вестник ТГУ. – 2012. – № 2. – с. 157–160.
3. Карташова, Е.И. Проблемы формирования системы ресурсного обеспечения малого и среднего бизнеса // Вестн. Ом. Ун-та – 2011. – № 4. – с. 258–260.
4. Шиганов, В.В. Малое предпринимательство в России: состояние и проблемы // Российская экономика: тенденции и перспективы. 2009. № 4 с. 87–99.
5. Кирсанова, Е.В. Обзор деятельности малых и средних предприятий в условиях кризисной внешней среды // Менеджмент в России и за рубежом. 2010. № 2. с. 141–142.
6. Иванов, А.В. О возможностях формирования показателей оценки эффективности региональной поддержки малого и среднего предпринимательства // Экономика и предпринимательство. 2014. № 5–2. с. 795–798.
7. Журавлев, М.В. Государственная политика поддержки малого предпринимательства и механизмы ее реализации, монография // Изд-во: МИЦ ЭТНОСОЦИУМ. 2011. с. 173
8. Быкова, Н.В. Направления совершенствования системы регулирования малого предпринимательства. Изд-во: Проблемы современной экономики, № 1 (53), 2015, с. 139–142
9. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики – Электронный ресурс. Режим доступа: www.gks.ru

Обеспеченность надежности государственного регулирования является важнейшим условием существования предприятий, а также эффективного развития малого и среднего бизнеса в целом.

Целевая стратегия – один из механизмов государственной поддержки малого и среднего бизнеса, целью которого является разработка программ, ориентированных на создание и расширение малого и среднего бизнеса в РФ.

Заключение

Следует отметить, что стратегия государственной поддержки реализуется не в полной мере. Существует ряд проблем в нормативно-правовой базе, которая зачастую тормозит образование и развитие предприятий; в сфере финансов и ресурсов, поскольку нет четких границ расходования бюджетных средств.

Помимо этого, целевая стратегия сформирована частично и не обеспечивает стабильность ее осуществления. Другие сферы, такие как IT-технологии и производственное обеспечение развиты слабо.

Тем не менее, без государственной поддержки малого и среднего предпринимательства ведение бизнеса в современных реалиях не представляется возможным. Выбор того или иного механизма зависит от расположения предприятия, его внутренней структуры, органов местного самоуправления и ресурсной обеспеченности.

Использование инструментов продвижения как неотъемлемый фактор формирования бренда

Шиленко Светлана Ивановна, кандидат экономических наук, доцент;
Колесникова Елена Викторовна, кандидат экономических наук, доцент
Белгородский университет кооперации, экономики и права

Шиленко Сергей Михайлович, магистрант
Белгородский государственный национальный исследовательский университет

На фоне возрождения российской промышленности, когда на рынке появляется все больше товаров отечественного производства, брендинг для отечественных предпринимателей становится особенно важным и актуальным. В современных условиях при продвижении компании на рынок использование интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК) позволяет сформировать потребительские предпочтения и сделать бренд узнаваемым.

ИМК включают в себя все инструменты маркетинговых коммуникаций, используемые для согласованного воздействия на целевую аудиторию и служащего для продвижения продукции фирмы к потребителю, т. е. продукт, цена и место также являются коммуникациями, причем очень важными. Целью применения ИМК является создание взаимоусиливающего эффекта. Он проявляется в том, что суммарный результат комплексного применения средств коммуникации (интегрированных коммуникаций) отличается от простого сложения эффектов применения каждого средства в отдельности. Интеграция позволяет:

1. Снизить суммарный уровень издержек на продвижение
2. Добиться повышения эффективности коммуникации.
3. Обеспечить постоянное подтверждение ценности бренда
4. Повышать эффективность воздействия каждой составляющей коммуникативной программы
5. Обеспечивать совместимость воздействия составляющих программы

Традиционно комплекс маркетинга или маркетинг-микс включает в себя 4 элемента — 4 P:

- Продукт (Product);
- Цена (Price);
- Каналы распределения (Place);
- Продвижение (Promotion)

Понятия «продвижение» и «коммуникации» часто отождествляются, несмотря на то, что в процессе коммуникации участвуют все элементы маркетинг-микса (от упаковки продукта и его цены до прямой рекламы).

Абсолютно все составляющие комплекса маркетинга являются самостоятельными каналами коммуникации, сообщающими потребителю информацию о бренде.

Таким образом, объектом продвижения в брендинге является бренд как комплексная маркетинговая система,

используемая в современной предпринимательской деятельности для создания дополнительных конкурентных преимуществ на рынке, где сам товар — одна из составляющих маркетинг микса.

Эта особенность накладывает ряд ограничений и открывает новые просторы для творчества в вопросах разработки концепции продвижения бренда.

Концепция продвижения должна включать комплекс мероприятий, при помощи которых можно добиться осведомленности целевых аудиторий, вызвать интерес и желание контакта с брендом (пробные покупки), что при обязательном подтверждении обещания бренда постепенно перерастет в доверие и лояльность к бренду.

Одной из задач Белгородского рынка является продвижение продукции пчеловодства местного производителя. Потребитель не привык к данному продукту, отдавая предпочтение алтайской продукции.

Реализация производимого меда и продуктов пчеловодства в настоящее время в России и на зарубежных рынках испытывает определенные трудности. При реализации меда используется несколько путей:

— продажа непосредственно потребителю. Сюда относится продажа со двора, на рынке, в санаториях и домах отдыха, на рабочем месте и почтой.

— розничная продажа через посредника. Через посредников продукт попадает на реализацию с другими продуктами. Для этого подходят продовольственные и бакалейные магазины, магазины деликатесов, косметики, лекарственных трав и диетических продуктов.

— оптовая продажа, которая является самой невыгодной формой продажи меда.

В Белгородской области, как и в целом в России, наиболее распространенными являются традиционные формы продажи — прямые продажи и через посредника, которым является ГУП «Белгородпчелопром».

В соответствии с поручением Губернатора Белгородской области по итогам заседания оперативного совещания с участием членов Правительства области по вопросу: «Об итогах развития пчеловодства на территории области в 2014 году и ближайших перспективах», состоявшегося 19 января 2015 г. коллективом профессорско-преподавательского состава Белгородского университета кооперации, экономики и права была разработана Концепция по увеличению производства и реализации меда и продуктов пчеловодства в Белгородской области).

Концепция призвана определить направления и пути решения проблем в отрасли пчеловодства и эффективного использования ресурсов, производственную специализацию и основные параметры развития производства и реализации меда и медосодержащих продуктов.

Целью реализации Концепции является создание условий для устойчивого развития производства и реализации меда и продукции пчеловодства в Белгородской области на основе выпуска конкурентоспособной продукции, позволяющей удовлетворить спрос на внутреннем рынке и усилить позиции на внешнем рынке, укрепления позиций пчеловодства в экономике Белгородской области.

Достижение поставленной цели потребует решения следующих основных задач:

1) выявление приоритетных направлений развития производства и реализации меда и продукции пчеловодства в Белгородской области, обеспечение динамичного сбыта продукции пчеловодства и увеличение потребления меда населением к 2018 году до 10 килограммов в год на одного человека;

2) создание условий для организации новых перерабатывающих производств на основе внедрения инноваций;

3) использование традиционных и инновационных для России форм реализации меда и продуктов пчеловодства, в том числе путем адаптации мирового опыта в этой сфере к российским условиям;

4) содействие осуществлению институциональных преобразований в пчеловодстве на основе интеграции производителей меда и продукции пчеловодства и субъектов малого и среднего бизнеса, обеспечивающих переработку сырья и реализацию меда и продукции;

5) содействие формированию эффективной системы продвижения и сбыта продукции на внутреннем и внешнем рынках;

6) формирование культуры потребления меда и продуктов пчеловодства;

7) определение форм государственной поддержки органами исполнительной власти Белгородской области хозяйствующих субъектов.

Основополагающими принципами реализации Концепции являются:

1) социальная значимость развития производства и реализации меда и продуктов пчеловодства (производство потребительских товаров, предназначенных для удовлетворения нужд различных групп населения; увеличение занятости населения);

2) реализация совокупности конкурентных преимуществ пчеловодства как отрасли экономики;

3) адресная государственная поддержка всех категорий хозяйств в сфере производства, реализации и потребления меда и продуктов пчеловодства в условиях экономического кризиса, и в долгосрочной перспективе (2015–2020 годы); на основе конкурсного отбора с равными условиями для всех участников.

Главная цель Концепции может быть достигнута путем осуществления комплекса мер по увеличению производства и реализации меда и продуктов пчеловодства. Общий алгоритм работы включает в себя такие целевые ориентиры, как:

1) создание условий для развития производства и сбыта продукции пчеловодства, расширение существующего ассортимента, определение направлений использования сухого меда;

2) разработка новых направлений использования меда как сырья для производства кондитерских изделий, разработка новых видов кондитерской продукции с использованием меда;

3) разработка предложений по использованию продукции пчеловодства при производстве непродовольственных товаров, косметических средств;

4) осуществление целевых мероприятий по увеличению объемов сбыта меда на внутреннем и внешних рынках путем использования традиционных каналов сбыта и электронной коммерции;

5) разработка рекламных и информационных кампаний по популяризации потребления меда с использованием местных средств СМИ;

6) формирование культуры потребления меда у населения;

7) разработка маршрутов сельского туризма с включением в них посещения пчелопарков, пасек, пунктов реализации меда;

8) создание Центра пчеловодства в Белгородской области.

Достижение этих целей означает формирование качественно нового уровня жизни населения Белгородской области России.

При продвижении продукции Белпчелопроба на Белгородский медовый рынок необходимо использовать интегрированные маркетинговые коммуникации в комплексной системе.

Планирование рекламной компании будет основываться на следующих этапах.

1 этап. Определение общих целей:

— Увеличение потребления меда до 10 кг/год

— Создание лояльного потребителя

2 этап. Ситуационный анализ.

Определение целей и задач производства фирмы: Увеличение производства меда в 2 раза (с 3,4 тыс. тонн до 6 тыс тонн в год).

Определение целей и задач маркетинговой деятельности:

— Объединение всех пчеловодов Белгородской области

— Вытеснить с Белгородского рынка меда конкурентов из других областей

— Занятие лидирующей позиции в Белгородской области

— Выход на региональный рынок

— Привлечение инвесторов

— Формирование Культуры потребления меда
Определение целей и задач финансовой, кадровой, научно-исследовательской и других видов деятельности:

— Заключение договора с АНО ВО Белгородским университетом кооперации, экономики и права на разработку научно-исследовательской работы

— Финансовая поддержка со стороны городской администрации

— Увеличение числа кадров в рамках создания центра «Белгородпчелопром»

— Создание школы пчеловодства в рамках центра «Белгородпчелопром»

3 этап. Выбор стратегии маркетинга

Определение целевого сегмента:

— В2В (Бизнес для бизнеса) Оптовые продажи для различных видов предприятий и организаций от государственных до коммерческих.

— В2С (Бизнес для потребителя) Продажа медового продукта конечному потребителю. Конечным потребителем являются все население области, кроме людей с непереносимостью продуктов пчеловодства и детей.

Товарная стратегия фирмы: Выпуск следующих медовых продуктов:

— Мед с прополисом; мед с пыльцой цветочной; мед с маточным молочком; мед с прополисом и пыльцой цветочной; мед с прополисом и молочком маточным; мед с прополисом, молочком маточным и пыльцой цветочной; мед с клюквой; мед с брусникой; мед с черникой; мед с черноплодной рябиной; мед с черной смородиной; мед с облепихой; мед с шиповником; мед с боярышником; мед с прополисом и орехами; мед с пыльцой цветочной и орехами; мед с орехами; мед с курагой и фундуком; мед с черносливом и грецким орехом; мед с зародышевыми хлопьями пшеницы; мед с мумие; — «100%» — мед курагой, черносливом, изюмом, грецким орехом и кислотой лимонной; мед с женьшенем.

Сбытовая стратегия фирмы:

— Продажа продуктов пчеловодства непосредственно в центре «Белгородпчелопром»

— Оптовые поставки в супермаркеты и магазины Белгородской области

— Поставка меда в образовательные и медицинские учреждения

— Обеспечение медом воинских частей Белгородской области

Коммуникационная стратегия фирмы:

— Стратегическое формирование образа бренда Белгородского меда

— Разработка элементов бренда (логотип, фирменный знак, упаковка и т.д.). Все элементы фирменного стиля должны быть выполнены в одном стиле и цвете, предпочтительно в теплых тонах, схожим с цветом меда. В логотипе обязательное схематическое изображение пчелы, на упаковке изображение пчелы, сот, меда, ромашки и т.д.

На этикетке обязательно указание требований, предусмотренных ГОСТ54644–2011.

— Публикация информационных сообщений на рекламных носителях, при помощи которых будет непосредственно осуществляться коммуникация с целевой аудиторией (листовки, флаеры, буклеты, плакаты, рекомендационные записки)

— Реализация рекламных кампаний посредством ATL (медиа-носители (телевидение, радио, газеты, журналы) и BTL

Стратегия фирмы в сфере PR:

— Установление доверительного отношения с потребителями

— Создание позитивного имиджа фирмы

— Огласка новостей и событий, касающихся производства новых или усовершенствованных товаров

— Организация публичных выступлений руководства компании

— Опрос общественного мнения по средствам опроса, анкетирования

— Привлечение внимания прессы к торговым выставкам и другим событиям, направленным на увеличение объема продаж

Стратегия фирмы в использовании «sales promotion»:

— Проведение акций по снижению цены на определенные категории товара

— Создание бонусных программ, распространение купонов, раздача образцов товара (пробников)

Стратегия участия фирмы в выставках, ярмарках:

— Проведение периодических, тематических и ознакомительных выставок и ярмарок

— Проведение конкурсов

— Обучение (пчеловодству, кулинарии, косметическим процедурам с использованием продуктов пчеловодства) на выставочном стенде

— Приглашение на выставку, ярмарку знаменитостей, проведение маленьких шоу (с привлечением молодых творческих коллективов или студентов театральных училищ)

Рекламная стратегия фирмы:

— Повышение осведомленности о компании «Белгородпчелопром» и ее продуктах или услугах (позиционирование товара, создание его УТП)

— Стимулирование продаж, чтобы привлечь клиентов конкурентов

— Создание рекламной компании меда «Белгородпчелопром», в которую будут входить следующие мероприятия:

1. Спонсирование прогноза погоды во время программ «Вести», «События недели» на местных телеканалах (Россия Белгород, Мир Белгорья). Транслирование видео-ролика про мед должно быть перед началом прогноза погоды и после ее окончания.

2. Транслирование рекламных роликов на местных телеканалах в период прайм-тайма с 19:00 до 22:00, в выходные дни с 15:00 до 23:00. Ролик должен идти в начале рекламной вставки либо в конце. Ролик про мед обязательно должен быть перед и после выпусков утренних и вечерних новостей.

3. Транслирование рекламных аудио-роликов на местных радиостанциях (Россия Белгород радио, Радио Мира Белогорья, BelRadio, Радио 7, радио Белгород) во время утреннего прайм-тайма (с 6:30 до 10:00), дневного (с 12:00 до 14:00) и вечернего (с 16:00 до 19:00).

4. Размещение рекламных статей о пользе меда в целом и об уникальности меда фирмы «Белгородпчело-пром» в местных газетах «Наш Белгород», «Белгородская правда», «Белгородские известия», «Аргументы и факты Белгород», «Белгородская неделя», «Комсомольская правда Белгород». Статья, помимо перечисления достижений, должна содержать интервью, сравнительные характеристики, мнение экспертов. Статья должна располагаться ровно по середине издания либо в начале газеты (2 или 3 полоса).

5. Размещение яркого рекламного объявления в местных газетах на первой и последней полосе, либо на 2 или 3 полосе издания. Желательно располагать в левом верхнем углу левой полосы газеты, либо в правом верхнем углу правой полосы. Самой эффективной рекламой будет считаться объявление, расположенное рядом с кроссвордами или важными новостями.

Определение целевой аудитории:

— Определение демографических критериев целевой аудитории (пол, возраст, профессия, доходы, хобби и т. д.).

— Определение поведенческих критериев целевой аудитории (необходимо изучить типы обращений, которые могут убедить потребителя в покупке товара).

— Определение потребностей и желаний целевой аудитории

Разработка каналов коммуникации рекламного обращения:

— Выбор канала распространения рекламного обращение, анализ преимуществ и недостатков.

— Создание рекламного текста для региональных газет и журналов, распространение в печатных изданиях рекламного материала (рекламный разворот).

— Выбор медианосителя (радио, телевидение). Создание качественного ролика.

— Распространение рекламного обращения при помощи «Direct mail».

— Использование наружной рекламы (охватить магистрали, ведущие на въезд-выезд из города, центр города, места массового скопления людей).

Подготовить проект «антирекламы», в которой провести разъяснение, что чисто липового меда или меда шиповника априори не может существовать.

Реализация мероприятий данной Концепции, с применением интегрированных маркетинговых коммуникаций, позволит создать в регионе базу для устойчивого развития пчеловодства, увеличения производства и реализации меда, улучшения структуры и качества питания населения России путем обеспечения высококачественными пищевыми, лечебно-профилактическими продуктами на основе продукции пчеловодства.

Литература:

1. Захарченко, Н.П. Возможности использования интернета в PR-практике. [Текст]/Захарченко Н.П., Степанова О.А.// Роль студенческой науки в развитии экономики и кооперации. Материалы международной студенческой научной конференции. — Белгород: Белгородский университет кооперации, экономики и права, 2013. — с. 350–356.
2. Колесникова., Е.В. Совершенствование процесса сегментации целевого рынка [Текст]/Е.В. Колесникова, Н.П. Захарченко // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. — Белгород: БУКЭП, 2008. — № 2. — с. 126–133.
3. Колесникова., Е.В. Управление рекламной деятельностью на предприятии [Текст]/Е.В. Колесникова, Н.П. Захарченко // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. — Белгород: БУКЭП, 2007. № 2. с. 165–170.
4. Шиленко, С.И., Соболев, А.В. Инновационные подходы как эффективный инструмент совершенствования рекламно-полиграфической продукции [Текст]/А.В. Соболев, С.И. Шиленко // Современные проблемы и тенденции в дизайне. Материалы международных научно-практических конференций профессорско-преподавательского состава и аспирантов. — Белгородский университет кооперации, экономики и права. Белгород: БУКЭП, 2014. — с. 12–20.
5. Шиленко, С.И., Соболев, А.В. Семантика цветовых решений в производстве рекламного продукта [Текст]/А.В. Соболев, С.И. Шиленко// Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. — Белгород: БУКЭП, 2014. — № 2 (50). — С. 247–251.
6. Трищенко, Д.А. Визуальная культура и образование [Текст]/Д.А. Трищенко// Теория и практика инновационного развития кооперативного образования и науки. Материалы международной научно-практической конференции профессорско-преподавательского состава и аспирантов. — Белгородский университет кооперации, экономики и права. Белгород: БУКЭП, 2010. — с. 72–77.
7. Шиленко, С.И. Реклама и PR в продвижении образовательных услуг вуза [Текст]/Шиленко С.И., Шаповалов И.Б. // Молодежь и кооперация: реальность и будущее. Материалы международной студенческой научной конференции. Белгородский университет кооперации, экономики и права. — Белгород, 2011. — с. 329–336.

8. Шиленко, С.И. Секреты конструирования профессионально-личностного имиджа. Учебное пособие. [Текст]/С.И. Шиленко, Н.П. Захарченко — Белгород, БУКЭП, 2012.

Анализ и последствия снижения курса российского рубля

Ширяев Дмитрий Валентинович, кандидат экономических наук
Московский государственный машиностроительный университет (МАМИ)

Проведённый анализ влияния мировых цен на нефть на курс российского рубля показал существенную зависимость экономики России от добычи и продажи нефти. Выявлены положительные и отрицательные последствия ослабления российского рубля.

Ключевые слова: курс российского рубля, курс доллара США, национальная валюта, цена нефти, динамика, корреляция, уравнение регрессии, сырьевая зависимость, конкурентоспособность страны, экспорт, импорт, импортозамещение.

Практически на любом этапе экономического развития обеспечение конкурентоспособности страны будет являться одной из важнейших проблем, во многом определяющих ее устойчивое развитие и национальную безопасность. Одним из признанных факторов, определяющих конкурентоспособность страны является положение национальной валюты, оценивающее наряду с объёмом производства товаров на душу населения, темпами роста ВВП, уровнем доходов населения и безработицы, производительностью труда, состоянием финансовой системы и другими, динамизм экономики. Национальная валюта определяет меру стоимости товаров, является базой для определения масштаба цен, то есть единицей, в которой выражаются цены товаров и услуг. В этой связи можно рассматривать динамику национальной валюты (рубля) как показатель конкурентоспособности страны вообще и ценовой конкурентоспособности товаров и услуг в частности.

Проанализируем взаимосвязь российской национальной валюты — рубля и мировых цен на нефть. Для этого необходимо определить, имеет ли вообще рубль взаимосвязь со стоимостью нефти. Наибольшую долю в структуре экспорта в 2014 г. занимала нефть (58,6 %) [7]. Если Россия в основном производит (добывает) экспортирует сырьё, то товары, произведённые несырьевыми отраслями, приходится импортировать. После реализации импортных товаров на российском рынке рубль нужно конвертировать в валюту для закупки новых партий товара. При снижении мировых цен на нефть страна получает меньше валютной выручки, в связи с чем повышается спрос на валюту, стоимость которой остается относительно неизменной, соответственно рублей на покупку валюты понадобится больше из-за их удешевления, поэтому рост рублёвых цен неизбежен, таким образом рубль ослабевает.

Одна из ключевых задач анализа — поиск взаимосвязи двух величин. Покажем пример поиска связи между ценой нефти и курсом рубля.

Изначально построим эконометрическую модель, отражающую зависимость между ценой на нефть в долларах США и курсом доллара США по отношению к рублю, в рублях. Курс доллара в рублях будет результативным показателем (y), а цена на нефть в долларах США — факторным (x). Для корреляционно-регрессионного анализа возьмём данные за период с 31 марта 2013 г. до 30 сентября 2015 г. Достоверность анализа обеспечивается при рассмотрении более или менее большой совокупности данных, поэтому совокупность периодов анализа составляет 31 месяц.

На рисунке 1 показана динамика курса доллара в рублях.

На рисунке 2 отражена динамика цен на нефть.

Теперь посмотрим на совместную динамику цены нефти и курса доллара в рублях (рисунок 3).

Построим уравнение регрессии:

$$\hat{y}_x = 82,28254 - 0,45963x$$

Полученное уравнение позволяет сделать вывод о том, что при увеличении цены нефти на 1 доллар США курс доллара по отношению к рублю в среднем за рассматриваемый период уменьшается на 0,46 рублей.

Коэффициент корреляции $r = -0,7655566$ означает обратную и тесную зависимость курса доллара от величины цены на нефть.

Проверим построенную модель на качество: коэффициент детерминации $R^2 = 0,586077$ показывает, что качество модели хорошее и, что колеблемость курса доллара на 58,6 % зависит от цены на нефть, а на долю прочих факторов, которые мы не исследовали приходится 41,4 %.

Подводя итог этого этапа, можем взглянуть на рисунок 3 и увидеть, что связь между исследуемыми показателями не вполне отражает предполагаемую нами тесную связь между рублём и ценой на нефть (цена на нефть идёт вниз, курс доллара в рублях — вверх).

В построенной нами модели мы сравниваем величины «цена нефти в долларах» и «курс доллара в рублях»,



Рис. 1. Курс доллара в рублях



Рис. 2. Цена за 1 баррель нефти в долларах

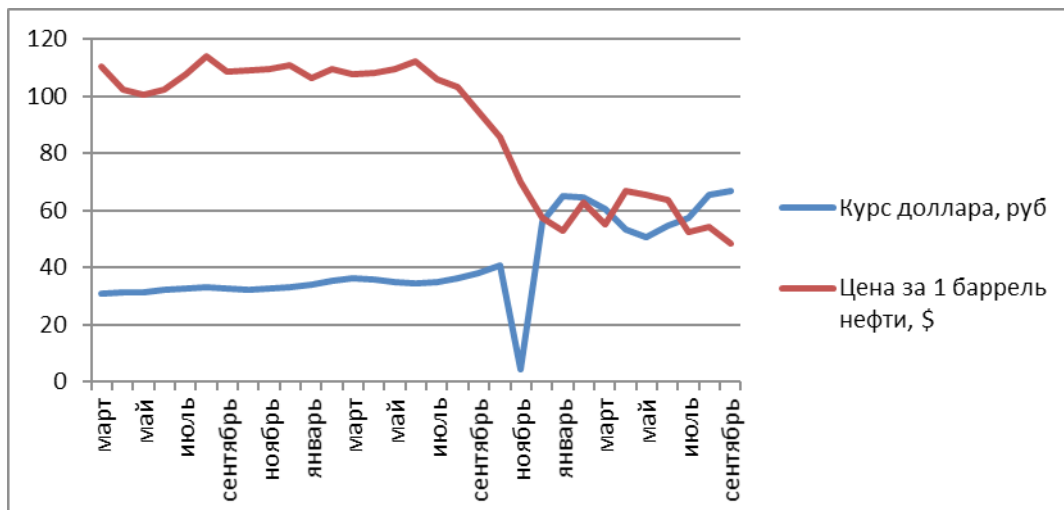


Рис. 3. Динамика курса доллара и цены за 1 баррель нефти

то есть, исследуя рубль, мы пользуемся показателями его изменения с точки зрения доллара, поэтому построим новую модель, где результирующим признаком (y) будет курс рубля в долларах США, а факторным (x) — цена на нефть в долларах США.

На рисунке 4 отображена динамика курса рубля в долларах США.

Взаимосвязь рассматриваемых показателей показана на рисунке 5.

Визуально на рисунке 5 видна тесная взаимосвязь курса рубля и цены на нефть. Построим уравнение регрессии: $\hat{y}_x = 0,00279 + 0,000249x$

При увеличении цены нефти на 1 доллар США курс российского рубля увеличивается в среднем на 0,000249 доллара.

Коэффициент корреляции $r=0,9671$ достаточно близок к 1 и означает прямую и очень сильную зависимость курса рубля от цены на нефть.

У полученной модели следующие показатели качества, надёжности и значимости:

$R^2 = 0,935281$ показывает, что качество модели хорошее и, что на 93,53% курс рубля зависит от цены на нефть, а на 6,47% — от других факторов, которые не включены в наше исследование.

F-критерий Фишера равен 419,0898. Фактическое значение критерия выше табличного (4,17), поэтому с вероятностью 0,95 можно утверждать, что связь между анализируемыми признаками достоверна, значима, надёжна и построенная модель в полной мере отражает устойчивую зависимость курса рубля от цены нефти.



Рис. 4. Курс рубля в долларах США



Рис. 5. Динамика курса рубля и цены за 1 баррель нефти

Проверим гипотезу о статистической значимости коэффициента регрессии и коэффициента корреляции с помощью t-критерия Стьюдента. Фактическое значение t-критерия Стьюдента, равное 20,4717, выше табличного (2,0452), следовательно с вероятностью 0,95 коэффициенты регрессии и корреляции не случайно отличаются от 0, а статистически значимы, и зависимость курса рубля от цены на нефть является достоверной.

Таким образом, можем сделать вывод о том, что вместе со снижением мировых цен на нефть курсовая стоимость российского рубля снижается в прямой и очень высокой зависимости.

При детализации расчётов, приводимых к стоимости американской валюты (доллары США), возможен учёт накопленной за исследуемый период (с марта 2013 г. по сентябрь 2015 г.) инфляции в США. Накопленная инфляция в США составила за весь исследуемый период 2,48%. Среднегодовая инфляция в США за последние 10 лет составляет 2,10%. Таким образом, можем считать, что обесценивание американской валюты происходит достаточно медленно, темпы его изменения весьма незначительны и не оказывают существенного влияния на проведённый нами анализ. Инфляция рассчитана на основе индекса потребительских цен (All Urban Consumers Consumer Price Index), официально

опубликованного Бюро трудовой статистики Министерства труда США.

Последствия влияния сырьевой зависимости российской экономики в виде изменения курсовой стоимости российской национальной валюты могут быть как положительными, так и отрицательными (таблица 1).

Для детального рассмотрения ослабления рубля следует принимать во внимание также внешнеполитическую ситуацию в части воздействия санкций на экономику страны. Каждая из перечисленных положительных и отрицательных сторон требует отдельного рассмотрения.

Вывод. За последние 12 месяцев российская валюта подешевела на 67% [5]. В обмен на нефть и газ Россия импортирует то, что не производится в стране. Наряду с продукцией высокотехнологичных производств, продукцией лёгкой и обрабатывающей промышленности, огромную долю импорта составляет так называемый «критический импорт», т.е. те товары, без которых обойтись невозможно либо крайне затруднительно. К такой группе можно отнести лекарства, автомобильные комплектующие, запчасти для обслуживания импортных машин и оборудования, расходные материалы для медицинского и диагностического оборудования и прочее.

Появившиеся объективные предпосылки в экономике России могут позволить в перспективе устранить диспро-

Таблица 1. Положительные и отрицательные последствия снижения курсовой стоимости российского рубля

Положительные последствия	Отрицательные последствия
1. Снижение стоимости национальной валюты подталкивает производство к инновационному сценарию развития, поиску новых подходов и методов управления, направленных на нахождение конкурентных преимуществ для стимулирования снижающегося потребления	1. Ослабление рубля снижает уровень реальных доходов населения и, как следствие, качество жизни
2. Ослабление рубля ведёт к удешевлению стоимости производимых в России товаров и услуг, а значит с позиции ценовой конкуренции повышает их конкурентоспособность на мировом рынке	2. Падение рубля стимулирует рост потребления валюты на внутреннем рынке, увеличивает спекулятивный эффект на валютном рынке. Повышение при этом ключевой ставки приводит к удорожанию кредитов, что негативно сказывается на развитии предприятий
3. Импортозамещение. Покупать импортную продукцию становится дороже, следовательно, развиваются предпосылки для производства продукции, поставляемой ранее из-за рубежа, в России	3. Растёт инфляция (снижается покупательная способность рубля). В годовом выражении инфляция теперь составляет почти 16% [5].
4. Со снижением рубля (ростом курса доллара) растёт размер валютной выручки в рублях, что способствует наполняемости бюджета в количественном выражении, а значит способствует исполнению государственного бюджета в части его расходов	4. Центральный Банк, основной задачей которого является поддержание национальной валюты, вынужден проводить «валютные интервенции», что негативно сказывается на состоянии валютных резервов страны
5. При прочих благоприятных условиях ослабление рубля может привести к притоку инвестиций в том числе из-за рубежа, поскольку производить в России становится дешевле	5. Доверие граждан и финансовых институтов к рублю как к средству накопления и платежа при его нестабильности снижается
6. Диверсификация отраслей российской экономики в сторону устранения диспропорции в развитии «сырьевых» и «производящих» отраслей	6. Замедление (снижение темпов роста) роста ВВП вследствие роста цен и снижения потребления

порции в развитии отраслей в сторону импортозамещения и увеличения доли высокотехнологичных отраслей в ВВП страны, что, в свою очередь, способно повысить конкурентоспособность России и качество жизни граждан.

Литература:

1. Валютная интервенция [Интернет-ресурс]. – Режим доступа: http://www.banki.ru/wikibank/valyutnaya_interventsiya/ (Дата обращения 12.11.2015)
2. Инфляция в США [Интернет-ресурс]. – Режим доступа: http://fin-plus.ru/ru/info/inflation_index/usa (Дата обращения:01.11.2015)
3. Корреляция, корреляционная зависимость [Интернет-ресурс]. Режим доступа: <http://statpsy.ru/correlation/correlation/> (Дата обращения 05.11.2015)
4. Курс доллара с 2013 по 2015 год [Интернет-ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kurs.metrimfo.ru/kurs/2013-1-2/> (Дата обращения:25.10.2015)
5. Рубль – самая нестабильная сырьевая валюта в мире/А. Башкатова, О. Соловьева, Н. Забелина. [Интернет-ресурс]. – Режим доступа: http://www.ng.ru/economics/2015-09-29/1_rubl.html (Дата обращения:02.11.2015)
6. Сендеров, В.Л., Ширяев Д.В. Теоретические аспекты применения инновационных технологий в учебном процессе // Международный научно-исследовательский журнал. 2015. № 2–3 (33). с. 88–92
7. Структура экспорта России за 2014 год США [Интернет-ресурс]. – Режим доступа: <http://total-rating.ru/1445-struktura-eksporta-rossii-v-2014-godu.html> (Дата обращения:25.10.2015)
8. Фьючерс Нефть Urals [Интернет-сайт]. Режим доступа: <http://ru.investing.com/commodities/urals-oil-historical-data> (Дата обращения:25.10.2015)
9. Ширяев, Д.В. К вопросу использования инновационных технологий в образовательной деятельности // В сборнике: Инновационное развитие социально-экономических систем: условия, результаты и возможности: Материалы III международной научно-практической конференции. 2015. с. 67
10. Ширяев, Д.В. Методики оценки финансовой устойчивости коммерческих организаций для обнаружения в их деятельности кризисных тенденций // Известия Московского государственного технического университета «МАМИ». 2014. т. 5. № 1. с. 76–82

Экономическая безопасность в контексте развития внешней торговли

Шоев Алим Халмуратович, преподаватель;
Махкамова Феруза Мамараимовна, студент
Гулистанский государственный университет (Узбекистан)

В условиях глобализации и интернационализации хозяйственной жизни ни одна страна не может нормально развиваться без торговых отношений. Лишь используя преимущества и выгоды международного разделения труда и обмена можно добиться более полного удовлетворения потребностей общества, расширяя ассортимент товаров и услуг, предлагаемых населению. Отсюда и роль внешней торговли в развитии экономики отдельных стран.

Суммируя формулировки категории «внешняя торговля (международная торговля)», содержащиеся в официальных документах (в частности, в Законе Республики Узбекистан «О внешнеэкономической деятельности»), в учебной литературе, их можно определить как один из древних и традиционных форм международного обмена товаров и услуг между государствами и их хозяйствующими субъектами и регионами в экономической сфере.

В данном определении наиболее существенными являются несколько принципиальных моментов. Во-первых,

в отличие от внутренней торговли, внешняя торговля обеспечивает движение товаров и услуг между государствами, и эти связи являются трансграничными, выходящими за рамки одного государства. Во-вторых, в качестве их субъектов могут выступать как государственные органы, учреждения, так и частные фирмы, предприниматели. В-третьих, эти связи опосредствуют только экономические отношения.

В основе понятия экономическая безопасность лежит более широкое понятие безопасность, как состояние и тенденции развития защищенности жизненно важных интересов социума и его структур от внутренних и внешних угроз.

К анализу данной проблемы сложилось несколько подходов, в рамках которых экономическая безопасность во внешнеэкономической деятельности имеет различные интерпретации. В экономической литературе выделяют три основные их группы:

Подход 1. Либерально-рыночный. Данный подход основывается на идеологии либерализма. Культуром этой идеологии является рыночная экономика, при которой рынок рассматривается как основной двигатель и авторегулятор экономики. Основоположник либеральной теории рыночной экономики А. Смит в своей работе «Исследование о природе и причинах богатства народов» (1776 г.) утверждал, что в условиях рыночной экономики «невидимая рука» направляет каждую страну, исходя из своих интересов, ориентироваться на реализацию интересов других стран. Каждая страна живет обменом, значит, устанавливаются торговые отношения между ними.

Согласно этой логике государству в условиях свободной рыночной экономики отводится незначительная роль – законодательное оформление отношений между своей страной и торговыми партнерами.

Подход 2. Централизованно-плановый. Этот подход строится на теории марксизма: в отличие от либерализма, где государству отводилась минимальная роль в экономике, он абсолютизирует роль государства. Данная идеология господствовала многие годы в СССР и в других бывших социалистических странах. В экономическом аспекте план всегда был инструментом в системе советского управления. Внешнеторговые отношения в основном осуществлялись между странами-участницами социалистического лагеря. Общая закономерность состояла в том, что план определял величину экспорта и импорта, цену и страну назначения товара. При такой системе экономическая безопасность была обеспечена, так как СССР применял политику автаркии по отношению к другим странам, где не был установлен советский режим, и регулировал торговые отношения между членами союза.

Подход 3. Альтернативный (национальный). Согласно позициям сторонников данного подхода, основателем которого явился чешский современный экономист – «ревизионист» Ота Шик, национальная экономика не отрицает ни рынок, ни план, но на рынок и на план она смотрит как на соответствующие формы системы хозяйствования, а не как на содержание и цель хозяйственной жизни.

Последователи подхода национальной экономики поддерживают организацию экономики на демократических основах, но при этом они считают, что государство должно выражать и реализовывать национальные интересы в геоэкономическом пространстве.

На наш взгляд, данный подход является наиболее приемлемым в обеспечении экономической безопасности для стран с переходной экономикой, в том числе и для Узбекистана. В столь сложный период незаменимой является роль государства, усилия которого направлены на проведение эффективной экономической политики и обеспечение безопасности во всех направлениях хозяйствования, в том числе и во внешнеторговой деятельности.

Традиционно теоретико-концептуальная разработка понятия «экономическая безопасность» [1, стр. 2] осуществлялась в ведущих зарубежных научных школах.

На Западе широко распространен подход, согласно которому экономическая безопасность рассматривается как обеспечение «живучести» национальной экономики в условиях мировых экономических кризисов. В последние годы понятие экономической безопасности было дополнено таким признаком, как способность к обеспечению конкурентоспособности национальной экономики и ее ведущих отраслей на мировой арене.

Для анализа понятия «экономическая безопасность» следует рассмотреть определения, приведенные в зарубежной экономической литературе. Наиболее полный обзор этой проблематики дан в статье В. Кейбла. [2, стр. 305-324] Согласно его определению экономическая безопасность может рассматриваться исходя из следующих концептуальных подходов:

Экономическая безопасность как условие реализации правительством намеченных целей в области экономической политики. Применяя данное определение к понятию «экономическая безопасность во внешней торговле», следует отметить, что оно подразумевает усилия государства разработать и реализовать внешнеторговую политику и гарантировать защиту интересов всех участников экспортно-импортных сделок.

Экономическая безопасность как условие устойчивости подразумевает способность экономики страны противостоять дестабилизирующим экономическим воздействиям извне.

В целом экономическая безопасность представляет собой способность национальной экономики обеспечить эффективное удовлетворение общественных потребностей на отечественном и международном уровне. Иными словами, экономическая безопасность это совокупность внутренних и внешних условий, благоприятствующих эффективному, динамичному росту национальной экономики, ее способности удовлетворять потребности общества, государства, индивида, обеспечивать конкурентоспособность на внешних и внутренних рынках, гарантирующую защиту от различного рода угроз и потерь.

В научной литературе экономическая безопасность часто рассматривается как единый, неделимый подвид национальной безопасности. Подобного взгляда придерживается, например, П. Г. Белов, который формулирует «Принципы не частных безопасностей, а единственно возможной – системной безопасности». [3, стр. 88]

Другие экономисты, рассматривают экономическую безопасность как самостоятельную, автономную систему в рамках национальной безопасности. В этом контексте данная проблема рассматривается в двух аспектах:

1. Экономическая безопасность как защищенность самой экономики от воздействия различных факторов и угроз. «Экономическая безопасность означает надежную и обеспеченную всеми необходимыми средствами и интересами защиту национальных интересов в сфере экономики от внутренних и внешних угроз, экономических и материальных ущербов», считает А. Городецкий; [4 стр46]

2. Экономическая безопасность как состояние, при котором соблюдаются ее определенные критические значения.

В контексте вышесказанного экономическая безопасность предполагает внутренне сильно интегрированное национальное экономическое общество, которое способно к выживанию, сопротивляемости и приспособляемости к внутренним и внешним угрозам. В этом отношении применима экономическая концепция Г. Мюрдаля, которая требует лучшей интеграции в национальных рамках, а интернациональную интеграцию рассматривает как политический зонтик, под которым мирно могут развиваться национальные экономики. С учётом современных реалий можно классифицировать составляющие экономической безопасности следующим образом:

Таблица 1. Элементы экономической безопасности

Экономическая безопасность							
внешняя			внутренняя				
Финансовая	Технологическая	Торговая	Продовольственная	Энергетическая	сырьевая	Экологическая	Информационная

Как следует из таблицы, безопасность во внешнеторговой сфере является одной из составляющих внешней экономической безопасности. Также следует отметить, что в российской экономической литературе, посвященной исследованию проблемы экономической безопасности, существуют различные концептуальные подходы. Так, например, по мнению российского ученого С. Афонцева, для определения понятия экономической безопасности можно выделить три подхода:

- через «интересы» (национальные, государственные, частные и т. д.);
- через «устойчивость» (национальной экономики, экономического развития, экономической системы и др.);
- через «независимость» (экономики от внешних рынков, самостоятельной выработки и внедрения экономической политики); [5 стр 30]

Применяя подход С. Афонцева, мнение которого мы разделяем, экономическую безопасность в условиях развития внешней торговли можно определить следующим образом:

Как было отмечено выше, проблема экономической безопасности, в частности экономической безопасности во внешнеэкономической деятельности, мало изучена в Узбекистане. Так, определяющими нормативными документами в сфере обеспечения экономической безо-

пасности являются Конституция Республики Узбекистан, гарантирующая свободу экономической деятельности, предпринимательства и труда с учётом приоритетности прав потребителя, равноправие и правовую защиту всех форм собственности, а также Концепция национальной безопасности Республики Узбекистан. Проблемы экономической безопасности во внешней торговле частично регулируются Законом «О внешнеэкономической деятельности Республики Узбекистан», соответствующими постановлениями Кабинета Министров и указами Президента Республики Узбекистан.

Согласно Концепции национальной безопасности Республики Узбекистан первооснову национальной безопасности составляют интересы отдельных граждан, общества и государства в целом. Государство в ней рассматривается как инструмент, обеспечивающий наилучшие условия для развития граждан, общества и самого государства, обусловливаемые всем спектром действующих объективных и субъективных факторов. В концепции основополагающим также принято совершенствование системы обеспечения национальной безопасности и формирование соответствующей экономической базы.

Исследователи Института экономики АН РУз также считают государство основным звеном в обеспечении экономической безопасности. Экономическую безопасность они рассматривают как составную часть национальной безопасности, главной задачей которой является обеспечение проведения независимого курса экономической политики. По их мнению «экономическая безопасность должна гарантировать стабильность и устойчивость национальной экономики, ее способность к саморазвитию и прогрессу». На основе изучения теоретических основ внешнеторговой деятельности и экономической безопасности, мы предлагаем следующую формулировку понятия экономической безопасности в контексте развития внешней торговли, а именно: «Экономическая безопасность в контексте развития внешней торговли — это такое состояние развития внешнеторговой деятельности страны, при котором создаются благоприятные условия для динамичного роста национальной экономики и обеспечивается наименьшая ошутимость влияния неблагоприятных обстоятельств вызываемых внешними и внутренними шоками/угрозами». Отсюда можно сделать следующие выводы:

- во-первых, экономическая безопасность страны в ракурсе развития внешней торговли должна поддерживаться всей системой государственных органов, всеми структурами экономики;

- во-вторых, экономическая безопасность в контексте развития внешней торговли должна обеспечиваться, прежде всего, эффективностью самой внешнеторговой деятельности страны, то есть, наряду с поддержкой государства, она должна защищать себя на основе диверсификации товарной и географической структур экспорта и импорта, вывоза средне — и высокотехнологичной го-

товой продукции и ввоза современного оборудования для производства данной продукции;

— в-третьих в условиях глобализации и интегрирования национальной экономики в мировую экономи-

ческую систему, для достижения экономической безопасности во внешней торговле необходимо разработать долгосрочные целевые программы по обеспечению экономической безопасности национальных производителей.

Литература:

1. Завьялова, Е. Национальная экономическая безопасность России, <http://www.eef.ru>
2. Cable, V. What is International Economic Security // International Affairs, April 1995. — pp. 305—324
3. Белов, П. Г. Системные основы обеспечения национальной безопасности России. — М.: Безопасность, 1994. — С. 88
4. Городецкий, А. Вопросы безопасности экономики России II Экономист. — Москва, 1997 — №. — с. 46
5. Афонцев, С. Национальная экономическая безопасность: на пути к теоретическому консенсусу // МЭиМО. — Москва, 2002. — № 10. — с. 30.

Значение и роль руководителя в деятельности организации

Эскиев Муса Абубакарович, ассистент;
Ялмаев Рустам Алиевич, зав. кафедрой
Чеченский государственный университет

Система управления персоналом стоит на трех «китах» — профессионализме работников и руководителей, мотивации персонала к труду и приверженности людей своей организации.

Система управления как феномен управленческой и коммуникационной деятельности организации является многогранным и многофункциональным понятием, включающим в себя различные аспекты функционирования организации во внутреннем и внешнем поле.

Государственное (социальное) управление, имея в качестве опоры интересы и власть, всегда базировались на уже сложившейся системе управления, на степени ее развитости в обществе.

Система управления как раз и составляет саму суть социального (государственного) управления. Именно из данного положения мы исходим, говоря об управленческой и профессиональной роли руководителя в ней. Роль руководителя — управленческая, профессиональная — являются ветвями единого ствола общей системы управления организацией, ее составными и неотъемлемыми компонентами. Ведь на самом деле система управления как противоречивое единство бытия и сознания рождает многочисленные и живые ростки, которые, разрастаясь, придают ее формам самостоятельность, своеобразие и некоторую независимость. Элементы общей роли и значимости руководителя, возникнув в недрах единой системы управления, начинают функционировать по своим законам, отражая те стороны бытия и сознания, на основе которых они возникли. Но любая «ветвь» общей системы выражает и повторяет черты и свойства общечеловеческой культуры, но не абсолютно, а только в соответствии со своей собственной природой. Одним из свойств, при-

сущим всем «частям» культуры, является их управляемость. Вот почему роль руководителя и ее «живые» звенья связаны с системой управления.

Такое понятия как роль руководителя в системе управления по своей природе являются неразрывными, нерасторжимыми и могут быть осознаны только в единстве, во взаимодействии, потому что не может быть управления как социального вне определенного уровня профессионализма руководителя, этот уровень профессионализма был изначально конкретным и историческим, он детерминировал над такими социальными отношениями, такими общественными связями, которые сложились в данное историческое время, поэтому социальное управление неизменно понималось и уяснялось в контексте управления организацией, которая отражает поиски сознательно, целесообразно регулируемого поведения людей.

Оно основано на познании общественных закономерностей, положительного и отрицательного опыта, на преемственности форм организации социальных структур. Профессиональная деятельность руководителя организацией является состоянием, когда вырабатываются методы и способы управления организацией и работниками к примеру, классическим методом социального управления является метод регламентирования, суть которого в том, что эффективность управления достигается путем распределения и закрепления задач, функций (обязанностей), прав и ответственности, установления взаимосвязей между субъектами управленческой деятельности или, скажем, работниками, несущие непосредственную и персональную ответственность данный участок работы, а не за деятельность предприятия в целом, как это нередко случается». Использование этих, а также других методов

социального управления служит индикатором богатства и качества организации.

С точки зрения деятельностного подхода роль руководителя представляет собой некий способ деятельности в учреждении.

В связи с этим можно подчеркнуть, что управленческая деятельность характеризуется следующими признаками:

— развитой структурой управления, скоординировано осуществляющих выполнение специфических задач и работающих на достижение общей цели организации;

— системой обратной связи от подчиненных к руководству;

— систематизацией результатов реализации управленческих решений, их критической оценкой;

— делегированием управленческих полномочий, признанием за исполнительским персоналом права, исходя из обстоятельств, корректировать принятые руководством организации решения.

В современных условиях одной из основных проблем в деятельности организаций в России становится овладение демократической системой управления.

Для сравнения типов систем управления в различных обществах и странах в современной науке используется так называемая «четырёхфакторная модель» системы управленческой деятельности («управленческая матрица»), разработанная западными специалистами по управлению Г. Хофштеде и Д. Боллинже.

Авторы выделили четыре основных критерия для выявления базовых характеристик системы управления в той или иной стране:

1) уровень иерархии или «дистанция власти», но которому ученые предлагают различать общество с высоким индексом дистанции власти («вертикальные управленческие системы») и с низким уровнем дистанции власти («горизонтальные управленческие системы»);

2) стремление избежать неопределенности (оценивается степень, в которой население боится неорганизованных структур);

3) индивидуализм — коллективизм (выясняется, в какой степени в массовом сознании преобладают индивидуальные или коллективные ценности);

4) система мужественности (культуры сравниваются по дихотомии: маскулинизация — феминизация). В этой системе оценок определяется, в какой мере в общественном сознании и поведении преобладают мужские (ориентация на результат, конкуренцию, борьбу) либо женские ценности.

Используя перечисленные критерии типов управленческих систем, можно выделить ряд специфических черт российской управленческой системы, отличающих ее от западных обществ:

1) в российской традиции общественно-властных отношений преобладали требования справедливости, интимного (без посредников) отношения с властью, усилившиеся устойчивым недоверием к чиновникам («царь хороший, а бояре плохие»). Понимание этой особен-

ности делает очевидной необходимость большей прозрачности (открытости) государственного управления в России;

2) для русского человека характерна меньшая степень осознания ценности государственных структур (не любовь к организации как к внешнему принуждающему началу). Это обстоятельство заставляет нас сделать вывод о том, что властотношения, сложившиеся в России, требуют более гибких форм организации;

3) в сознании и поведении россиян преобладали групповые ценности и установки, а не индивидуальные черты;

4) для русского общества наиболее близкими были «женские» ценности (Н.А. Бердяев писал о «вечно бабьем» в русской душе). В России всегда предпочитали достигать результат коллективно, с менее отчетливым разделением ролей.

Сегодня важная роль принадлежит руководителю организации. Возникает необходимость в руководителе нового типа, который имеет высокий профессионализм, владеет современными информационными технологиями, способен прогнозировать и предусматривать, способен продвигать экономический и социальный прогресс. Руководитель организации должен владеть основами науки управления.

Понятие «профессионализма» отсутствует пока в энциклопедических словарях и справочниках, что является свидетельством его новизны и недостаточной исследованности, кроющегося за этим понятием феномена. Содержание профессиональной деятельности руководителя связано со шкалой профессионального статуса. Без профессионального подхода к деятельности организации на федеральном уровне не может быть выработана согласованная концепция продолжения реформ в России; построена демократическая страна, отличающаяся экономической стабильностью и политической устойчивостью; налажена действенная связь между странами СНГ, а также мировым сообществом; решена проблема выведения страны из технологической зависимости от западных стран; правильно оценены национальные потребности, интересы и потенциал каждого субъекта Федерации в новых условиях и др.

Существенными чертами профессиональной деятельности руководителей являются: наличие внутреннего чувства самоуважения, что избавит руководителя от негативного восприятия его другими людьми, в частности, коллегами по работе; уверенность в себе, своём «я», своих знаниях, информированности. Наряду с этими чертами профессиональная деятельность руководителя предполагает и такие существенные характеристики как ограниченность, целенаправленность, противоречивость, динамичность, адаптивность.

Формирование профессионального управления — процесс сложный и противоречивый. Его началом можно считать появление интереса к профессии, далее — её выбор и приобретение знаний, умений и навыков и, наконец, этапы идентификации, адаптации, самоконтроля.

Профессиональная пригодность, воля, самосознание, гражданская позиция являются важнейшими предпосылками формирования профессионализма. На процесс его формирования оказывают влияние как объективные, так и субъективные факторы. К первым следует, прежде всего, отнести:

- государственное устройство, стиль управления;
- нормативно-правовую базу, принципы и функции государственной и муниципальной службы;
- социально-экономическую и политическую стабильность в обществе;
- культуру и состояние межнациональных отношений, менталитет российского общества и др.

Ко вторым, как правило, относят:

- непосредственную работу в структурах государственной и муниципальной службы;
- глубокие знания истории российской государственности, её традиций;
- пропаганду профессионализма, культуры, этики руководителя;
- аттестацию и стажировку работников. Процесс формирования профессиональной системы управления сопряжён с немалыми трудностями, особенно в переходный период.

Процесс формирования профессиональной системы управления и факторы, которые влияют на нее имеют следующие направления, это: изменение организационной структуры, который сопровождается перестановкой управленческих кадров, частичным обновлением персонала; увеличивается значимость мотивации, расширяется использование положительных стимулов воздействия (рис. 1).

Менеджмент как сфера деятельности включает в себя не только методы и способы управления, но и людей — менеджеров, профессионально осуществляющих свои управленческие функции.

Менеджером является член организации, который осуществляет управленческую деятельность и решает управленческие задачи, с полной ответственностью можно утверждать, что менеджеры являются ключевыми людьми в организации.

В зарубежной практике менеджером обычно называют исполнительных руководителей, тогда как директивное звено, включая собственников, именует президентами, боссами, директорами и т.д. В российском обиходе менеджерами принято считать людей, работающих с клиентами, торговых агентов, специалистов в некоторых офисах, работников кадровых служб и др.



Рис. 1. Модель профессиональной компетентности управленца

Однако существует определение, что менеджер — это руководитель или управляющий, занимающий постоянную штатную должность и наделенный полномочиями в области принятия решений по конкретным видам деятельности фирмы, функционирующей в рыночных условиях.

Организация не может существовать без менеджеров, и для этого существует ряд причин:

— менеджеры несут формальную ответственность за результаты деятельности организации;

— менеджеры проектируют и устанавливают взаимодействие между отдельными операциями и действиями, выполняемыми в организации;

— менеджеры разрабатывают стратегии поведения организации в изменяющемся окружении;

— менеджеры официально представляют организацию в церемониальных мероприятиях;

— менеджеры являются основным информационным звеном связи организации с окружением;

— менеджеры обеспечивают выполнение организацией ее основного предназначения;

— менеджеры обеспечивают служение организации интересам тех лиц и учреждений, которые контролируют организацию.

Литература:

1. Лилеева, З.А. Менеджмент в малом бизнесе. Персонал: Как руководитель организации. — М.: Статистика, 1997. — с. 92.
2. Эскиев, М. А. Малое предпринимательство: сущность и предпосылки эффективного развития ФГУ science, ЧГУ, Грозный, 2014 Гайрбекова Р.С. Юсупова Т.А.
3. Чажаев, М.И. Эскиев М.А. Современные проблемы государственного управления. Современные проблемы науки и образования
4. Эскиев, М.А. Чажаев М.И. Проблемы в сфере развития инновационной деятельности регионов России. Экономика и предпринимательство № 6 (ч. 2) (59–2) 2015 г.

Бизнес-планирование как инструмент эффективной инвестиционной деятельности на региональном рынке

Юрасова Ольга Игоревна, кандидат экономических наук, доцент;

Александрова Мария Сергеевна, студент;

Чеснокова Екатерина Геннадьевна, студент

Набережночелнинский институт (филиал) Казанского (Приволжского) федерального университета

Инвестиционная деятельность на региональном рынке представляет собой довольно сложный процесс в рамках стратегического развития отдельно взятого предприятия, который зависит от большого количества факторов и внешних составляющих. Важным направлением развития современного экономического механизма на уровне региона также является активная работа региональных и местных органов власти по выработке рыночных подходов к инвестиционной деятельности на предприятиях [6, с. 126].

В текущей ситуации в условиях рыночной экономики, особенно актуальным становится умение конкретного предпринимателя планировать свою деятельность на краткосрочную и долгосрочную перспективу, особенно на региональном рынке при нехватке финансовых, материальных и прочих ресурсов, без поддержки федеральных программ. При этом бизнес-план является одним из базовых документов, позволяющим формализовать процесс стратегического развития предприятия в комплексный документ.

Бизнес-план — это критическая стартовая точка, описывающий пути достижения прибыльности с учетом перспектив

отдельно взятого региона. В инвестиционной деятельности бизнес-планирование помогает предпринимателям провести оценку сильных и слабых сторон, рассмотреть возможность альтернативы, предложить своевременные меры по предотвращению рисков, что обеспечит успех задуманного дела и поможет обойти конкурентов [3, с. 68].

Главная цель бизнес-плана — выработка стратегических решений путем рассмотрения предлагаемого объекта бизнеса с позиций маркетингового синтеза. Другие цели разработки бизнес-плана могут быть различными, например: получение кредитов или привлечение инвестиций; определение степени реальности достижения намеченных результатов; доказательство целесообразности реорганизации работы уже существующей фирмы или создания новой; убеждение сотрудников компании в возможности достижения качественных или количественных показателей.

На сегодняшний день темпы дифференциации внешней и внутренней среды, рост показателя знаний и объема информации являются настолько полновесным, что планирование представляется единственным способом формального прогнозирования текущих и будущих проблем и возмож-

ностей их разрешения для конкретного предприятия. Организации, которые расположены в малых и средних городах и не являющиеся производствами республиканского или регионального значения, как правило, начинают поиски прямой поддержки местных властей для осуществления инвестиционных проектов. Однако перед государственной властью неизбежно встает вопрос выбора: какие предприятия и в какой форме поддерживать; в какой последовательности и каким образом принимать участие в их деятельности; как сформулировать и защищать интересы региона на вышестоящем уровне [5, с. 131].

Однако, в настоящее время, при формировании рыночных условий, бизнес-план определяет не только основные параметры системы менеджмента, но и является важнейшим инструментом взаимодействия с внешней средой. Для поиска инвестиций данный документ предоставляется банкам и инвесторам для рассмотрения целесообразности кредитов; партнерам и клиентам — для принятия решений о сотрудничестве; общественности — для открытого контроля деятельности фирмы; прессе — для формирования имиджа предприятия либо идеи; органам власти и регулирования — для получения поддержки; собственному коллективу для объединения усилий в достижении поставленных целей.

Данное условие абсолютно важно для выбора региона функционирования предприятия и применения бизнес-плана. С точки зрения инвестора в современных условиях при принятии решения об инвестировании основной упор делается именно на выбор региона инвестирования. Поэтому при формировании бизнес-плана данный момент следует учитывать в первую очередь. Даже при высоких уровнях рентабельности в других областях, некоторые инвесторы определяются консервативным характером и действуют на заведомо выгодных направлениях [3, с. 81].

Учитывая высокую концентрацию капитала в Центральной части Российской Федерации и относительную

ограниченность высокорентабельной инвестиционной деятельности в дальних регионах, возникают объективные предпосылки для перетока инвестиционного капитала и в другие регионы. Тем не менее, в условиях высоких рисков, за привлечение капитала регионы будут соревноваться не столько между собой по абсолютным показателям рентабельности капиталовложений, сколько должны будут поддерживать норму прибыли в регионе не ниже, чем норма прибыли (доходность) на финансовом рынке и соответствовать приемлемому для данного инвестора уровню рисков [6, с. 127].

Например, согласно комплексному информационно-аналитическому докладу по динамике инвестиций с применением бизнес-планов для предприятий по объемам инвестиций в основной капитал в январе-сентябре 2015 г. Республика Татарстан среди регионов Приволжского федерального округа находилась на 1 месте с общей суммой 357159,6 млн. руб., из них кредиты банков составили 25753,5 млн. руб., заемные средства других организаций — 5659,6 млн. руб., инвестиции из-за рубежа — 3720,1 млн. руб., что говорит о важности применения бизнес-плана в регионах с высоким рейтингом. Поэтому бизнес-планирование как инструмент эффективной инвестиционной деятельности на региональном рынке предполагает также увязку с рейтингом самого региона для будущей деятельности [6, с. 126].

Таким образом, бизнес-план, становится средством делового общения в современном мире бизнеса, стандартной формой передачи деловой информации. Предпринимателю выгодно рассчитывать риски посредством расширенного анализа и привязки показателей доходности проекта с региональными особенностями ввиду современной тенденции к концентрации инвесторов в областях с высоким рейтингом развития. Поэтому региональный рынок инвестиций для сих пор мало востребован для инвесторов, однако весьма перспективен.

Литература:

1. Конституция Российской Федерации: принята всенародным голосованием 12.12.1993 г. // Российская газета. — 1993. — 25 декабря.
2. Ковалев, В. Инвестиции в вопросах и ответах. Учебное пособие / В. Ковалев, В. Иванов, В. Лялин. — М.: Проспект, 2015. — 376 с.
3. Магомаева, Л. Р. Инвестиционные институты для средних и малых инновационных предпринимательских структур / Л. Р. Магомаева // Управление экономическими системами. — 2012. — 1 (37). — с. 63–69.
4. Осипов, А. Н., Колотилин Б. А., Ларионов И. В. Организационно-экономические основы интегрированного управления инвестициями / Осипов А. Н., Колотилин Б. А., Ларионов И. В. // Инвестиции. — 2013. — № 2. — с. 35–38.
5. Прохоров, А. Ю. Стратегия привлечения инвестиций в регион // Российское предпринимательство. — 2012. — № 19 (217). — с. 131–134.
6. Ремизова, Ю. Управление инвестициями и разработка инвестиционных решений: системный подход / Ю. Ремизова // Проблемы теории и практики управления. — 2015. — № 9. — с. 126–128.
7. Щедровицкий, Г., Христенко В., Реус А. Методологическая школа управления. — М.: Альпина Паблишер, 2012. — 1614 с.
8. Инвестиции Татарстанстат — Режим доступа: http://tatstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/tatstat/ru/statistics/enterprises/investment/

Маркетинг в деятельности кадровых структур

Ялмаев Рустам Алиевич, кандидат экономических наук, доцент
Чеченский государственный университет

Проблема занятости населения и формирования рынка труда является одной из исключительно актуальных тем. Дисбаланс интересов работодателей и наемных работников на микроэкономическом и макроэкономическом уровнях нивелируется посредством деятельности различных кадровых структур. В статье раскрыто понятие кадрового маркетинга, определена его цель, рассмотрены основные маркетинговые коммуникации в рамках кадрового маркетинга.

Ключевые слова: маркетинг, кадровая политика, кадровый маркетинг

Результативность кадровой политики на рынке труда в значительной мере связана с эффективностью действий кадрформирующих структур. Главное назначение их деятельности заключается в поддержании и развитии связей между всеми элементами социально-экономической системы.

Кадрформирующие и кадрораспределяющие структуры, такие как служба занятости, биржа труда, кадровые агентства, действуют на конкретном факторном рынке — рынке труда, где представлена потребность в рабочей силе и рабочих местах. Основная задача данных структур — максимально сбалансировать спрос и предложение рабочей силы. Содействуя трудоустройству и заполнению вакансий, то есть, реализуя уже существующий товар, кадровые службы выполняют роль типичного рыночного (маркетингового) посредника, однако их задачи шире [2].

Для максимально эффективного осуществления своей деятельности служба занятости должна разрабатывать и реализовывать маркетинговую политику. Маркетинговая политика призвана осуществлять продвижение товара и стимулирование спроса на него. В зависимости от состояния спроса выделяют следующие типы маркетинга: стимулирующий, развивающий, ремаркетинг, синхромаркетинг, поддерживающий маркетинг, демаркетинг, противодействующий маркетинг.

Однако особенность деятельности кадровых агентств и специфичность реализуемого товара предопределяют своеобразность применяемых методов и инструментов маркетинга. В первую очередь данную специфику определяют цели деятельности организации. Если речь идет о некоммерческих структурах рынка труда, то здесь преобладает так называемый «некоммерческий маркетинг», который получил широкое распространение в 50-е гг. прошлого столетия в результате возникновения концепции социально-этичного маркетинга. Основной целью некоммерческой деятельности является получение социального эффекта, а, следовательно, целью некоммерческого маркетинга является увеличение этого эффекта при рациональном использовании ограниченных ресурсов. Многообразие видов некоммерческой деятельности определяет наличие различных проявлений социального эффекта. Для служб занятости социальный эффект в первую очередь выражается в ослаблении напряженности на рынке труда.

Кадровые структуры стремятся к максимизации своего социального эффекта, используя приемы маркетинга, например: реализуя программу по переобучению и повышению квалификации, служба занятости ориентируется, прежде всего, на профессии, востребованные на рынке труда. Аналогично и производство нацелено на потребности клиентов, а не на свои производственные возможности, мощности. [3]

Деятельность коммерческих кадровых агентств должна обеспечивать сбалансированность трех факторов — прибыли, потребности клиентов и интересов общества. Маркетинговая деятельность таких организаций основывается на принципах классического маркетинга и реализуется в конкурентной среде.

Таким образом, коммерческие и некоммерческие кадровые структуры в своей практической деятельности, руководствуясь принципами маркетинга, должны основывать свою деятельность на исследовании рынка, изучении потребителей, их нужд и запросов; должны приспособлять предоставляемую помощь, свои услуги к конкретным потребностям и условиям конкретных рынков, осуществлять свои инновационные функции наиболее оптимально для общества и эффективным способом, стремясь к достижению максимальной потребительской удовлетворенности при минимуме общественных издержек (социальных потерь и затраченных ресурсов).

Основным направлением деятельности кадровой структуры является сбор полной и достоверной информации о ситуации на рынке труда (отраслевом, региональном и т.п.). Такая информация необходима для того, чтобы эффективно заполнить имеющиеся и потенциальные вакансии, то есть реализовать максимальный объем своей «продукции».

Маркетинговая деятельность в данной области состоит из четырех взаимосвязанных этапов:

1. Выбор и анализ источников информации для маркетинговой деятельности. На этом этапе определяется из каких источников (внешних, внутренних) лучше получать информацию, насколько она достоверна и полезна.

2. Анализ внешних и внутренних факторов, определяющих направления маркетинговой деятельности. Такой анализ является исходной точкой данного вида деятель-

ности, дающего информацию для составления плана маркетинговой деятельности.

3. Разработка требований к персоналу, которая производится на основе текущего и перспективного анализа требований к должностям и рабочим местам. Разработка требований к персоналу заключается в формировании качественных характеристик персонала: профессиональных и личностных компетенций, способностей, мотивации.

4. Изучение имиджа организации как работодателя, предметом которого является ее образ на внутреннем и внешнем рынке труда. Это должно помочь организации обеспечить конкурентные преимущества на рынке труда и привлечь кадровые ресурсы с оптимальными количественными и качественными параметрами.

Основной составляющей маркетинга являются маркетинговые коммуникации. Система маркетинговых коммуникаций — единый комплекс, объединяющий участников, каналы и приемы коммуникаций организации, направленный на установление и поддержание определенных, запланированных этой организацией взаимоотношений с адресатами коммуникаций, на формирование у них благоприятных для коммуникатора психологических установок в рамках и с целью достижения его маркетинговых целей» [1].

В комплекс маркетинговых коммуникаций кадровых служб входит: реклама, пропаганда, стимулирование сбыта и персональные продажи. Каждый из этих каналов коммуникации обладает своей спецификой стимулирующего воздействия, использует разнообразные инструменты и подходы.

При практической реализации маркетинговые коммуникации формируют информационную среду кадровых структур, которую можно представить в виде трех составляющих:

- внутренняя информационная среда;
- внешнее информационное пространство;
- интеграционное информационное пространство.

Рассмотрим сущность и содержание основных элементов маркетинговых коммуникаций, адаптированных к деятельности кадровых организаций.

Личная коммуникация — представляет собой процесс индивидуального общения работника кадровой структуры непосредственно с клиентом. Данный канал характеризуется наибольшей эффективностью и дороговизной.

Использование такого метода продвижения информации требует тщательной проработки вопросов контроля и оценки персонала, его подбора и подготовки, выработки у него навыков и умения работать с людьми. Единой методики решения этой проблемы нет, однако необходимыми считаются такие качества, как сопричастность переживаниям клиента, коммуникабельность, до-

брожелательность, располагающий внешний вид, умение убеждать.

Стимулирование сбыта (стимулирование трудоустройства) — разработка мероприятий, различного рода нововведений по стимулированию сбыта, ускорению восприятия продукта потенциальными потребителями. Этот подход направлен на потребителей с целью активизировать их поведение на рынке труда и побудить к совершению действия, желательного с точки зрения обеспечения занятости.

Мероприятия данной группы имеют кратковременный эффект, исчезающий вскоре после завершения кампании, характеризуются дороговизной, что требует тщательного подхода к их подготовке и реализации.

Реклама — это платное, однонаправленное и неличное обращение, осуществляемое через средства массовой информации и другие виды связи, агитация в пользу какого-либо товара или услуги. Согласно Закону РФ «О рекламе» в качестве рекламы рассматривается распространяемая в любой форме, с помощью любых средств информация о физическом или юридическом лице, товарах, идеях и начинаниях (рекламная информация), которая предназначена для неопределенного круга лиц и призвана формировать и поддерживать их интерес к физическому или юридическому лицу, товарам, идеям и начинаниям.

Реклама для кадровых структур — это метод неличной коммуникации с микросредой, осуществляемой посредством односторонней информации о возможностях, услугах и преимуществах данного кадрового агентства. В практической деятельности кадровые структуры широко используют различные способы и средства рекламы, которые имеют различную эффективность и силу воздействия на целевую аудиторию.

Директ-мейл (прямая почтовая реклама) — это личное рекламное обращение к конкретному человеку, пересылаемое с помощью почтового отправления на его адрес. На протяжении многих лет прямая почтовая рассылка остается одним из самых эффективных средств рекламы и директ-маркетинга. Особенности данной разновидности рекламы являются: доходчивость, доступность, управляемость, низкочастотность.

На сегодняшний день кадровые структуры существенно расширили свои возможности, освоив инновационные направления маркетинговой деятельности. Использование современных инновационных технологий позволяет кадровым структурам создавать рациональную информационную стратегию, эффективность которой выражается в регулировании потоков рабочей силы за счет повышения информированности потенциальных клиентов о тенденциях развития рынка труда.

Литература:

1. Саралинова, Д.С. Совершенствование использования трудовых ресурсов в Чеченской Республике. Автореферат дисс. на соискание ученой степени к. э. н. Москва, 2010.

2. Ханаева, А. А. Общее понятие безработицы. Попытки снижения безработицы в Чеченской республике [ТЕКСТ]/А. А. Ханаева, М. А. ЭСКИЕВ // ФГУ SCIENCE. 1 (5). 2015. с. 106–108
3. Ялмаев, Р. А. Эффективное поведение на рынке труда выпускников вузов [Текст]/Р. А. Ялмаев // в сборнике: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ РЫНКОВ ТРУДА В РОССИИ. 2012. с. 241–243.

Россия как сегмент международного рынка выставочных услуг

Яровая Наталья Сергеевна, кандидат экономических наук, доцент;

Руденко Яна Николаевна, магистрант;

Французов Владимир Анатольевич, магистрант

Донской государственный технический университет (г. Ростов-на-Дону)

Выставочная отрасль является визитной карточкой, по которой судят об экономике территории и ее инвестиционной привлекательности. Участие страны в международных выставках и ярмарках, на сегодняшний день, представляется как действенное средство коммуникационной политики в международном маркетинге, которое способно простимулировать продажи товаров и услуг на зарубежных рынках и является эффективным методом в конкурентной борьбе. Международные выставки и ярмарки организуются в разных странах. Эпицентрами активности на сегодняшний день являются Германия, Англия, США, Франция и Италия, ибо на их долю выпадает более 2/3 всех выставок и ярмарок, проводимых в мире. Сегодня наблюдается постоянное увеличение числа выставок и ярмарок, расширение выставочных площадей, повышение доли машин и оборудования в номенклатуре экспонируемых товаров, колоссальное увеличение сумм заключаемых экспортно-импортных сделок.

Ключевые слова: выставка, ярмарка, международный бизнес, торговая выставка, публичная выставка, рынок выставочных услуг.

Стабилизация экономики Российской Федерации, необходимость стимулирования положительных структурных изменений в пользу наукоемких и высокотехнологических производств, ставят новые задачи по продвижению отечественных технологий, товаров и услуг на внутренний и внешний рынки. Как показывает мировая практика, одним из наиболее эффективных методов решения вышеизложенных проблем является выставочная индустрия.

Выставки — это связующее звено между внутренними и международными рынками и способствуют привлечению иностранных инвестиций для реализации перспективных направлений развития экономики. Чрезвычайно возросшая прозрачность рынка, низкие издержки поиска информации, прогрессирующее дерегулирование обостряют конкуренцию в отношении сроков и компетенций. Глобализация влечет за собой слияния компаний, перегруппировку сил, формирование новых структур, образование стратегических альянсов. Как один из важнейших инструментов торговой, инвестиционной, промышленной и внешнеэкономической политики страны, выставочная индустрия становится системным сегментом национального хозяйства, продвигающим ключевые отрасли. И, как следствие, развитие страны напрямую зависит от того, насколько развита выставочная деятельность.

По своей сложности и многофункциональности российский выставочный бизнес сравним с такими секторами

национальной экономики как промышленность, научная, технологическая, предпринимательская деятельность.

Особенностью современного этапа развития выставочного бизнеса является необходимость совершенствования механизма комплексного развития выставочных услуг. Это связано с общими экономическими тенденциями и с появлением новых рыночных законов: жесткая конкуренция, необходимость поиска оптимальных контрагентов и формирования новых способов сбыта продукции, возрастание роли рекламы. [1]

Ускоренное технологическое развитие, прежде всего информационных и коммуникационных технологий, и связанное с этим наступление глобализации приводит к росту значения выставочных проектов в ряду коммуникативных инструментов, которые:

- становятся одним из эффективных механизмов реализации инновационного процесса;
- обеспечивают мобильность рынка;
- создают необходимое информационное поле;
- формируют значительные финансовые потоки;
- приносят дополнительный доход в бюджеты всех уровней.

Начало нового этапа развития выставочно-ярмарочной деятельности определяется и изменениями условий ведения бизнеса, связанными с процессом вступления России в ВТО. В данной связи выставочно-ярмарочная деятельность приобретает качественно новое значение

в контексте поддержки отечественных товаропроизводителей. Порядок регулирования торговли услугами в рамках ВТО неизбежно влечет усиление конкуренции с иностранными фирмами с одной стороны, и ограничение инструментария защиты российских производителей — с другой. Все это объективно приводит к необходимости защиты российских выставочных организаций, которые после снятия барьеров могут оказаться в уязвимом положении, и посредством этого защищать отечественных товаропроизводителей.

Динамика развития выставочного бизнеса в настоящее время свидетельствует о переходе количественных изменений в качественные. Иначе говоря, происходит преобразование выставочного рынка в сторону его глобализации, преобладания тенденций кооперации. Отмеченная тенденция является результатом исчезновения мелких фирм, сокращения как выставок и ярмарок, так и операторов; постепенного исчезновения однотипных выставок. [2]

Изменения претерпевает сама философия формирования выставочных проектов, которые сегодня не ограничиваются только экспозиционной составляющей, преобразуясь в Форумы и отраслевые Недели. Реалиями сегодняшнего этапа развития выставочного рынка становятся перепродажи перспективных брендов слабыми операторами более мощным, формирование выставочных холдингов. Например, в 2010—2013 гг. общее количество выставок и ярмарок, в том числе и универсальных выставок, уменьшилось почти на треть, специализированных — на четверть, операторов стало меньше на 20%.

Особенности нового этапа развития выставочного бизнеса вызывают к жизни и новую парадигму системы управления процессами в выставочной индустрии. Надо признать, что существующие способы и методы данной системы не всегда удовлетворяют динамичным требованиям глобального экономического развития. И потому важнейшей задачей сегодня является разработка научно обоснованных путей и направлений рационального использования механизма управления выставочно-конгрессной деятельностью, базирующихся на общеметодологических положениях планирования экономического и социального развития национального хозяйства страны. [3] Научные основы обеспечения организации полного комплекса выставочных услуг предусматривают постоянное совершенствование методологии, рационализацию подхода к комплексной оценке развития выставочных бизнес-проектов.

Перспективы развития выставочной индустрии сегодня связаны с обеспечением на государственном уровне ее координации и поддержки, обеспечением правовой защиты отечественных выставочников, оценкой выставочной деятельности по результатам эффективности выставочных мероприятий, развитием конгрессной индустрии, созданием современных (и обновлением действующих) выставочных комплексов, формированием многоуровневой системы подготовки и повышения квалификации кадров для выставочной отрасли и, как первоначальный этап совершенствования качества и эффективности реализации

бизнес-проектов в данной области — методическое обеспечение процедур подготовки и реализации выставочных проектов.

Москва продолжает оставаться лидером выставочно-ярмарочной деятельности. Речь идет не только о России, но и обо всем пространстве бывшего СССР: более половины всех выставочных и конгрессных мероприятий приходится на российскую столицу. По аренде экспозиционных площадей этот показатель еще выше: более 60% всего объема. [4]

Выставочная деятельность в Москве, по своим масштабам достигла мирового уровня, став важной составной частью экономической жизни столицы. Сегодня выставочно-конгрессная сфера — мощный стимул социально-экономического и культурного развития Москвы, способствующий формированию рыночной инфраструктуры, расширению рынка сбыта товаров и росту экспортно-импортного обмена. Кроме того, интенсификация бизнес-коммуникаций создает благотворный предпринимательский и инвестиционный климат в городе, способствуя переходу на качественно новый уровень производства товаров и услуг, развитию внешнеэкономических связей Москвы, рациональной интеграции экономики столицы в мировую экономику.

Выставочно-конгрессная сфера Москвы, наряду с вышеуказанным, сама остается источником значительных финансовых поступлений в бюджет города и одновременно увеличивает коммерческую отдачу сферы обслуживания (гостиницы, транспорт, связь, общепит, бытовые услуги, индустрия досуга и др.).

Правительство Москвы, исходя из роли, которую играет выставочно-конгрессная деятельность в реальном секторе экономики города, отводит ей достойное место в приоритетах развития столицы и связывает с ней решение многих насущных задач, стоящих перед Москвой, в том числе и задачи по удвоению внутреннего валового продукта в 2010 году. [5]

Таким образом, роль и место выставочно-ярмарочной деятельности в народнохозяйственном комплексе города Москвы подтверждается самим ходом экономического развития столицы на современном этапе. Именно от нее, в частности, в значительной мере зависит наращивание потенциала города и последовательное вхождение Москвы в мировое экономическое пространство.

По статистике Международного союза выставок и ярмарок более 50% всех выставочных мероприятий, устраиваемых сегодня в странах СНГ и Балтии, проводятся в Москве. По площадям это показатель еще выше — свыше 60%. [6] В этой связи программа московских выставок может служить достаточно достоверной базой для анализа процессов формирования и развития выставочного рынка в России.

На выставочном рынке Москвы в настоящее время действует порядка 120 выставочных операторов, 25 из которых являются членами Международного Союза выставок и ярмарок, что составляет порядка трети всех

членов Союза. На 15 выставочных площадках столицы ежегодно проводится около 550 выставочно-ярмарочных мероприятий с международным участием, в том числе по предложениям иностранных организаций. Их общая экспозиционная площадь достигает 1.5 млн. кв. м. В этих мероприятиях ежегодно принимает участие около 100 тыс. отечественных, в том числе более 16 тыс. иностранных экспонентов из почти 130 стран ближнего и дальнего зарубежья. Последние 2–3 года столичные выставочные мероприятия устойчиво посещают от 8 до 8.5 млн. посетителей, из которых 2.0 млн. – специалисты практически всех отраслей отечественной экономики, включая малое предпринимательство, ремесла и народные промыслы.

Анализ выставочного рынка Москвы позволяет выделить основные тематические приоритеты, характерные для московских выставочных мероприятий. Наибольшую долю выставочных мероприятий, проводимых крупнейшими операторами в Москве, составляют выставки мебели, текстиля и одежды, транспорта, строительства, здравоохранения, продуктов питания, информатики, средств связи, образования; выставки, посвященные спорту и досугу.

Далеко за пределами нашей страны известны такие крупнейшие московские выставки, как «Мебель», «Химия», «Здравоохранение», Мосбилд», «Продэкспо», «Связь-Экспоком», «Московская международная книжная ярмарка», «Лесдревмаш», «Росупак», «Золотая осень», «Текстильлегпром» и другие. Именно на этих форумах, демонстрирующих основные достижения развития отрасли, стимулирующих профессиональное развитие и повышение престижа отрасли, стремятся заявить свое присутствие основные игроки отраслевых рынков.

Организаторами наиболее значимых для экономики города выставочных мероприятий являются члены Международного союза выставок и ярмарок. На сегодняшний день 62 московских выставки отмечены профессиональным знаком МСВЯ и 30 московских выставок имеют знак Всемирной Ассоциации выставочной индустрии (UFI). [7]

Подвергается серьезной реконструкции и материально-техническая база выставочно-конгрессной деятельности. Строятся новые павильоны и реконструируются старые во Всероссийском выставочном центре, возводится новый павильон в «Экспоцентре» на Красной Пресне, реконструируется КВЦ «Сокольники», введен в строй новый современный выставочный павильон в ВК «Крокус-Экспо», заново возрожден ЦВЗ «Манеж».

Приведенная оценка выставочного рынка Москвы позволяет сделать следующие выводы:

1. Современное состояние и тенденции развития выставочно-конгрессной деятельности в Москве свидетельствует о становлении города в качестве крупнейшего в Восточной Европе центра данного вида услуг;

2. В столице сложился костяк профессиональных организаторов выставочной деятельности, представля-

ющих наиболее насыщенные выставочные программы, имеющие заметное влияние на развитие отраслей национальной экономики. Данной группой выставочников созданы российские выставочные «бренды», активно продвигающиеся как на внутрироссийском, так и на международном рынке;

3. Решение задач и проблем современного развития выставочного рынка Москвы сегодня, безусловно, лежит в плоскости вхождения Москвы в мировое экономическое пространство, оптимизации отношений делового партнерства с международным выставочным сообществом, реализацией потенциала крупнейшего европейского бизнес-центра.

В заключение хотелось бы отметить, что в настоящее время выставочно-ярмарочная деятельность относится к числу существенных факторов, стимулирующих развитие всех отраслей российской экономики. Постоянно проводимые исследования рынка выставочно-ярмарочных услуг способствуют развитию экспозиционной деятельности, как в нашей стране, так и во всем мире.

Рынок выставочно-ярмарочных услуг в России, как и по всему миру, имеет неуклонную тенденцию к росту. Основными центрами выставочной активности в нашей стране являются Москва и Санкт-Петербург. Главной задачей организаторов любой экспозиции является создание продукта, удовлетворяющего всем запросам потребителя. Успех проведения экспозиции зависит и от эффективности подготовки и учета всех особенностей отрасли предоставляемой услуги, качества подготовленных материалов и умения выставочных операторов максимально заинтересовать потребителя.

Анализ рынка потребителей и поставщиков выставочных услуг показал, что основными участниками выставок являются предприятия постоянно развивающиеся, имеющие четкую организацию производства и управления, отлаженную маркетинговую политику. При этом большая часть предприятий, участвующих в выставках не получают должного удовлетворения от проведенных экспозиций (40% от числа всех предприятий страны). Организаторы выставок, в свою очередь, имея своей главной целью – привлечение участников на выставку, стремятся к оказанию всего спектра услуг в организации выставочных мероприятий. [8]

Серьезной проблемой является нехватка выставочных площадей в регионах и их качество, не соответствующее современным требованиям. Необходимо в тесном взаимодействии с администрациями регионов разработать схемы финансирования создания и модернизации выставочных комплексов, формы участия в них торгово-промышленных палат.

Выставочные мероприятия представляют собой один из инструментов коммуникации в рыночной среде: выставки являются достаточно эффективным способом поиска и обмена информацией – экспоненты распространяют информацию в соответствии с поставленными целями и собирают необходимую рыночную информацию

о состоянии отрасли, поведении конкурентов, положении собственной компании и т. п.

Рассмотрение выставки как продукта, позволяет по-новому взглянуть на этот инструмент маркетинга, определить все возможности, которые он предоставляет, и использовать их для получения максимального эффекта от экспонирования. Маркетинговые коммуникации являются основным источником информации для предприятия, которая на сегодняшний момент является достаточно важным ресурсом. [9] Знание особенностей процесса коммуникации, каналов получения и распространения информации поможет предприятию повысить эффективность своей работы за счет уменьшения неопределенности, сокращения срока принятия маркетинговых и управленческих решений.

Основной проблемой в сфере оценки состояния рынка выставочно-ярмарочных услуг в России является отсутствие механизма получения полной и достоверной информации о развитии отрасли. В этой связи одним из вариантов ее решения может быть разработка единой системы сбора, обработки и анализа статистических данных по выставочно-ярмарочной деятельности. Наблюдается нехватка систематизированной оперативной информации

и рекомендаций о зарубежных выставках и ярмарках, наиболее перспективных для российских экспортеров. Это вызывает необходимость в отладке информационного потока между предприятиями-поставщиками выставочных услуг, как в нашей стране, так и с компаниями-коллегами за рубежом.

С целью повышения эффективности использования финансовых средств, выделяемых из федерального бюджета на поддержку участия российских предприятий в зарубежных выставках, представляется целесообразным использовать систему патронажа выставочных мероприятий. Разработать систему конкурсного отбора организаторов выставок, проводимых с финансовой, организационной и информационной поддержкой государства.

Требует финансовой поддержки государства участие отечественных предприятий в наиболее значимых международных выставках, проводимых на территории России.

Для повышения эффективности выставочной деятельности предприятий необходимо более рационально и результативно использовать выставку как инструмент маркетинговых коммуникаций с целью создания благоприятного информационного поля для принятия управленческих решений.

Литература:

1. Гильдия выставочно-ярмарочных организаций МТПП/Выставочный бизнес России: тенденции и перспективы развития. expo.mtpp.org
2. Стровский, Л. Е., Фролова Е. Д., Демченко Е. А. Рынок выставочно-ярмарочных услуг: формирование, функционирование, регулирование/Под общ. редакцией д. э. н., проф. Л. Е. Стровского. Екатеринбург: ГОУ ВПО УГТУ-УПИ, 2004.
3. Титов, А. Б. Маркетинг и управление инновациями. СПб.: Питер, 2001.
4. Шматов, М. Е. Роль маркетинга и рекламы в развитии выставочного бизнеса в России. // Материалы научно-практической конференции «Современные тенденции развития выставочно-ярмарочной деятельности. М.: ОАО «Государственное акционерное общество «Всероссийский выставочный центр».
5. Шпаков, В. Н. Россия на Всемирных выставках 1851.2000. М.: Росинэк, 2000.
6. Журнал «Экспомир», Каталог «Выставки в России и за рубежом» – www.exprom.ru.
7. Международный союз выставок и ярмарок – www.uefexpo.ru.
8. Международный союз ярмарок (UFI) – www.ufinet.org.
9. Торгово-промышленная палата России – www.tpprf.ru.

ПОЛИТОЛОГИЯ

Политическая установка в современной риторике

Коротец Игорь Дмитриевич, доктор философских наук, профессор;

Абдуллаев Рустам Алиевич, студент;

Краснонос Дмтрий Витальевич, студент;

Мун Дмитрий Владиславович, студент

Южный федеральный университет

Современное общество очень политизировано. Очевидно, что это обстоятельство связано с кризисным процессом перехода от индустриальных способов организации социальности к информационным. В таких условиях, как правило, обостряется борьба старых и новых форм организации, поскольку возникновение новой конфигурации социально-политической системы затрагивает интересы большого числа членов общества. Можно утверждать, что современные тренды изменения политических структур заключаются в глобально-корпоративном/региональном формировании. В этих условиях происходит смена элит, что востребует усиление способов влияния институтов организации на население планеты в целом. Данное влияние осуществляется при помощи множества инструментов социально-политического воздействия на членов общества, среди которых важную роль играет вербальная коммуникативность, исследуемая, в частности, политической риторикой.

Главная задача политической организации, как известно, заключается в создании ограничений в установках и поведении людей, направленных на обеспечение системного воспроизводства конкретного сообщества. В кризисных состояниях, как в настоящее время, необходимо создавать новые организационные структуры при одновременном удерживании общества в упорядоченной форме, препятствующей хаосу и коллапсу. В этих условиях влияние общения возрастает, поскольку оно позволяет воздействовать на членов общества, реализуя указанную бинарную цель преобразований, обладающую высокой степенью противоречивости и конфликтности.

Основная цель эффективного коммуникативного взаимодействия в политическом пространстве заключается в способности общества создавать адекватный институт лидерства и в умении лидеров присоединять к своим политическим позициям членов сообщества. С этим обстоятельством связаны такие политические процессы, как активизация общения, разрастание медийных систем и усиление манипулятивного воздействия самых разных

субъектов политики на население, включая информационные войны и террористические провокации. Таким образом, возрастает роль использования ораторских технологий для достижения главной цели общения – присоединения слушателей к позиции оратора.

За время существования риторики человечество накопило огромный опыт в организации общения, множество образцов, технологий и принципов. Владение ими обогащает ресурсы оратора, а адекватное применение позволяет общаться культурным и эффективным образом. Занятия риторикой и практический опыт выступлений при определенных условиях приводят к формированию ораторского вкуса. Ораторским вкусом можно считать такое понимание публичного общения, которое соответствует актуальным культурным образцам.

Оратор, обладающий профессиональным вкусом, в состоянии в реальном времени оценивать уровень и формы общения. Совокупность вкуса, практических навыков общения и наличие индивидуального стиля оратора, синтезированные с рядом ментальных и гражданских стереотипов, способствуют формированию суверенной ораторской культуры – умения посредством общения реализовывать культурные потребности корпорации в их полном объеме. Квалифицированные политические ораторы осознанно используют технологии подготовки и произнесения речи. Элементы технологий, освоенные и используемые в качестве риторического инструментария, способны значительно расширять ресурсы влияния субъекта политических коммуникаций. В то же время в российской политической практике очень много случаев, когда политики из-за провалов в ораторских технологиях превращают себя в объект критики и насмешек, воспроизводя на свет массу несурзных, безграмотных высказываний. Следует отметить, что, несмотря на подобные ораторские казусы, практически никто из незадачливых ораторов-политиков не занимается изучением даже азов риторики.

Неквалифицированные и начинающие ораторы в процессе занятий риторикой овладевают технологиями об-

щения и учатся их применять, создавая образ оратора. Они закладывают основы индивидуального вкуса, а также осознают необходимость превращения в профессионала высокого культурного уровня. Подобное развитие предполагает теоретическую и практическую подготовку, а также саморазвитие оратора, который технологии апробирует на практике как единство культурный и индивидуального теоретического и практического опыта, перерабатывая его в персональный стиль.

Профессиональные риторы обычно выступают с темами, совпадающими с их компетенцией в зависимости от потребности слушателей. Тематика, как правило, формируется на основе внешнего программирования. Неопытные ораторы не всегда могут позволить себе следовать программе слушателей. Выбор темы для них связан с внутренней мотивацией. Это вызвано рядом обстоятельств. Полноценное выступление возможно только на основе личного опыта оратора. Общение на темы, изученные по источникам информации, созданным другими людьми, достаточно абстрактно и затруднительно (лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать).

Актерский труд, суть которого заключается в лицедействе (надевании и смене масок), программируется внешним способом сценаристами и режиссерами. Искусство актера заключается в том, чтобы «войти» в образ, т.е. отождествить собственный образ с образом персонажа, который необходимо передать, сконструировав из двух позиций одну. Профессионалам известно, что полностью этот процесс идентифицировать невозможно — он относится к разряду творческого таинства.

Универсальный оратор практически лишен внешнего программирования: он сам конструирует свое пространство образа речи, начиная от замысла предмета общения и заканчивая организацией присоединения слушателей к своей позиции. Такие речи воздействуют на слушателей магическим образом до тех пор, пока живы стереотипы данной культуры (вспомним Демосфена, Цицерона и других великих). Для произнесения такой речи необходимо владеть определенным содержанием, создать образ речи и добиться включения в этот образ слушателей. Основными ресурсами подобной деятельности являются предметная компетентность и коммуникативная энергия, достаточная для интеграции слушателей в пространство речи. При наличии этих предпосылок уровень оратора будет зависеть от умения совместить, использовать эти ресурсы продуктивным, эффективным образом.

Начинающим ораторам этих предпосылок, как правило, не хватает, поэтому им необходимо использовать естественные внутренние ресурсы. Основным видом этих ресурсов является владение каким-либо предметом на достаточном уровне (не ниже уровня этоса) и эмоциональное, заинтересованное отношение создателя речи к этому предмету. Эти внутренние особенности личности позволяют сконструировать компетентность и высокий потенциал энергетизма, необходимые для реализации образа речи. Предлагаемые положения носят тривиальный

характер, но устойчивая подданническая позиция, вырабатываемая в системе образования и воспитания в нашем обществе, не позволяет многим молодым ораторам ориентироваться в выступлениях на самореализацию.

В политическом общении нельзя одерживать победы, не будучи субъектом во многих отношениях. Поэтому для политического современного оратора необходима самостоятельность в пространстве гражданской позиции. Еще раз напомним, что суть гражданской позиции оратора заключается в пафосе человеческой самореализации, осуществляемой во время публичного общения. Оратор не «озвучивает» содержание, а реализует себя через содержание выступления. Основами организации пафоса выступают знания и убеждения оратора, его воля и желание, стремление участвовать в конкуренции по поводу общения и воздействовать на слушателей. Оратор при такой интерпретации отождествлен со своей позицией, поэтому, выступая, коммуникационное пространство творит «Он», вместе со слушателями.

Подданническая установка оратора на первое место ставит не человека, а содержание общения. Он «отрабатывает» урок, является проводником содержания. Самореализация оратора осуществляется не за счет организации пространства общения, а за счет реализации образа речи, который практически безразличен оратору. Человек, выступая в соответствии с подданнической установкой, не программирует пространство общения, а реализует внешние установки. Потребность и желание воздействовать на слушателей отходит на целевую периферию, а на доминантную позицию выходит лояльность по отношению к руководству корпорации. Оратор «заслоняется» содержанием от ответственности за форму общения, влияния его на состояние корпорации и потребности в гражданской самореализации. Человека в подданническом пространстве общения нет, есть только функции и роли, которые распределены за пределами пространственно-временного континуума общения.

Поэтому многие начинающие ораторы, находящиеся в подданнической политической позиции, вместо того чтобы общаться в хорошо известном им пространстве содержания, пытаются в своих выступлениях отработать школьный урок, выбирая абстрактные, никакого отношения к ним не имеющие позиции. Свою ораторскую задачу они видят в том, чтобы «выучить и продекламировать», не проявляя в этом общении своей личности. Такое выступление является малоэффективным и антириторическим, поскольку носит в основном информационный характер

Подданнический оратор играет как актер свою роль, надев маску лояльности. Его задача более проста и одновременно сложна, поскольку оратор в подобной позиции дистанцируется от своих личностных установок. Как правило, подобное общение не удовлетворяет выступающего, нейтрализует его энергию. Присоединение слушателей к позиции, как правило, носит ритуальный характер и зависит от степени коммуникативного принуждения.

Гражданская установка основана на самореализации, она естественна, а значит достаточно проста. Нужно только «обрести себя». Оратор, следующий подданнической установке, может либо «сыграть содержание», либо «сыграть образ речи», вместо себя продемонстрировав маску функции, которая предписана правилами игры корпоративного пространства.

В реальном общении аспекты подданничества и гражданственности присутствуют одновременно. Подданническая позиция формируется корпоративной, партийной принадлежностью создателя речи, гражданская — его персональным отношением к содержанию установок и позиции. Соразмерность этих аспектов создает в процессе общения энергию оратора и степень воздействия его позиции. Общение, осуществляемое с целью обмана слушателей или бессодержательного статуирования оратора, особенно имеющего власть, антикорпоративно, наносит обществу вред. Этот вред заключается в нарушении энергетического резонанса социальности, которое ведет к деструкции. Стереотипы и технологии общения, которые оформляют его содержание, не могут быть культурными

в полном объеме, потому что один человек и даже вся общность людей не могут вместить в коммуникативный акт всего содержания культуры. Духовная организация общения позволяет восполнить эту целостность в частичных, единичных событиях. От современных политических лидеров зависит, насколько общество продвинется в направлении гармонизации человеческих отношений.

От сознательности современных политических ораторов зависит тот мир, который они создают в процессе политического позиционирования: он может быть и безжалостным, и комфортным. Они должны знать, понимать, действовать и отвечать за содеянное в соответствии с публичным правом и духовными ценностями. Чтобы подобный скачек мог произойти, необходимо, чтобы современные слушатели превратились в активных участников диалога. Культурная задача слушателей — раскодировать речь ораторов и реагировать на нее в соответствии с потребностями становящегося информационного общества. Трансакционная содержательная активность основной части членов общества уже превратилась в культурную потребность! Главное — не опоздать!

Литература:

1. Бредмайер, К. Мастерство словесной атаки. Как воздействовать на людей магией слова. — М., 2007. — 192 с.
2. Гофман, В. Слово оратора. Риторика и политика. — М.: Либроком, 2014. — 232 с.
3. Коротец, И. Д. Риторика: 100 экзаменационных ответов. — Москва — Ростов-на-Дону. — 240 с.

Роль пропаганды в нынешних международных отношениях

Матвеев Евгений Константинович, студент

Российский государственный университет нефти и газа имени И. М. Губкина

В наше время ассоциации со словом «пропаганда» не самые лучистые и приятные, обычно представляется некое подобие миссионера в Африке или консультанта в магазине, то есть навязчивые попытки заставить вас изменить свое мнение. Однако, давайте разберемся, что это значит.

Термин «пропаганда» получил широкое распространение только в начале двадцатого столетия, когда его начали использовать для описания тактики убеждения, при которой жертва принимает позицию пропагандирующего, как будто бы она была его собственной. Способов такой манипуляции достаточно много, начиная от стандартного вербального и заканчивая невербальными способами воздействия на подсознание человека.

Изобретение радио привело к началу нового века в пропаганде, теперь для того, чтобы переманить людей на свою сторону, достаточно было всего лишь запустить передачу с местной радиостанции. Затем последовали телевидение и интернет, что привело к тому, что информация стала играть решающую роль в современном мире.

Как и всегда, сейчас существуют неординарные люди, но всё больше жертвами становятся не землевладельцы или производители, а люди обладающие информацией. Следовательно, и пропаганда как метод информационной борьбы должна использоваться чаще. Но этот термин отпугивает людей, поэтому пропаганда имеет теперь много имён: реклама, СМИ, новости, социальные сети, разнообразные акции и тому подобное, что превращает нас из общества производства в общество потребления. Управлять куда проще людьми, не способными или не желающими думать, какими нас и стремится сделать система.

В некоторых странах правительство имеет тоталитарный контроль над СМИ, в некоторых они ограничиваются только цензурой. Болгарский ученый Тодор Дичев в одном из интервью сказал: «По моим данным сейчас имеет место массовое программирование, зомбирование людей». Если спросить себя: «Является ли СМИ пропагандой?» — то можно прийти к однозначному ответу, что в настоящий момент СМИ является основным методом пропаганды независимо от государства и поло-

жения этого государства в мировой гонке за мировым господством.

Но является ли СМИ единственной известной на данный момент явной пропагандой населения? Конечно же, нет! Пропаганда переросла из политического и военного метода в метод повседневного действия. Каждый день, везде мы видим разного рода рекламу, которая скандирует купить тот или иной товар. До появления компьютерных технологий, интернета и мобильной связи реклама была не так развита, однако в данный момент на рекламу тратится больше капитала, чем на производство товара, который собирается рекламировать.

Можно очень долго описывать методы современной пропаганды, однако, реклама и СМИ — не самое худшее. В последнее время участились террористические акции протеста присоединению Крыма к России, войне в Сирии и подобным. Сложности в решении последствий заключаются в том, чтобы сойтись во мнении насчёт одного и того же события людей из разных стран. В каждой стране свои идеи, своя пропаганда, влияющие на образ мышления людей. Так, например, сбитый неподалеку от границы Турции российский самолёт Су-24 навел немало шо-

роху, причём ни одна из сторон конфликта не признала своей вины, по России говорили, что это не территория Турции, турки же считают иначе и утверждают, что это была защита собственной территории. Когда был теракт на борту самолёта А321 в Египте, по российским СМИ передавали, что возникли затруднения в расследовании крушения воздушного судна, но ни в каких больше источниках не указывалось на подобные проблемы сотрудничества России и Египта.

Учитывая нынешнюю свободу слова в большинстве демократических стран, хотелось бы отметить колоссальное количество мнений и желающих пропагандировать своё, у каждого личное представление о мире, немного искажая действительность в своих интересах. В итоге мы получаем огромную несурязицу, которую пытаемся выстроить в одно последовательное структурированное мнение и называем его «своим». Пропаганда как источник военного воздействия используется реже, чем как метод управления сознанием людей разных наций и стран. Отсюда можно сделать вывод: следует верить только своим чувствам, но и тем с недоверием.

Литература:

1. Яковлев, М. В. Факторы формирования особенностей российской модели демократии // Вестник Башкирского университета. 2013. Т. 18. № 1. с. 211–213.
2. Яковлев, М. В. Особенности современной демократии в России // Перспективы науки. 2013. № 1 (40). с. 114–117.
3. Яковлев, М. В. Демократическая политическая культура в западных и незападных сообществах: подход Габриэля Алмонда и Сиднея Вербы // Наука и образование в жизни современного общества: сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции: в 12 частях. Тамбов: Юком, 2015. с. 160–162.
4. И. Панарин «Информационная война и геополитика»: http://www.e-reading.club/bookreader.php/123890/Panarin_-_Informacionnaya_voiina_i_geopolitika.html

Metagovernance как способ достижения симметричной политической коммуникации

Подшибякина Татьяна Александровна, кандидат политических наук, доцент;
Первухина Юлия Сергеевна, студент
Южный федеральный университет

В статье исследуются основные закономерности и тенденции развития политической коммуникации с использованием концепций governance (соуправление) и metagovernance. Анализируются причины, порождающие нарушения во взаимодействии государства и гражданского общества.

Ключевые слова: metagovernance, соуправление, гражданское общество, политические сети

Проблема «соуправления» в настоящее время находится на пике интереса политической науки, концепт «соуправления», теоретико-методологические подходы к изучению сетевых организаций и сетевых политических

сообществ разных уровней стали темами современного политического дискурса. Появляются новые категории (multi-level governance), отражающие изменения в государственном управлении в условиях глобализации.

Концепт «соуправления» был использован при разработке новых теорий управления, направленных на взаимодействие всех участников управления при подготовке и принятии решений. В качестве самостоятельного проекта «соуправление» начинает свое существование с конца 1990-х годов как особая модель реформирования государственного управления. Изначально понятие «governance» использовалось в концепции политических сетей в значении «управление без правительства» для характеристики новых форм администрирования и способов управления. Сейчас «governance» прежде всего рассматривается как практика управления, представляющая собой механизм представления и защиты интересов гражданского общества на государственном уровне. Применительно к политико-управленческим сетям чаще используется в практическом значении понятие «соучастие», а если говорить об участии в управлении, то «соуправление». Несмотря на признание принципа равенства государства и структур гражданского общества в качестве агентов «соуправления», есть два различных подхода к исследованию «субъект-объектных» отношений в этом взаимодействии. Одни исследователи рассматривают все процессы с позиций государства, другие – гражданского общества. В контексте процесса глобализации выдвигается тезис о «пост-со-управлении» (post-governance) и усилении роли государства как основного актора.

Можно выделить ряд факторов, нарушающих механизмы функционирования политической коммуникации как системы, элементы которой взаимодействуют на основе принципа симметрии, их действие наиболее наглядно проявляется при внедрении принципов «governance» в область политической практики. К таким факторам можно отнести предписанную асимметричность взаимодействия субъектов, содержащуюся в самих концептах управления, реализующихся посредством административных реформ; уровень взаимодействия акторов – горизонтальный или вертикальный; характер режима управления в стране; особенности политического дискурса по проблемам взаимодействия государства и гражданского общества, необходимости отказа от принципа иерархичности системы управления.

М. Бевер выделяет три основных теоретических подхода к проблеме сетевого взаимодействия акторов в системе политико-административного управления: управление сетью, metagovernance, управление без правительства. Первый подход с наивысшей степенью асимметричности коммуникации, опирающийся на принципы управления сетью, исследователи связывают с результатами проведения нелиберальных реформ в государственном управлении, предусматривающих заключение договоров на поставку различных услуг населению, влияющих на формирование новой политики «рынков и сетей». В результате выросло участие государственных учреждений в оказании услуг населению и возросло их влияние на увеличивающееся число самостоятельных частных субъектов. Особенность управления сетью заключается

в рассредоточении государственной власти среди самоорганизующихся сетей, состоящих из различных структур гражданского общества, общественных и частных организаций [1, 60]. Последствиями этого процесса на практике является функциональная дифференциация современного государства и маркетизация государственного сектора, при доминировании государства в сетевых взаимодействиях.

Второй подход, metagovernance, не оспаривая идею сдвига от бюрократии к рынкам и сетям, ставит под сомнение потерю доминирования государственной властью. Metagovernance – способы государственного управления, сочетающие потенциал руководящих структур и инструменты косвенного контроля сетевого взаимодействия. Концепция metagovernance описывает роль государства и его характеристики, принципы и механизмы управления в новом для него поле сетевого управления, в котором управление распределяется между множеством различных частных, общественных, государственных акторов, становится фрагментарной и децентрализованной среди множества сетей. Роль государства смещается от прямого управления обществом посредством бюрократии к metagovernance из нескольких видов косвенного вмешательства и регулирования деятельности субъектов, имеющих свои интересы. [1, 60].

Концепция metagovernance исходит из того, что государство продолжает осуществлять эффективный контроль над другими организациями, играет значительную роль в обеспечении координации в управлении и, в частности, с широким использованием государством неформальных способов управления. Metagovernance как способ управления предполагает, что государство меньше предоставляет услуги непосредственно, действуя через бюрократические организации, а больше действует, регулируя сеть организаций, которые предоставляют такие услуги. Государство регулирует деятельность организаций, воздействующих на функционирование гражданского общества, поскольку не может применять бюрократические инструменты управления в отношении к самостоятельным, автономным образованиям негосударственного сектора. Направляющая роль государства проявляется в установлении правил игры для всех субъектов отношений, в организации диалога между субъектами, позволяющего последовательно защищать их интересы.

Государство может организовать диалог, способствовать налаживанию процесса коммуникации между субъектами управления, организуя соответствующие площадки для поддержания контактов. Без участия государства не может осуществляться и распределительная функция управления, поддерживающая баланс в распределении материальных и властных ресурсов и равновесие интересов участников рыночных отношений. Государство в случае возникновения конфликтной ситуации выполняет роль третейского судьи и содействует восстановлению сетевого взаимодействия между субъектами и объектами процесса управления. Выбор подходов metagovernance

определяется сложившейся ситуацией и зависит от политических и экономических условий деятельности агентов коммуникации.

Е. Серенсен и Я. Торфинг выделили четыре теории metagovernance: теорию взаимозависимости, управляемости, интеграции и системы управления. Теория взаимозависимости фокусируется на регулировании управляемой сети с помощью косвенных политических инструментов. Теория управляемости построена на противоречиях в управлении сетью, связанных со скрытой иерархией. Теория интеграции раскрывает управление через идентичность акторов. Теория власти фокусируется на регулировании и саморегулировании посредством норм, стандартов и целей, которые устанавливают пределы к сетям.

Третий подход, максимально учитывающий равноправие акторов, представлен теорией государственной децентрализации, однако и он отрицает переход от государственного управления к сетевому самоуправлению, опираясь на тезис о том, что государство представляет собой «управление без правительства». Государство рассматривается как результат различных социальных практик и действий политической борьбы элит и социальных акторов, определяемых конкуренцией и сложившимися традициями.

Теория децентрализации рассматривает социальную конструкцию государства, в которой отдельные акторы могут осуществлять социально значимые действия, что в принципе изменяет концепцию государства. Новая концепция исходит из того, что индивиды могут влиять на формы правления, институты и нормы, исходя из своей социальной логики, традиций, понимания происходящего, нарративов [2]. Теория децентрализации показывает, как возникает управление «снизу вверх» как конфликт убеждений, а конкурирующие традиции приводят к разнообразным практикам. Децентрализованный подход заменяет объективные социальные закономерности нарративами, которые объясняют действия людей, исходя из их убеждений и желаний. Данный подход позволяет исследовать различные способы, при помощи которых акторы изменяют границы государства и гражданского общества через социальные практики.

Джон Пьер и Гай Питерс утверждают, что переход к сетевому управлению мог бы «увеличить общественный контроль над обществом», потому что от правительства потребуется переосмыслить сочетание политических инструментов: инструменты принуждения становятся менее важными, а «мягкие» инструменты будут особенно востребованы. В реальной практике эти формы воздействия находят выражение в деятельности агентств как посредников между государством и обществом в сфере рыночных услуг. Таким образом, metagovernance позволяет государству управлять, регулируя сочетание административных, директивных, методов управления и косвенных инструментов контроля. Metagovernance является также инструментом координации политического участия и имеет неформальные способы воздействия на частные гражд-

данские структуры, деятельность которых не поддается прямому вмешательству. Ева Серенсен и Иаков Торфинг предлагают понимать «автономию не как отсутствие власти, а как особую форму поддержания свободы отношений», где создаются благоприятные условия для применения разнообразных инструментов мобилизации потенциала сетей. Сторонники metagovernance признают, что разделительная линия между государством и гражданским обществом становится все более размытой. Так, Боб Джессоп утверждает, что государство больше не является выразителем суверенной власти; это менее иерархическая, менее централизованная, менее *дирижистская* организация, выполняющая роль сетевого управления.

Большая часть литературы по metagovernance посвящена таким темам, как институциональное проектирование, сетевое управление, возможности государственных органов по формированию сети, структура сетевой коммуникации и практики функционирования агентов сетевого влияния. Управление сетью в концепции metagovernance характеризуется как переход от бюрократической иерархии к «умножению сетей», что определяется как основное свойство управления. Другими ключевыми свойствами являются использование косвенных методов управления и поиск путей улучшения координации взаимодействия через создание совместных предприятий или консультационных площадок для налаживания контактов.

В отличие от подходов metagovernance теория децентрализации рассматривает концепцию государства по-другому, фокусируя свое внимание на особой социальной конструкции государства, учитывающей возможности граждан и социальных групп посредством изменения самих институтов управления способствовать их большей открытости. Концепция metagovernance не разделяет идею о том, что государство может эффективно контролировать организации гражданского общества, а показывает процесс управления, идущий «снизу вверх», демонстрирует как конфликтующие убеждения, конкурирующие традиции могут привести к разнообразным практикам.

Теория сетевого управления, или metagovernance, подразумевает, что политика всегда возникает внутри сети из взаимодействия организаций и частных лиц, на границе соприкосновения государственного и частного секторов. Государственная власть при этом является тем естественным пределом, который препятствует свободному распространению различных повседневных практик.

Симметричность политической коммуникации в сетевом взаимодействии обеспечивается совокупностью вертикальных и горизонтальных связей между субъектами, поддерживающей равновесие всей политической системы. Асимметричность политической коммуникации возникает прежде всего в системе вертикальных связей и отношений, зависит от того, на каком уровне происходит взаимодействие: микро-, мезо- или макроуровне. Чем выше уровень, тем больше вероятность доминирования государства как актора сетевых коммуникаций.

В настоящее время появляются и новые категории, такие как multi-level governance, отражающие изменения в государственном управлении в условиях глобализации. Вопреки ожиданиям дальнейшего сближения статуса участ-

ников на принципах равноправия, в контексте процесса глобализации выдвигается тезис о «пост-со-управлении» (post-governance) и усилении роли государства как основного актора.

Литература:

1. Bevir, M. A theory of Governance. University of California Press, 2013.
2. Bevir, M., Richards D. Decentering policy network: a theoretical agenda // Public administration. 2009. 87 (1).

Сетевой анализ становления институтов политического диалога в обществах с этнокультурным многообразием (на примере Нигерии)

Подшибякина Татьяна Александровна, кандидат политических наук, доцент;
Тимкук Джулфа Аарон, аспирант
Южный федеральный университет

В работе анализируется процесс институционализации сетевого взаимодействия и формы политического диалога этнических и религиозных организаций в Нигерии в условиях гражданской войны и послевоенного кризиса. Рассматриваются слабые и сильные стороны сетевого анализа как метода изучения динамических процессов.

Ключевые слова: сетевой анализ, политический диалог, этнокультурные конфликты.

Формирование политических сетей в политическом процессе — актуальное направление исследования, которое в области практической политики чаще всего проводится с использованием governance-парадигмы. Изучение реальных примеров, или кейс-стади, позволяет наполнить практическим смыслом, конкретизировать теоретические построения и верифицировать результат, полученный методом сетевого анализа. В данной работе целью является изучение закономерностей налаживания политического диалога в условиях этнокультурного и религиозного конфликта на стадии раннего, спонтанного структурирования институциональных форм взаимодействия субъектов коммуникации.

Политические сети принято рассматривать как совокупность социальных, политических или политико-административных субъектов, между которыми существуют вертикальные и горизонтальные связи и взаимодействия. В сетевом анализе как особом методе есть одно уязвимое место, требующее дальнейшей проработки — это ограниченность его применения в динамических процессах, в частности, применительно к политическому процессу. Данное направление исследования имеет хорошую перспективу, так как невозможно ограничивать изучение любой системы только в ее статичном состоянии, не учитывая закономерности развития и самоорганизации.

В governance-парадигме цель и результат не только не отождествляются, а рассматриваются как две самостоятельные сущности, два самостоятельных отношения с различными функциями: каузальной и реализационной.

Если в системном подходе, например, в работах Д. Истона, акцент делается на таких понятиях, как «вход» и «выход», то отличительная особенность governance-управления заключается в переориентации управления с достижения целей на результаты и овладение динамикой этого процесса [1]. Результат — это то, что реально достигнуто независимо от того, какие цели при этом ставились.

В таком контексте рассмотрения процессов весьма важна проблема достаточных условий и факторов, необходимых для успешной реализации тех или иных целей, политических курсов. Среди достаточных предпосылок, необходимых для реализации тех или иных целей, Я. Э. Лейн называет технологии, неамбициозность целей, умения, достаточную поддержку и консенсус. Реализация по своей сути процессуальна, так как имеет свои перспективы, которые нуждаются в осуществлении. Поэтому вполне оправданно, по его мнению, говорить о «реализации реализаций».

Б. Хьерн показал, что структуры реализации решений, по сравнению с организационными структурами, менее формальны, а отношения в этих структурах менее авторитарны; социальные структуры, которые являются частью структур реализации решений, — более динамичны и изменчивы. Группа акторов не представляет легально определенного целого с его собственной корпоративной хартией; решение принимать участие неопределенно, может быть основано на согласии и переговорах [1].

Сотрудничеству мешает, как отмечает Х. Хадсон, потеря части свободы действовать независимо, когда от-

дается предпочтение стремлению контролировать сферу своих интересов и положение дел в ней, и дефицит инвестиционных ресурсов и энергии для поддержания и развития отношений с другими организациями, когда потенциальный возврат этих инвестиций оказывается в тумане. Потенциальные участники сотрудничества в такой ситуации предпочитают не включаться в соответствующие межорганизационные отношения, пока не обретут необходимой для этого мотивации. На развитие сотрудничества, потребности в нем и пробуждение соответствующей мотивации оказывают воздействие многие факторы: схожесть целей, наличие или отсутствие сферы консенсуса, особенности культуры, доминирующей во взаимоотношениях между группами. Взаимная зависимость различных групп и индивидов — самая благоприятная почва для сотрудничества между ними, но организации должны иметь осознание их взаимозависимости. Это важно и по существу, и с позиций *governance*-парадигмы. Осознание взаимной зависимости в обществах с развитой конфликтной культурой дается с большим трудом [1].

Governance-парадигма не ограничивается раскрытием потенциала какого-то одного вида руководства — политического, экономического, административного, идеологического. Каждый из этих видов в отдельности и все они в целом имеют огромные, пока еще не раскрытые ресурсы для повышения их результативности. С точки зрения управления эффективность сети зависит от всей совокупности связей и вертикальных, политико-административных и горизонтальных, связывающих гражданское общество.

Политические сети формируются в различных секторах политики современного государства и представляют собой комплекс структурных взаимоотношений между политическими институтами государства и общества, каждый из которых имеет свои национальные различия. На примере Нигерии наиболее отчетливо можно проследить последовательную институционализацию взаимоотношений участников политического диалога с учетом ее этнокультурного многообразия.

Принято считать, что Нигерия представляет собой один из лучших примеров для изучения этнорелигиозных конфликтов. Эти конфликты начались в результате политической, экономической, этнической, культурной и религиозной напряженности, которая сопровождала формальную деколонизацию, проводимую Великобританией в Нигерии в период с 1960 по 1963 г. Страна с момента получения независимости в 1960 году, как полиэтничное государство, была обречена на долгий период конфронтации, многочисленные этнорелигиозные конфликты, имеющие тяжелые последствия. В противостояние были вовлечены более чем 400 этнических групп, распределенных среди двух основных религий (христианство и ислам).

Точкой отсчета открытого противостояния и наивысшей формой эскалации конфликтов является гражданская война в Нигерии (1967—1970), которая велась правительством Нигерии, чтобы противостоять сепара-

тистскому движению группы «Биафра». Эта группа реализовала националистические устремления этнической группы «Игбо» к созданию независимого государства. С появлением этнических сепаратистов, выражающих принципиальные разногласия между различными этническими группами, религиозная нетерпимость стала более жестокой и кровавой. С годами явления этнической и религиозной нетерпимости привели к непрекращающемуся вооруженному противостоянию, которое породило этнические оппозиционные организации, такие как «O' dua People Congress (ОПС)», «the Bakassi Boys», «the Ijaw Youth Congress (IYC)», «the Movement for the Actualization of the Sovereign State of Biafra (MASSOB)» и многие другие [4, с. 13—35].

С началом демократических преобразований в Нигерии в 1999 году этнорелигиозные конфликты не только не прекратились, но только усилились и привели к гибели десятков тысяч людей и огромному материальному ущербу для конфликтующих сторон. Среди таких конфликтов можно назвать религиозные беспорядки, организованные группировкой «Maitatsine» в городах Кано и Майдугури в начале 1980-х, религиозные выступления в городе Йола в 1984 г. Наиболее крупные религиозные волнения наблюдались в штатах Кадуна/Энугу (1999), Кадуна (1982 г.), Баучи (1985 г.) и Сокото (1986), в городе Лагос (2000), а в сентябре 2001 года борьба между этническими группами «Тив» и «Джукун» в штате Плато после десятилетий борьбы достигла критической точки [5, с. 35—39].

На таком политическом фоне постепенно выстраивались отношения, которые можно охарактеризовать как диалог между различными противоборствующими силами, позволивший постепенно преодолеть наиболее острые противоречия и наладить контакт. Первой площадкой, где было положено начало диалогу и формированию сетевого взаимодействия различных политических сил были конференции. Некоторые из них были проведены еще до эскалации конфликта, другие состоялись во время и после войны, тогда многие организации изъявили желание сотрудничать. Первая довоенная конференция состоялась в Абури — республика Гана в 1967 году, где все участники конфликта были представлены и было принято соглашение под названием «Aburi Accord», к сожалению, так и не реализованное.

В период войны в тесное взаимодействие вступили такие организации как совет по примирению, реконструкции и реинтеграции (Council for reconciliation, reconstruction and reintegration), национальный комитет мира (National peace committee), «Nigerian Dialogue Expo», «Nigerian Youth service corps» и «National Integration fund». Все эти организации находились в тесной взаимозависимости и работали в постоянном контакте друг с другом, участвовали в переговорах.

Через десять лет после окончания гражданской войны в Нигерии начались религиозные беспорядки, организованные группировкой «Maitatsine» в городах Кано

и Майдугури в 1980 году. К этому времени почти все организации, которые были созданы во время войны исчезли, а на их месте появились новые межконфессиональные структуры, такие как совет по межконфессиональным вопросам (Nigerian inter-religious council) и «Nigerian inter-faith action association (NIFAA)». Организации, оставшиеся после гражданской войны, объединились в национальный комитет мира (National peace committee).

На следующем этапе во время религиозных волнений и беспорядков в городах Кадуна (1982 г.), Йола (1984 г.), Баучи (1985 г.), Сокото (1986) подолжали действовать все функционирующие организации, и вместе с тем появились новые, такие как «Institute of peace and conflict resolution (IPCR)» и «Interfaith mediation centre». Некоторые авторы считают, что это привело к дублированию их деятельности и стало признаком неэффективности, однако все они продемонстрировали свою способность договариваться и взаимодействовать. Новая волна этнорелигиозных конфликтов в городах Кадуна/Энугу в 1999 году, Лагос в 2000, конфликтная напряженность между этническими группами «Тив» и «Джукун» сентябре 2001 года не прервала стабильного сотрудничества и взаимодействия между организациями Nigerian inter-religious council, Nigerian inter-faith action association (NIFAA),

National peace committee, Institute for global dialogue, National peace council.

Стоит отметить, что негосударственные организации и религиозные, и культурно-традиционные в настоящее время играют важную роль по продвижению мира и межконфессиональных связей в Нигерии. Социо-политические и религиозные группы взаимодействуют с разными институтами власти для восстановления доверия и толерантности в нигерийском обществе: Arewa Consultative Forum (форум старейшин), The Nigerian council of Islamic affairs (NSCIA) (Нигерийский совет по исламским делам), Christian Association of Nigeria (CAN) – Нигерийская ассоциация Христиан, Jamalatul – Nasril Islam (JNI), Muslim dialogue forum – Форум мусульманского диалога, Northern Elders forum, Traditional Rulers council – Совет Традиционных правителей

Можно констатировать, что существующие сегодня институты политического диалога хотя и созданы в Нигерии, но процесс институционализации еще не завершен. Для эффективности политического диалога в полиэтничествах необходимо укрепление структур гражданского общества и создание благоприятных условий для их эффективного сотрудничества с институтами власти.

Литература:

1. Иванчук, Н. В. Governance-парадигма: методологический и практический потенциал URL: <http://chinovnik.uara.ru/ru/issue/2005/05/06/> (дата обращения 10.12.2015)
2. Imobighe, T. A. Ethnicity and Ethnic Conflicts in Nigeria: An Overview in T. A. Imobighe (ed), Civil Society and Ethnic Conflicts Management in Nigeria. Ibadan Spectrum, 2003. 344 p.
3. Jega, A. M. Tackling Ethno-Religious Conflicts in Nigeria In. the Nigeria Social Scientist, Vol. 5 No. 2, September a Biannual Publication of the Social Science Academy of Nigeria, 2002. p 35–39.

Монархисты в постсоветской России

Шабаров Виталий Дмитриевич, студент

Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского

Лямин Андрей Эдуардович, бакалавр туризма

«В дореволюционной и советской историографии российской монархии как форме организации власти и политическому режиму сложилось стереотипно негативное отношение» [2, с. 305]. Тем не менее, отрицать наличие монархических унастроений в постсоветском российском социуме не стоит. В самом деле, даже «российская молодёжь продолжает демонстрировать политическую культуру патерналистского типа» [10, с. 125], то есть несмотря на большую роль либералов в управлении государством на рубеже XX и XXI столетий, отечественная молодёжь скорее является сторонницей «твёрдой руки», нежели демократии западного образца.

Судя по всему, верно положение, согласно которому «каждое общество имеет уникальную ценностно-ориентационную структуру, которая включает в себе самобытность той или иной культуры» [8, с. 484]. В российском случае вера в сильного лидера страны и есть часть культурной самобытности.

Следует согласиться с рядом исследователей, придерживающихся мнения, согласно которому авторитаризм и патернализм составляют ментальную основу, российской цивилизации, а девиз «За Веру, Царя и Отечество!» отражает ядро русской национальной идеи, продолжающей жить в народе, несмотря на происшедшие

в России исторические катаклизмы. Так в годы Великой Отечественной войны, рассматриваемый девиз трансформировался в призыв «За Родину, за Сталина!». И это не случайно, поскольку любой руководитель Российского государства всегда воспринимался массовым сознанием, как монарх [18, с. 71] (это касается даже покойного первого президента Российской Федерации Б. Н. Ельцина).

Как известно, «XIX конференция КПСС (лето 1988 г.) положила начало под лозунгом демократизации и гласности, борьбы с бюрократизмом и построения правового государства, децентрализации и устранения монополии КПСС ... началось формирование новых общественно-политических движений, фронтов, союзов, партий, которые сперва называли «неформальными» (в противовес таким «формальным» организациям, как профсоюзы, комсомол, официальные союзы писателей и журналистов, и т. п.)» [4, с. 101] (разумеется, среди советских диссидентов также были сторонники монархии [1; 21, с. 57-61; 24, с. 67; 25, с. 130], но их в данной статье мы рассматривать не будем). В скором времени после этого в стране (тогда ещё СССР) появились и сторонники монархии, причём широко представляемые в отечественных СМИ материалы о покойной царской семье и ныне живущих за рубежом представителях династии Романовых в начале 1990-х гг. породили общественно-политические дискуссии о возможности восстановления в России монархии [17, с. 102].

Что же касается непосредственно монархических организаций, а также идеологов-теоретиков монархической идеи в России, то к началу 1990-х гг. среди них выкристаллизовались три ветви: «непредрешицы», («антикирилловцы»), «легитимисты» («Кирилловны») и «соборники». Каждое из течений имеет собственное представление о будущем России [15, с. 79].

Первое направление изначально было связано с Союзом «Христианское возрождение» (лидером его являлся бывший сподвижник диссидента В. Н. Осипова Е. Пашнин), возникший ещё в 1988 г. В целом «непредрешицы» пока ещё не определились с персоной будущего возможного монарха. В принципе, к этому направлению уместно причислить многих экстравагантных мыслителей, полагающих, что монархом в стране может стать в конечном итоге сильный лидер, чьё правление отвечает отечественным национальным традициям. К этому направлению уместно отнести также сторонников приглашения в нашу страну на престол представителей иностранных правящих династий, однако европейские династии по большей части отвергаются по причине наличия у их членов морганатических браков. Сторонников приглашения на российский престол представителей королевских семей Таиланда, Брунея, а также стран Персидского залива (при условии принятия приглашённым православия!) нами не выявлено, хотя, возможно, что таковые существуют.

Второе направление активно развивалось ещё в рамках русской эмиграции первой волны. Часть представителей данного направления «...в своей военной деятельности...

ближе всех в русской монархической и военной эмиграции подошли к воплощению идеи вооруженной борьбы против СССР. Крушение нацистской Германии в 1945 г. обернулось для них резким падением авторитета и влияния в Российском зарубежье» [19, с. 102]. Тем не менее, ряд монархических объединений, появившихся ещё в СССР, встал именно на легитимистские позиции, то есть поддержав кандидатуру князя Владимира Кирилловича Романова, проживавшего во Франции. Имеются в виду прежде всего Православный монархический орден-союз (ПРАМОС) и Российский имперский орден-союз (РИС-О). Первую из этих структур возглавлял С. Энгельгардт-Юрков, причём во многом ПРАМОС производил скорее комическое, нежели серьёзное впечатление [23, С. 163].

РИС-О же, существуя с 1929 года в эмиграции, начиная с 1990 года начал своё проникновение в СССР. В Москве была создана Московская Дружина Российского Народного Ополчения под руководством Николая Николаевича Лукьянова. После поездки за рубеж иеродиакона Дионисия (Макарова) в августе — сентябре 1990 г. и его встреч с Главой Российского Императорского Дома Великим Князем Владимиром Кирилловичем во Франции и с Начальником РИС-О П. Н. Колтыпиным-Валловским в Москве был открыт самый первый Отдел РИС-О в России (1-й Московский Отдел), а также Отделы в Ново-Николаевске, Воронеже, Иркутске, Подольске и др. В январе 1991 г. 1-й Московский Отдел был реорганизован в Московский Владимировский Отдел РИС-О во главе с Н. Н. Лукьяновым. Позднее, в том же 1991 году возникло Генеральное Представительство по Санкт-Петербургу и Москве во главе с бывшим видным политзаключённым Н. Н. Брауном [22, с. 56-57].

Самым известным представителем российских «легитимистов» в России является Н. Н. Лукьянов. Именно он в 1991 г. был избран председателем Московского монархического центра, а в августе 1992 г. организовал Всероссийский монархический съезд и был избран председателем Высшего совета ВМЦ. Начиная с 1994 г. он является директором Московского мемориального музея Российской императорской фамилии, при котором создал в 1996 г. «Общество ревнителей памяти Благоверного Великого Князя Владимира Кирилловича». В 1996 году им была предпринята попытка объединения всего монархического движения в рамках Общероссийского монархического фронта, однако некоторыми соратниками контакты Н. Н. Лукьянова с соборниками были расценены как отход от легитимистских принципов.

Кроме того, существуют также такие легитимистские организации, как Межрегиональное монархическое движение (ММД) (создано в сентябре 1999 г. Кириллом Немировичем-Данченко, князем Вадимом Лопухиным, историком Станиславом Думиным), Высший монархический совет (ВМС), (возглавляется князем Зурабом Чавчавадзе), Российский христианский монархический союз (РХМС) (генеральный секретарь — Алексей Виноградов, «теневой лидер» — Александр Закатов), Российское дво-

рянское собрание (РДС) (во главе князь Андрея Голицын) и старейшая структура такого толка Российский имперский союз-орден (РИС-О) с центром в эмиграции и отделениями в России (возглавляется в настоящее время Георгием Федоровым).

Главной задачей для его идеологов и последователей стал скорейший созыв Всероссийского Земского Собора для решения вопроса о введении самодержавной монархии в России и избрания царя [15, с. 82]. Ещё в советский период появилось Российское христианское демократическое движение (лидеры — Г.А. Анищенко, В.В. Аксючиц, В.С. Полосин), выступавшее «за подготовку и созыв Всероссийского Земского Собора, который призван восстановить прерванную революционным переворотом преемственность верховной власти в России» (по сути монархию — авт.) [14, с. 45]. Другой ярко выраженной монархической структурой, возникшей в период перестройки, являлась Всероссийская партия монархического центра, которая начала складываться в Санкт-Петербурге в 1991 году. Основателями таковой являлись жители города на Неве Юрий Фёдорович Антонов и Станислав Анатольевич Воробьёв. Данная структура выступала за избрание монарха на Земском соборе. Возможно, неприязнь к проживавшим во Франции представителям дома Романовых можно объяснить тем, что члены Всероссийской партии монархического центра либо считали, что потомки великого князя Кирилла Владимировича не имеют прав на престол, так как их утратил ещё сам великий князь до революции 1917 года, либо же считали, что лучше разрешить династический кризис тем же способом, что и в 1613 году, то есть с помощью Земского собора избрать новую династию. Возможная меньшая родovitость нового монарха по сравнению с Романовыми, судя по всему, по мнению активистов ВПМЦ, не являлась препятствием для избрания правителя — то есть, источником взглядов отечественных монархистов конца XX века являлась отечественная практика начала XVII столетия.

Среди постсоветских организаций соборных монархистов следует назвать прежде всего Всероссийское Соборное Движение (ВСД), возникшее вокруг возглавлявшейся известным скульптором В.М. Клыковым Фонда славянской письменности и культуры. Относительно желаемых кандидатов на престол в ВСД существуют различные мнения, но сам В.М. Клыков являлся сторонником возведения на престол кого-нибудь из потомков маршала Г.К. Жукова (например, Егора Жукова — сына младшей дочери маршала). Другие организации «соборников» — Партия православного возрождения (ППВ) со главе с петербургским бизнесменом Валентином Ковалевским, Движение «За Веру, Царя и Отечество» о. Никона Белавенца (которое, впрочем, проявляет колебания между соборнической и легитимистской позициями), Народно-христианская монархическая партия (НХМП) Александра Пальчикова. Идеи соборных монархистов эпизодически пропагандируются в газете «Завтра»

А.А. Проханова (зам. главного редактора Владимир Бондаренко является именно «соборником» и сторонником воцарения потомков маршала Жукова) [16].

Впрочем, зачастую различия между «легитимистами», «непредрешенцами» и «соборниками» сглаживаются и становятся почти что незаметными (особенно это касается двух последних из упомянутых групп), однако к объединению монархистов воедино это не приводит. Следует согласиться с мнением петербургского исследователя К.В. Ильченко, писавшего, что «несмотря на изменяющиеся взгляды русских идеологов монархической политико-правовой мысли, можно выделить несколько основополагающих тезисов, которые объединяют все эти концепции в одно единое целое, а именно: 1) для Русского государства невозможно и даже губительно беспорядочное заимствование европейских политических институтов; 2) Россия стала передовой державой именно в период самодержавия, а плюралистический характер построения верховной власти привел ее к хаосу и анархии; 3) российское общество базируется на идеалах и представлениях, исторически и духовно связанных именно с концепцией единоначалия государственной власти; 4) русскому народу свойственно так называемое «монархическое правосознание», которое, в свою очередь, является причиной выделения именно русской монархии в отдельную политико-правовую категорию; 5) только монархическая форма правления способна консолидировать различные слои русского общества в единое и устойчивое национальное образование» [5, с. 172]. В целом в постсоветском неомонархическом дискурсе уместно выделить «...следующие концептуальные направления: переход от авторитарной республики к конституционной (народной) монархии (М.П. Рачков, А. Казин); реставрацию православной самодержавной монархии (Л. Афонский, А.М. Величко, М.Б. Смолин, М.В. Назаров)» [7, с. 48].

Имеется также и совсем уж экзотическая Монархическая партия Российской Федерации, получившая официальную регистрацию и возглавляемая А.А. Баковым. Последний имеет неоднозначную репутацию — в прошлом был сначала сторонником свердловского губернатора Э.Э. Росселя, затем с ним же боролся, участвовал, по некоторым данным, в рейдерских захватах на Урале, был политтехнологом партии СПС (последняя благодаря команде А.А. Бакова получала хорошие результаты за счёт голосов пенсионеров!). Кроме того, есть сведения, что именно А.А. Баков был автором идеи уральской валюты — имеются в виду уральские франки, являющиеся сейчас нумизматической редкостью. Понять мотивы А.А. Бакова, выступающего за приглашение на российский престол принца Лейнингенского под именем Николая III, невозможно.

Кроме того, периодически среди радикальной части русской патриотической общественности муссируются слухи о возможности реализации проекта «Майкл Кентский» [6]. Он не только является членом британской ко-

ролевской фамилии, но даже назван в честь младшего брата Николая II Михаила Романова. Русских национал-патриотов пугает не только его масонство, но также и тесная связь с крупными британскими кампаниями. Впрочем, каких-либо достоверных данных о реальной возможности реализации проекта «Майкл Кентский» не имеется. Возможно, что среди российских либералов и есть сторонники конституционной монархии (благо современный либерализм в России весьма многолик [11, с. 226]), однако всерьёз рассматривать перспективы челна британской королевской фамилии на российский престол нельзя.

Таким образом, монархисты в постсоветской России не смогли должным образом «продвинуть» свою идео-

логию в массы (в отличие, кстати, от многих других отечественных оппозиционеров рубежа 1980-х — 1990-х гг. [20]). Их, конечно, вряд ли следует отнести к экстремистам, поскольку они не выступают за насильственное изменение существующего строя [3; 12]. Скорее же монархистов уместно отнести к политической экзотике, получившей распространение ещё в последние годы существования СССР [13]. Даже сами монархисты порой признают, что если монархический проект не имеет под собой социально-политической основы, то в случае его осуществления он рискует получить лишь постмодернистский «потешный» образ, а «само представление о монархии в наше время выглядит отвлеченно без конкретной социально-экономической структуры» [9, с. 31].

Литература:

1. Веселов, И. А., Петров И. Б., Романов В. Д., Фоменков А. А. Православный клерикализм в рамках русского дисидентского движения: на примере В. Н. Осипова и Л. И. Бородина // Государство, общество, церковь в истории России XX-XXI веков материалы XIV Международной научной конференции: в 2 ч.. ФГБОУ ВПО «Ивановский государственный университет»; Ивановский филиал ФГБОУ ВПО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ»; Свято-Алексеевская Иваново-Вознесенская Православная Духовная семинария; АНО ДПО «Научно-образовательный центр гуманитарных проектов»; Ивановский филиал НОУ ВПО «Институт управления». 2015. с. 400–402.
2. Земцов, Б. Н. Самодержавие как национальный политический режим // Известия Томского политехнического университета. 2013. Т. 323. № 6. с. 301–306.
3. Иванищев, В. О. К вопросу классификации экстремизма // Молодой ученый. 2015. № 12 (92). с. 550–553.
4. Иванов, А. М. Возникновение в КПСС политических движений и их деятельность // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: История. Политология. 2014. Т. 30. № 8 (179). с. 101–109.
5. Ильченко, К. В. К вопросу о монархической форме правления в русской политико-правовой мысли // Ленинградский юридический журнал. 2009. № 4. с. 167–172.
6. Карпец, В. Майклом кончится? // Электронный доступ: <http://pravaya.ru/leftright/472/2365>
7. Комова, Н. Б. Монархическая власть в консервативных государственно-правовых учениях России XVIII–XX вв. Автореф. дис. докт. юр. наук: 12.00.01. Н. Новгород, 2012. 55 с.
8. Копкова, Д. К. Формирование ценностных ориентиров и установок у подростка // Молодой ученый. 2015. № 17. с. 484–485.
9. Кузьмин, А. Г. Православная религия как фактор социально-политической идентичности в русском радикальном национализме начала XXI в. // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭК. 2013. Т. 9. № 3. с. 24–43.
10. Мельников, А. В. Политическое участие молодежи: актуальные проблемы идентификации ценностных предпочтений // Среднерусский вестник общественных наук. 2014. № 3. с. 121–125.
11. Пахомова, Е. А. К вопросу о многообразии либерализма в современном мире // Вестник Волжской государственной академии водного транспорта. 2013. № 36. с. 225–227.
12. Петрянин, А. В. Преступления экстремистской направленности: особенности правовой оценки // Научный поиск. 2014. № 3.2. с. 21–26.
13. Погорелов, А. С., Романов В. Д., Соболева Ю. Е. Политическая экзотика в СССР в конце 1980-х годов // Молодой ученый. 2015. № (83). с. 593–597.
14. Политические и общественные организации современной России/сост. А. А. Перов. Н. Новгород: изд-во ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 1993. Ч. 1. 55 с.
15. Пономарева, М. А. Монархическая идея в системе новых идеологических координат модернизации России // Наука и современность. 2011. № 10–1. с. 78–84.
16. Прибыловский, В. Легитимисты и соборники: Современные русский монархисты в спорах о том, кто достоин престола // Электронный доступ: <http://www.monarhia.ru/?d=07&id=01&m=09&show=00&type=news&y=2000>
17. Санькова, С. Российская монархия в представлении идеологов государственного национализма // Власть. 2009. № 2. с. 102–105.

18. Сенин, И. Н. О современной русской национальной идее // *Философия современности* Материалы всероссийской научной конференции с международным участием. АНО ВПО «Омский экономический институт». 2013. с. 64–75.
19. Серегин, А. В. *Монархисты-легитимисты и Русский общевоинский союз* // *Новый исторический вестник*. 2014. № 39. с. 89–104.
20. Фоменков, А. А. Востребованность идей оппозиции государственников начала 1990-х годов в России в 2000-х годах // *Вестник Волжской государственной академии водного транспорта*. 2014. № 40. с. 137–140.
21. Фоменков, А. А. Зарубежная историография деятельности русских национально-патриотических сил в 1950-е – первой половине 1990-х гг // *Гуманитарный вектор*. Серия: История, политология. 2014. № 3 (39). с. 58–66.
22. Фоменков, А. А. К вопросу об истории деятельности ленинградских радикальных русских патриотических объединений конца 1960-х годов // *Научные проблемы гуманитарных исследований*. 2011. № 4. с. 55–59.
23. Фоменков, А. А. К истории возникновения и функционирования монархических организаций в СССР в конце 1980-х – начале 1990-х годов // *Известия Сочинского государственного университета*. 2011. № 1. с. 162–165.
24. Яковкин, Е. В. *Приамурский Земский собор и идея восстановления монархии в России* // *Наука сегодня сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции: в 4 частях*. Научный центр «Диспут». 2015. с. 65–68.
25. Fomenkov, A. A. To establishment of right-wing parties in the city of Gorky – Nizhny Novgorod, between the end of 1980s and beginning of 1990's // *European researcher. Series A*. 2012. № 2 (17). с. 127–131.

Краудсорсинг как инновационная практика в публичном пространстве сетевого фронта

Ячменник Кристина Владимировна, магистрант
Кубанский государственный университет

Современные общественные трансформации затрагивают социальные, культурные, экономические и политические основания современного общества. Они обусловлены проникновением и интенсификацией использования во всех сферах жизнедеятельности информационно-коммуникативных технологий и формированием нового типа социальности – сетевого общества.

Сетевизация современного общества, становясь глобальным явлением, способствует выходу публичной политики за пределы традиционного для политического процесса пространства и расширяет возможности для построения новых моделей и практик политического взаимодействия. Сетевизации политики, выступая маркером современных трансформационных процессов, глубоко затрагивает структуры современного общества, является незавершенным процессом, что обуславливает подвижность границ сетевой публичной политики и постоянное изменение традиционных и появление новых политических практик.

Тема «фронта» в отечественной и зарубежной науке рассматривалась под разными углами. Теория фронта была предложена американским историком Ф. Дж. Тёрнером в середине XIX века. Автор определял фронт как границу освоения территории континента, которая

в ходе территориальной экспансии непрерывно перемещалась [8, с. 8.]. «Фронтёрность» Интернета и его смещение «к западу» отметил еще М. Каstellс [1, с. 61, 63.], однако должного значения этому феномену не придавал. И. Д. Тузовский одним из первых предпринял попытку представить развитие информационного общества как продолжающийся фронт [9]. В своей работе, используя термин «киберфронт», он интерпретировал социокультурные особенности виртуального пространства Интернета.

В настоящее время Интернет стал технологической площадкой для формирования единого глобального информационного пространства с принципиально новыми возможностями коммуникации. Происходит расширение публичного пространства, так как Интернет включает в себя не только сервисные функции информирования и коммуникации, но и социальное окружение, самостоятельно участвующее в потреблении, производстве и распространении контента [4, с. 55.].

Е. В. Морозова понимает сетевой фронт как «подвижную границу пространства контакта, взаимовлияния и взаимопроникновения социальных и культурных практик сетевого общества и предшествующих цивилизационных, социальных и культурных практик» [4, с. 56.].

В последнее время технологическое и ресурсное развитие получила инновационная практика в публичном пространстве сетевого фронта — краудсорсинг. С его помощью публичная власть мобилизует интеллектуальные и экспертные ресурсы граждан в решении публичных проблем различного уровня [2, с. 210]. Краудсорсинговые ресурсы могут воспроизводиться «снизу» в результате взаимодействия активных и заинтересованных граждан в online-пространстве [3, с. 233]. Граждане создают социальные сети или используют уже существующие для мобилизации различных ресурсов по разрешению какой-либо общественно значимой проблемы.

Краудсорсинг может продуцироваться и «сверху». Органы публичного управления в проектировании и запуске электронного ресурса способствуют мобилизации ресурсов граждан для решения определенной проблемы.

Особенность использования краудсорсинга в online-пространстве состоит в том, что органы власти полагаются на пользователей не только в отношении формирования потребностей, но и в определении эффективности управленческих практик, которые бы удовлетворили данные потребности с использованием информационных технологий.

В России краудсорсинг появился относительно недавно и уже успел громко заявить о себе. По данным портала Crowdsourcing.ru сегодня в нашей стране функционируют около 248 краудсорсинговых проектов [7]. Вместе с тем, комментируя имеющуюся статистику, создатели карты, Светлана Гордеева, Алексей Дубровский и Антон Москаленко отмечают, что на периферии региональные краудсорсинговые проекты развиваются гораздо активнее, чем проекты федеральные. Главными инициаторами таких проектов являются местные активисты или общественные объединения, второе место по количеству запускаемых краудсорсинговых сборов принадлежит органам власти, а третье — предпринимательским проектам социальной направленности.

Следует отметить, что на карте отражены российские социальные проекты, находящиеся в стадии активного сбора. Проекты разбиты не только по географической привязке, но и по сферам (экология, здравоохранение, безбарьерная среда и другие) и уровню (региональный или федеральный).

В целом в регионах чаще всего стартуют проекты, направленные на сбор идей, связанных с повышением качества жизни в конкретном городе или области. Благодаря таким краудсорсинговым инициативам, мнения, высказанные местными жителями, учитываются, например, при распределении средств муниципального бюджета. Столицу же прежде всего волнует транспортная проблема.

Интересной тенденцией последних двух лет является постепенное смещение тематики проектов с чисто консультативных инициатив (генерация идей, обсуждения, голосования, рассмотрение жалоб) к проектам финансовой направленности (планирование и распределение регионального бюджета).

One click Yakutsk — многофункциональный интернет-портал, работающий по принципу краудсорсинга [5]. Портал является частью общей стратегии социально-экономического развития города Якутска до 2032 года. One click Yakutsk призван объединить жителей Якутска, городскую власть, муниципальные службы, экспертов в разных областях и общественные организации для решения самых важных городских проблем и задач.

Основной принцип работы портала: «решение проблем одним кликом». Для создания проекта был изучен опыт более 60-ти проектов краудсорсинга, в том числе и лучший мировой опыт. На данный момент проект One click Yakutsk не имеет аналогов в России, и объединяет в себе лучшие сервисы и разработки.

В данный момент портал оснащен 8 различными сервисами, упрощающие связь между жителями и городской властью:

— «Мониторинг проблем» позволяет фиксировать любые нарушения и мгновенно отправлять их на сайт;

— «Интерактивная справочная» — это сервис, созданный для поиска самой разной информации в Якутске. Пользователи могут использовать постоянно обновляемую базу данных или задать свой вопрос;

— «Рейтинг управляющих компаний» — площадка, созданная для взаимодействия жителей и управляющих компаний Якутска;

— «Публичные слушания» — дает возможность каждому горожанину участвовать в публичных слушаниях прямо на сайте, экономя время и при этом, не упуская ничего важного из того, что планируется сделать в городе;

— «Отчетность должностных лиц» — сервис, который позволит ознакомиться с отчетами муниципальных властей об их работе и оценить ее результаты;

— «Волонтерство» — площадка для реализации добрых дел, помощи нуждающимся;

— «Сбор идей» — включать в себя идеи пользователей по развитию родного города, обсуждение данных идей, голосование за самые лучшие;

— для тех, у кого есть свой проект по улучшению города будет работать сервис «Народный Бюджет», который позволяет реализовать их.

Отдельной строкой стоит механизм «Общественного контроля», который помогает в повышении эффективности и результативности проводимой порталом работы, а точнее проверкой на качество исполнения. Проект One click Yakutsk уникален в своем роде, за сравнительно недолгое время его работы он уже дал продуктивный итог, удалось решить большое количество проблем.

В Новосибирске практикуют новый подход. Фонд «Гражданский патруль» [6] запустил новое мобильное приложение, которое позволяет подавать официальные жалобы в различные ведомства. Основное нововведение состоит в том, что программа сама генерирует обращение в правильной форме и подает его по нужному адресу от имени фонда «Гражданский патруль». Общественники поясняют, что не все граждане хотят взаимодей-

ствовать с контролирующими органами под своей фамилией. Главная задача приложения — упростить процедуру подачи жалоб для обычных людей и «юридических чайников», тем самым ужесточая в Новосибирске контроль действий властей со стороны гражданского общества.

Ответы на жалобы находятся в открытом доступе. Жалобы в приложении подразделяются по темам: нарушения в сфере ЖКХ, незаконная торговля алкоголем и табачными изделиями, некачественные продукты, ямы на дорогах. При этом работа над приложением продолжается, и, по мере поступления новых жалоб, будут добавлены и новые типы нарушений. Кроме того, приложение содержит кнопку «SOS»: с ее помощью в случае опасности новосибирец может описать, что и где с ним происходит.

Таким образом, мы видим, инновационной практикой публичной политики, рожденной в пространстве сетевого фронта, служит краудсорсинг, политическая технология, которая уходит своими корнями в базовый эгалитарный принцип: каждый человек обладает знаниями и талантами, которые могут быть востребованы другими

людьми. В online-пространстве краудсорсинговая деятельность предполагает формирование сетевых сообществ, которые позволяют использовать «политику разнообразия» индивидуальных акторов Сети для разработки и реализации коллективных идей или проектов. Стимулирование различных форм краудсорсинговой деятельности в публичной политике способствует закреплению институциональных инноваций, которые носят характер общественных благ. Конечный результат краудсорсинговой деятельности в публичной политике — институциональные политические инновации, закрепленные в политических практиках граждан. Краудсорсинг не может существовать за пределами сетевых сообществ, которые продуцируют политические инновации и в то же время выступают агентами их распространения в политической среде. Институциональное укоренение результатов краудсорсинговой деятельности происходит через социальное обучение, в ходе которого претерпевают изменения нормативные и аналитические установки участников процесса формирования той или иной практики.

Литература:

1. Кастельс, М. Галактика Интернет: размышления об Интернете, бизнесе и обществе/Пер. с англ. А. Матвеева под ред. В. Харитонов. Екатеринбург. У-Фактория: Изд-во Гуманит. ун-та, 2004.
2. Мирошниченко, И. В. Краудсорсинговая деятельность в публичной политике: новые возможности гражданского общества // ПОЛИТЭК. Политическая экспертиза. Т. 8. № 3. 2012.
3. Мирошниченко, И. В. Сетевой ландшафт российской публичной политики. Краснодар: Просвещение-Юг, 2013.
4. Морозова, Е. В. Сетевой фронт как фактор изменения политической культуры // Управление публичной политикой: Коллективная монография/Под. ред. Л. В. Сморгунова. М.: Издательство «Аспект-Пресс». 2015.
5. Портал проекта «One Click Yakutsk». URL: <http://www.oneclickyakutsk.ru/>
6. Портал проекта «Гражданский патруль» URL: <http://civilpatrol.info/>
7. Портал проекта «Краудсорсинг. ру». URL: <http://crowdsourcing.ru/>
8. Тёрнер, Ф. Дж. Фронт в американской истории/Пер. с англ. — М.: Издательство, «Весь мир», 2009.
9. Тузовский, И. Д. Интернет-территория «фронта» информационного общества. Федерализм, 2009, № 4, с. 229–236.

СОЦИОЛОГИЯ

Cultural and historical paradigms of the help in genesis of social work

Баташева Эльза Ааматовна, ассистент;
Хадисова Карина Вахаевна, аспирант;
Хадисова Петимат Вахаевна, аспирант
Чеченский государственный университет

Данная статья посвящена осмыслению анализу социальной работы в культурно-историческом контексте развития. Особое внимание уделяется роли специфике социокультурных традиций социальной помощи, которые послужили основой различных моделей, системы ценностей социальной работы за рубежом и в России.

Ключевые слова: социальная работа, социальная помощь, историко-культурные традиции.

Batasheva Elza Amatovna, Khadisova Karina Vakhaevna, Khadisova Petimat Vakhaevna
graduate student
Chechen State University

This article is devoted to judgment to the analysis of social work in a cultural and historical context of development. The special attention is paid to a role specifics of sociocultural traditions of the social help which formed a basis of various models, systems of values of social work abroad and in Russia.

Keywords: social work, social help, historical and cultural traditions.

Relevance of studying of a subject is that a current state of a theoretical and practical basis of a phenomenon of social work inseparably from the main tendencies of its sociocultural and historical formation. The cultural and historical background of development of social work allows to open most widely the philosophical judgment of problems of the social help, outlook of the person defining contents and orientations of practice of social mutual aid which dominated during these or those historical eras. It is possible to note that social work is presented in a context the culturological and religious traditions as special type of culture of the life issued in the course of spiritual and moral development of the person and society.

Process of formation of social work testifies that social work was issued as the necessary sociocultural institute aimed not only at providing the help to the person in a difficult life situation, but also the attitude towards him to as the supreme value, creation favorable conditions of its activity, harmonization of the relations of the person and society. Specifics of national features of Russia have considerable impact on efficiency of implementation of various forms of social work. The cultural and historical context of social work includes not only centuries-old collective memory of

political and legislative doctrines, but also methods, forms, the principles of work with communities and individuals in the sociocultural environment.

However in spite of the fact that such universal sociocultural categories are actual for the theory of social work: the person, society, the conflict, social time and space, a way of life etc., human nature, the attitudes towards his requirements, the relations of the person and Wednesday, interaction of the person and society, is differently interpreted and considered in various models of the theoretical and practical organization of social work. The person is an integral part of the cultural environment, sociocultural tradition that causes his development and problems, characteristic for it. By consideration as a cultural syndrome of individualism a similar reference point is orientation to the independent individual, and by consideration of a collectivism – orientation to a certain collective – a family, a tribe, ethnos, the state, religious group, etc. [3, S. 103]. However, as the western tradition of Christianity was always focused on an individual way of rescue of the person, and practice of social work in the western society was directed, first of all, on observance of personal freedom, and the public relations and ideals acted as norm. For example, the ideas of altruism which are the

cornerstone of social work are characteristic both for western, and for domestic models, however, in the western model they were reflected in individualism, in recognition of an absolute personal freedom, recognition of its rights.

In historical and cultural and philosophical tradition of the social help in Russia ideas of a collectivism are traced. Altruism represented an embodiment of ideas of conciliarity, a nationality, a collectivity. Thus, we can give examples of archaic communal forms of the help at slavs as «toloka», «pomochi», «pooling of funds», and also paternalistic model of social security which existed in the Soviet years. That is the collectivism represented the basic principle of the organization of activity and practice of the social help. Certainly, such sociocultural vectors of development of the domestic caused its specifics in comparison with the western models.

Investigating the social help in a context of culture of the East and the West, allocates that «the social work representing the professional help needing, was urged to neutralize negative consequences of a private property which threatened foundations of the western society. In the east, not knowing domination of a private property, social problems never reached such sharpness which would demand intervention of professionals. Therefore sources of social work were genetically connected with the western culture though subsequently I went beyond its framework. Philanthropic activity, religious and spiritual and secular values became the key determinants of theoretical and practical activities of social work which had impact on its formation. A basis east, unlike western, traditional forms of the social help made, activity of a community was connected with care of welfare of the members. With approach of Renaissance development of the charity proceeding not from religious, and from the secular bases began. The process of formation of the bourgeois relations which came to the end with industrial revolution was followed by an aggravation of social problems which decision was beyond the power already to volunteers of the charitable organizations, and demanded intervention of professionals.

In genesis of social work in Russia depending on a historical stage and the sociocultural environment the following models of the organization of social work, that is a stage of sociocultural and historical development through which the domestic system of the social help and protection was issued are allocated. National historical and cultural features of social work (help) in Russia were always understood in it's to Christian virtues, charity, following which any person, even the prince, could increase the authority, showing the spirituality. For this reason emergence of social work as social institute, in Russia contacts an initiative of princes, and its development – with activity of orthodox church [2]. E. Kholostova notes that «the beggar was for the philanthropist the best pilgrim, the prayful intercessor, the sincere benefactor. At such view the charitable help poor was business of the individuals got by ideas of Christian moral, but didn't join in a

circle of the state duties [5, S. 16] treated it. Thus, specifics of orthodox cultural wealth provided emergence of philosophy of «contempt», which many centuries the defining approach in domestic model of the social help. K. Kuzmin, B. Sutyryn write that in countries of Western Europe in XVI-of the XVII centuries in the west of the state system of the social help was characterized by increase of a role of the state and decrease of the activity of Christian church. [1, S. 17–19].

In the XX century there were considerable changes in a problem of rendering the social help. XIX-of the XX centuries in the West was marked by transition to an institutionalization of social work. The big role in it was played also by the developed feminist movement. Two main models of the social help were created: «American» and «European» of which division various ratio of a role of the state and society in systems of social contempt is the cornerstone. During this period practical experience of charitable societies «Settlement», Salvation army's is generalized and is systematized; there are first theoretical schools social works (M. Richmond, D. Adams), vocational training of frames of social work begins. The culture, national character and system of values of the American society had a great influence on formation and development of system of the social help of social work. The main lines of modern social work in the USA correspond to the main values of the American culture, reflect tendencies of a wide cultural and historical context» [5, S. 15]. It is worth mentioning that, for example, Mary Richmond proceeding from the American ideology of individualism, considered poverty as an illness, as inability of the individual independently to organize the independent life.

The basis of the European model of social work is made by the theory of the state of general welfare. It should be noted that the conceptual field in the western model of the help was made out on the basis of confessional, political, social and economic, psychological approaches. The content of ideology of the state of general welfare consists in the concept of «the natural rights» of the person. The basic principles of this theory consist in the following: creation of approximately identical starting opportunities for implementation of vital plans, providing a worthy standard of living, aspiration to decrease in social and economic disproportionality, to increase in social equality and justice.

Having analysed historical and cultural features of social work, we come to a conclusion that, despite sociocultural distinctions of ideology of social work of the western models, rich historical theoretical and organizational experience of the countries of the West is certainly useful and deserves judgment and development. However without domestic cultural and historical traditions of the social help and support, creation of optimum and effective public system, modernization of the social sphere, improvement of activity of citizens is impossible. It is, as a rule, very difficult to borrow successful models completely as they, are built in the general system of cultural historical development.

References:

1. Kuzmin K. V., Sutyurin B. A. Istoriya of social work abroad and in Russia: Manual. M.: Academic Project, 2006. 624 pages.
2. Khadisova Karina. Sociocultural features social work: historic — philosophical analysis // Historical, philosophical, political and jurisprudence, cultural science and art criticism. Questions of the theory and practice/ — № 11. — 2014.
3. Stefanenko T. G. Ethnopsychology. M.: Academy of Sciences, 1999.
4. Kholostova E. I. Social work, 2009. 860 pages.
5. M. P. Celyh. Social work abroad: United States of America. M.: Akademia-center, 2007. 147 pages.

Непрерывное образование и проблемы наращивания интеллектуального капитала

Демченко Светлана Викторовна, студент;
Муха Виктория Николаевна, кандидат социологических наук, доцент
Кубанский государственный технологический университет

В статье представлен анализ роли непрерывного образования в сохранении и наращивании интеллектуального капитала организации. Рассматриваются основные теоретические подходы трактовки интеллектуального капитала, обосновывается необходимость развития системы непрерывного профессионального образования. На материалах пилотажного социологического исследования показано влияние непрерывного образования на динамику интеллектуального капитала в ООО «Газпром добыча Краснодар» (г. Краснодар).

Ключевые слова: непрерывное образование, организация, организационные структуры интеллектуальный капитал

В настоящее время концепция непрерывного образования и наращивание интеллектуального капитала на протяжении всей жизни приобрела ключевое значение. На современном этапе социального и экономического развития многими специалистами, в том числе и в области социологии управления, регулярно выделяется усиление роли знаний в различных общественных процессах, явлениях и событиях. Знание является как бы ответом на вызов, которые бросает нам мир, в котором изменения происходят с быстрой скоростью. Знание на сегодняшний день становится одним из важнейших ресурсом не только самого общества в целом, но и отдельной организации, определяет их конкурентоспособность. Необходимость в возобновлении образования, профессиональной подготовки, навыков и умений возникает каждый раз, когда человек сталкивается с новшествами, нововведениями современного мира, появляющимися в его профессиональной и личной жизни. Так же обновление знаний привело к появлению концепции непрерывного образования, когда получение новых и обновление старых знаний всесторонне включено в систему жизнедеятельности как молодого поколения, так и взрослых членов общества. Вместе с тем, обладание различными знаниями в большинстве случаев стали называть как фактор, который определяет социальное неравенство, социальную дифференциацию индивидов и групп.

Многими науками уже давно осмысленна необходимость изучения непрерывного образования и развития

интеллектуального капитала организационных структур. Постоянное пополнение и обновление полученных знаний, повышение квалификации — одни из главных факторов развития производительности и эффективности любой организации в целом.

В странах с динамично растущей экономикой, для которых свойственно наукоемкое производство, проблемы непрерывного образования играют большую роль. В связи с этим можно рассмотреть опыт различных зарубежных стран в совершенствовании системы непрерывного образования. Их опыт значительно смягчает социальную напряженность как в организации, так и в обществе в целом. Социальная напряженность возникает при появлении безработицы, что характерно многим странам мира.

Цель непрерывного образования — целостное развитие человека как личности на протяжении всей его жизни, повышение возможностей его трудовой и социальной адаптации в быстро меняющемся мире, развитие способностей обучающегося, его стремлений и возможностей [1].

Необходимость современного общества в развитии системы непрерывного профессионального образования обусловлена тем, что существует постоянная потребность в повышении квалификации, подготовке и переподготовке кадров, а также необходимостью решения разнообразных по содержанию и характеру задач в повседневной жизни. Высокой конкуренцией на рынке труда и быстрый рост технологичности экономики в первую очередь влияют на систему непрерывного профессионального образо-

вания и соответственно влекут за собой определенные организационные процессы.

Реальный анализ современной практики непрерывного образования и научные исследования свидетельствуют о необходимости эволюции существующих организационных структур непрерывного образования от моноделей, ориентированных на формирование специалиста для технократической цивилизации, к полифункциональной модели, предназначенной для саморазвития специалиста и его рефлексии [2, с. 291].

В современном информационном обществе наличие и использование такого ресурса, как интеллектуальный капитал является главной основой деятельности каждого человека, или же экономического субъекта. Интеллектуальный капитал влияет на эффективность и стабильность их функционирования. Значимость данного фактора производства возрастает с каждым днем, поскольку в современном мире приоритет отдается именно интеллектуальной (творческой) деятельности индивидов. «Умственный запас» становится базой развития человечества, именно поэтому влияние интеллектуального капитала на деятельность субъектов и ее результаты становится чрезвычайно актуальной темой.

Многие ученые уделяют большое внимание исследованию сущности категории «интеллектуального капитала», они отмечают, что для правильного использования интеллектуального капитала весьма важной остается проблема определения данной категории. Несмотря на то, что данный факт является в настоящее время малоизученным, можно с точностью сказать, что интеллектуальный капитал является новой формой капитала.

Одним из первых определение интеллектуальному капиталу дал Л. Эдвинссон. Он рассматривал его как «совокупность человеческого капитала, организационного (или структурного) капитала и клиентского капитала, каждый из которых может быть заемным или собственным» [3, с. 430].

В целом позиции ученых и практиков весьма различны. Интеллектуальный капитал определяют как:

— совокупность интеллектуальных активов и трудовых ресурсов (И. Д. Егорычев, Л. И. Лукичева);

— нематериальные активы, усиливающие конкурентные преимущества (Э. Брукинг) [4];

— научные и обыденные знания работников, интеллектуальную собственность и накопленный опыт, общение и организационную структуру, информационные сети и имидж фирмы (В. Л. Иноземцев) [3];

— совокупность человеческого, организационного и клиентского капитала (Л. Эдвинссон) [3].

Рассматривая данную тему можно заметить, что большая часть определений интеллектуального капитала опирается на роль интеллекта и знаний исключительно в экономическом аспекте.

Таким образом, вся совокупность различных компонентов и их элементов являются составной частью интеллектуального капитала. Эти компоненты формируют

совершенно новые продукты интеллектуального труда, который, так или иначе, отличаются от предыдущих продуктов. Так же они развивают, и совершенствуют их, качественно преобразовывая окружающую реальность в нечто новое.

Стоит отметить и то, что непрерывное образование — это постоянный процесс роста и развития образовательного (общего и профессионального) ресурса личности в течение всей его жизни. А обеспечивает работу этого процесса — система государственных и общественных институтов, а так же определенные потребности личности и общества.

В свою очередь, интеллектуальный капитал выступает в виде довольно сложного, неоднородного по своему составу, характеру использования, степени влияния на результаты деятельности индивидов, субъектов власти, субъектов хозяйствования ресурса.

В связи с вышесказанным мы задались целью — исследовать влияние непрерывного образования на интеллектуальный капитал организации. Мы исходили из того, что непрерывное образование каждого члена организации влияет на динамику интеллектуального капитала организации: Чем меньше заинтересованность в обучении, тем ниже уровень интеллектуального капитала.

С целью исследования влияния непрерывного образования на динамику интеллектуального капитала организации был выбран метод опроса. В исследовании приняли участие 30 респондентов (20 мужчин и 10 женщин) в возрасте от 25 до 35 лет, являющихся работниками ООО «Газпром добыча Краснодар» (г. Краснодар).

На основании данных опроса специалистов, работающих в «Газпроме», было установлено, что в первую очередь, получают право пользования услугами системы непрерывного образования любые сотрудники, чья квалификация нуждается в повышении (63%). А во вторую очередь любые сотрудники, вне зависимости от квалификации (37%).

Так же 70% считают, что непрерывное образование является обязательным условием для продвижения по карьерной лестнице. При этом более 80% опрошенных, принимали участие в программах непрерывного образования один раз за все время и это было их первичное обучение.

Абсолютное большинство респондентов уверены в том, что заинтересованность в обучении влияет на прирост интеллектуального капитала организации, что составило 83%. И это при том, что все 100% респондентов сами заинтересованы в непрерывном образовании.

80% опрошенных считают, что если исключить систему непрерывного образования как обязательного элемента работы организации, то уровень интеллектуального капитала придет в упадок и только 10% ответили, что уровень интеллектуального капитала останется на прежнем уровне.

Итак, необходимо отметить, что в «Газпроме» развита система непрерывного образования сотрудников. В про-

цессе работы все сотрудники организации проходят первичное обучение как обязательный элемент работы в организации. Также необходимо отметить, что программа непрерывного образования является необходимым условием для продвижения по карьерной лестнице.

В целом, можно заключить, что непрерывное образование каждого члена организации влияет на динамику интеллектуального капитала организации: чем меньше заинтересованность в обучении, тем ниже уровень интеллектуального капитала.

Литература:

1. Волпянская, О.И. Характеристика системы непрерывного образования в Российской Федерации // Научные исследования в образовании. 2011 № 7. с. 11–14.
2. Резинкина, Л.В. Непрерывное образование взрослых: муниципальный аспект // Международный научный журнал «символ науки». 2015. № 6. с. 290–292.
3. Эдвинссон, Л., Мэлоун М. Интеллектуальный капитал. Определение истинной стоимости компании // Новая постиндустриальная волна на Западе: Антология/Под ред. В.Л. Иноземцева. М.: Академия, 2013. с. 429–447.
4. Брукинг, Э. Интеллектуальный капитал/Пер. с англ. Под ред. Л.Н. Ковалик. СПб.: Питер, 2013. 288 с.

Таким образом, интеллектуальный капитал и система непрерывного образования имеет стратегическое значение для современного предприятия. Эффективное управление интеллектуальным капиталом, стимулирующее творческий подход к решению проблем будет способствовать повышению конкурентоспособности и развитию предприятия в современных условиях, что обуславливает актуальность исследования особенностей интеллектуального капитала и системы непрерывного образования в организациях.

Язык есть сознание

Дзанхотова Альбина Алиевна, преподаватель

Северо-Кавказский горно-металлургический институт (государственный технологический университет)

Многим народам России приходилось перестраиваться, адаптироваться к новым политическим, социально-экономическим, культурным и даже географическим условиям, в результате, чего этническое сознание претерпело процесс ломки и трансформировалось. За 300 лет существования династии Романовых на юг Европейской России переселилось 11 млн человек. Распространение геополитических интересов России на Кавказе уже в XVIII веке, положило начало формированию политической ментальности горцев. Период наиболее интенсивной миграции населения относится ко второй половине XIX в., дореволюционному периоду России. Однако появление стойкого политического компонента в их культуре связано с революционными событиями в России и установлением Советской власти в северокавказском регионе. Национальная политика Советского Союза, ленинско-сталинской, как ее тогда называли, вербовки, стройки первых пятилеток — они выламывали людей из их исторической среды, сотнями переправлялись люди в другие регионы. После войны увеличилось количество межэтнических браков. Антирелигиозная политика Советского государства привела к тому, что даже молодежь в селах, уже становилась атеистической, она отходила от веры предков. Формой общения, естественно, становился русский язык. Они забывали свой родной язык, утрачивали его. И только где-то середине 80-х годов, по мере нарастания движения национального возрождения, нача-

лось возвращение к языку, к национальной культуре, вере предков. Совершенно очевидно, что процессы, имевшие место в истории Северного Кавказа, аккумулировались в народном сознании. Это подтверждается старинными народными песнями, сложенными в это время. У разных народов национальное самосознание фокусируется в один и тот же период вокруг разных символов. Этими символами может выступать и язык, религия, завоевание государственности и т. д.

«Глубокая внутренняя структура сознания может быть наилучшим образом понята, — отмечал К. Манхейм, — если мы попытаемся проникнуть в присущее этому сознанию представление о времени, отталкиваясь от надежд, чаяний и целей данного субъекта. Ибо эти цели и чаяния лежат в основе расчленения не только будущих действий, но и прошлого времени» [1, с. 179].

Принадлежность к той или иной нации как гражданской нации или, иными словами, государственная принадлежность, есть государственно-правовая система. Однако этничность, как феномен социокультурный, не допускает четкого рационального объяснения всех её особенностей. Группы людей, объединённые на этнической основе, инстинктивно пытаются сохранить и развивать свою самобытность, традиционную культуру, язык и менталитет, реализуя, таким образом, стремление к утверждению своей идентичности, что привело в действие защитный механизм самосохранения этноса путём

роста этнического самосознания. Сила потребности в этнической принадлежности определялась через групповую сплочённость (солидарность), через желание оставаться членами группы, через степень удовлетворения от этнической принадлежности.

Происходит процесс преломления традиционных установок, адаптация их к новой социальной среде. Стратегия этнического поведения должна определяться совокупностью социальных и политических решений. Наиболее остро это ощущается в периоды общественных катаклизмов, и в периоды, когда этнос находится на грани вымирания. Таким образом, можно говорить о том, что этническое сознание, с одной стороны, это мера человеческого бытия, а с другой стороны, находясь в постоянном движении, оно является состоянием и процессом одновременно. Процесс активизации сознания подразумевает кристаллизацию вокруг своих этнических констант новой картины мира. Это означало существенную переорганизацию всей жизни этноса.

Речь идет о тенденции к объединению северокавказских народов путем формирования и функционирования общерегионального слоя культуры. Этнические, культурные, языковые, конфессиональные границы менялись, образуя обновленный синтез культур регионального и локального уровня. Увеличилась частотность и длительность контактов между народами. Это была первая и единственно возможная в тот период защитная реакция. Несмотря на этническую пестроту населения, в этот процесс были вовлечены не только те народы, основная этническая территория которых находилась в пределах Северного Кавказа, но и дисперсные этнические группы; еврейские, армянские, татарские, греческие общины. Взаимодействие всех этих групп, с их определенной общностью и различием, составляло базовый фактор развития национального сознания, коррелирующий с новым социальным контекстом.

Процесс интеграции можно условно разделить на следующие пункты: владение языком и культурой другого общества; желание стать полноправным членом нового общества; социальное поведение, отвечающее требованиям и стремлением общества. Все эти требования к будущему члену общества невозможно рассматривать по разнь или в качестве отдельных этапов. Они являются совокупностью взаимосвязанных характеристик. Языковая проблема представляется наиважнейшей при исследовании менталитета диаспоры (этнической группы). Потому что «язык есть практическое сознание» [2, с. 29] только с помощью языка у человека складывается образ мира и система ценностей. Большое значение в качестве компонента этнической идентичности и «этнического маркера» сохраняет язык. 52,4 процента всех респондентов родным назвали язык своей национальности, 45,7 процента считают родным русский язык и только 1,9 процента армян, дагестанцев и ассирийцев родным считают осетинский. При этом опрос показал, что почти 100 процентов опрошенных свободно говорят, читают и пишут

только на русском языке. На этом фоне ярко выглядят грузины, 90 процентов которых свободно владеют языком своей национальности. В общественно-политической жизни опрошенные предпочитают отдавать русскому языку. Специфика современной ситуации в Осетии заключается в том, что русским владеет практически всё население республики, в то время как языками остальных этнических групп владеют 38,8 процента представителей этих групп. Довольно значительная часть респондентов – 20,9% свободно говорят, но не читают и не пишут на осетинском языке, а 22,85 понимают, но не говорят. По инициативе национально-культурных центров созданы воскресные национальные школы, где общества ведут широкую культурную деятельность по восстановлению и развитию образования на национальном языке, возрождения религиозных и культурных традиций родного языка, он факультативно изучается в местах компактного проживания. Русский язык становится родным или вторым родным языком, и используется не только как средство межнационального, но и как средство внутри национального общения.

Интеграционные процессы в различных сферах жизнедеятельности человека – научно-технической, социально-экономической, культурно-духовной, а также вступление человечества в эпоху информационного общества открывает невиданные ранее возможности интеграции всего человечества в единую общность. Сохранить свою этническую идентичность современным диаспорам крайне сложно. Люди всё больше слушают интернационализированную музыку, смотрят практически одни и те же кинофильмы и телепередачи и пользуются многими другими универсальными стандартами и нормами.

Одним из важных факторов, определяющих направление и специфику процессов, выступают фундаментальное разнообразие социально-экономического и политического развития, культуры, обычаев, образцов поведения в различных обществах. Она проникает в социально-экономические и общественно-политические структуры, превращая общечеловеческие ценности во всеобщие, нередко сталкивается в острейших противоборствах с такими структурами, как менталитет, обычаи, национальное самосознание.

Необходимо приспособляться к нормам, ценностям, отношениям, общественному климату в новом социальном пространстве, где существенное значение для адаптации получает национальный признак, пол, образование, профессиональная занятость и т.д. Степень духовной комфортности, возможность ощущать себя вне ареала расселённости своего народа частью его, т.е. во всём том существе, в котором мир знает этот народ. На вопрос «Как бы Вы определи своё морально-психологическое состояние в обществе с представителями других народов, населяющих Республику Северная Осетия-Алания?», были получены следующие ответы:

— 42-м процентам абсолютно комфортно, как будто находятся среди своего народа;

- 40-ка процентам комфортно, но, тем не менее, не забывают о том, что находятся среди другого народа;
- 8 процентам не совсем комфортно, скорее скованно;
- у 7 процентов ощущение ущемлённости, дискомфорта;
- 3 процента не смогли определиться в этом вопросе.

Казалось, и здесь можно интерпретировать цифры с положительным знаком — более 80 процентов респондентов в той или иной мере ощущают себя комфортно в республике. Вполне вероятно, что на социальное самоощущение оказывает влияние материальная дифференциация. С ростом богатства возрастает и степень социальной комфортности независимо от социально-профессионального статуса. Реальное материальное положение, используемое в качестве важнейшего показателя самочувствия едва ли можно признать бесспорным и достаточным для объяснения различий в самоощущении этнических групп. Так, например, 78,9% представителей ассирийской диаспоры определили своё морально-психологическое состояние как абсолютно комфортным, как будто находятся среди своего народа, но при этом 63,2% относят себя к семьям низкого достатка. Для адаптации существенно не только профессиональный статус, материальное положение, но и реакция социального окружения. Следует отметить, что представители русской диаспоры отмечают явно выраженное чувство социальной нестабильности, но практически не отмечают низкий социально-профессиональный статус и уровень достатка. Вполне возможно, что их социальное самоощущение связано с переменами в государстве. Исследование свидетельствует о том, что позитивно оценивают своё морально-психологическое состояние дагестанцы, греки, армяне, грузины, башкиры. Однозначно не подтверждается предположение о том, что социальное положение связано со спецификой региона. При сравнении социальных сегментов различных этнических групп

можно сделать вывод о существовании некоторых трудностях адаптации. Первопричиной такого положения выступают внешние, объективные факторы, такие, как возраст, образование, физическое состояние, вид трудовой деятельности, материальный достаток и т.д. Адаптация происходит через разрешение конфликтных ситуаций, характерных для существования, через обогащение житейского опыта путем перестройки образа жизни человека и менталитета в меру его способности к такой перестройке. Так что высокая степень адаптации, тем более ассимиляция, означает ослабление влияния общинного конформизма и усиление влияния общественного сознания среды.

Осуществимость ментальной перестройки и соответственно темпы и мера адаптации зависят при прочих равных условиях от индивидуальных возможностей. Они ассимилируются обществом или стоят на пороге полной культурной ассимиляции, легко вступают в смешанные браки. Они, как правило, язык своих родителей знают плохо, если знают вообще, они носители культуры своей родины, этнокультура сохраняется у них только как «память». И у них уже нет комплекса неполноценности и в их поведении четко просматривается стремление занять свое место в обществе на равных. Процессы экономической и социокультурной модернизации общества, привели к значительным переменам в массовом сознании, но не к отрицанию национальной истории, культуры и традиций. Если экономика и социальная жизнь в основном интернационализируются, то духовная жизнь выступает в роли своего рода хранилища национального духа, традиций, национальной самобытности. К проблемам традиций, обычаев, привычек одно требование: их существование, развитие, поддержка должны основываться на уважении к человеческому достоинству, чтобы специфические явления духовной жизни одного народа не ущемляли и не попирали ни в коей мере интересы других наций и народностей.

Литература:

1. Манхейм, К., фон. Идеология и утопия (1929) В: К. Манхейм. Диагноз нашего времени. Пер. с нем. и англ. — М.: Юрист, 1991.
2. Маркс, К. и Энгельс Ф. Сочинения. Изд. 2. — т. 3.

Историческая память

Дзанхотова Альбина Алиевна, преподаватель

Северо-Кавказский горно-металлургический институт (государственный технологический университет)

В мире не осталось одноплеменных государств, этнические процессы стали характерным для всех без исключения обществ, обострились этнические противоречия в странах, которые издавна считались едиными с точки зрения одной нации, но располагающей этниче-

скими группами. Обострились проблемы крупных национальных групп, по тем или иным причинам не имеющих своей государственности: уйгуры, крымских татар, курдов. До сих пор кровоточат раны переселением целых народов. На современном этапе развития человечества

есть целый ряд национальных проблем, которые обострились во многих странах. Безусловно, имеются особенности проявления национальных и этнических отношений. Есть общее, социальное положение человека как представителя нации, его национальное самосознание, национальная культура, язык, т. е. всё то, что определяет национальную самобытность людей.

Этнос — категория историческая и этническое сознание, соответственно, подвержено изменениям в ходе истории. Этническое сознание эволюционирует в рамках той научной парадигмы, согласно которой традиционная культура этноса — это способ и результат групповой адаптации к новым условиям. В современной науке описаны варианты этнических процессов, которые сопровождают добровольную и вынужденную миграцию народа. Это может быть интеграция, ассимиляция, сегрегация, маргинализация и т. д. Интеграция — сложный процесс, где индивиды и культурные группы связаны между собой. Свой образ жизни они приспосабливают к образу жизни принимающего общества в целом, в том числе в аспекте культурного измерения и по включению в структурное измерение общества [1, с. 178]. В культурном измерении иммигранты приспосабливаются к условиям нового для них общества. Структурное измерение выражается в положении в новом обществе: их статус и престиж, права и власть.

В результате, завоевания Кавказа, этническое сознание перестраиваются к новым политическим, социально-экономическим, культурным и даже географическим условиям. В 1902 году Е. Марков пишет следующее: «Ничем невозможно так привязать к себе покоренную страну, как честным, решительным устранением исторического зла, накопившегося в ней в течение веков. Произвол победителя, как вообще всякий деспотизм, должен сколько-нибудь оправдать себя, но крайней мере, своею способностью достигать одним резким ударом таких результатов, которые при мирном и законном развитии страны, потребовали бы для своего осуществления вековой борьбы. Но когда военное насилие служит упрочению и даже к сильнейшему развитию старого местного зла, когда оно обостряет неравенство положений и прав, — тогда судьба покоренного народа достойна действительно жалости. Завоевывать, освобождая, уравнивая, обеспечивая — вот тайна прочных завоеваний, которой, к великому сожалению, мы не всегда держались, присоединяя к себе закавказские царства и завоевывая Кавказские горы» [2, с. 48].

Прогрессивность русской культуры и русско-кавказских контактов демонстрировалась подчас далеко не прогрессивными методами. В 1891 году начальник Терской области писал, что «проникая нередко... в самые центры инородческого населения и оставаясь здесь на жительство..., переселенцы оказывают на коренных жителей немаловажное нравственное воздействие. Поэтому возможное внимание к нуждам переселенцев со стороны местной власти и содействие к водворению их в известной последовательности, — так именно, чтобы целая сеть

русских хуторов разъединяла массу инородческих поселений, — должны служить для упрочения в области русской культуры и гражданственности» [3, с. 27]. Однако уже в то время высказывались опасения о возможности перегибов и негативных последствий от такого рода насильственного «окультуривания». Апогеем ломки национальности быта, культуры и сознания являются первые три десятилетия XX века. Политика царской администрации, имея типичную капиталистическую направленность, привела к обострению социально — политической обстановки, к постоянной политической нестабильности и к вовлечению горцев в общий поток революционного кризиса в России. Неравномерность темпов социального развития, преимущественно аграрная структура занятости населения и сохранение традиционных форм организации жизни и социального регулирования, вызвали развитие этносоциальных процессов, отличающих Юг России от других регионов. Наложение на традиционное этническое сознание иной, пришедшей извне, системы ценностей и мироустройства, привело к приобщению к иным цивилизационным ценностям, обогащающим традиционализм и этническое содержание общества. В образовавшиеся геополитические структуры привносятся элементы этноиндивидуальности покоренных народов, что особенно ярко проявилось в среде русских переселенцев на территории Северного Кавказа. Кавказская кампания царского правительства сопровождалась заселением равнинной части Северной Осетии не только осетинами, но и русскими и украинцами. События, следующие одно за другим, начиная со времени завоевания Северного Кавказа, образуют временной ряд, который не является простой совокупностью событий. Историческое мышление и сознание, как часть сознания этнического, основывается именно на предположении о существовании внутренних связей между событиями во временном ряду, так что одно событие необходимо ведет к другому, образуя непрерывный процесс. В бесконечной череде исторических событий выделяются события эпохальные. Социально значимое событие делает время социально значимым. Оно выступает как источник множества последующих событий. «Нет такого события или скопления событий, которые точно обозначали бы конец нашего времени, потому что историческая эпоха не исчезает полностью. Эпоха начинает подходить к концу раньше и длится дольше, чем может показать какой-либо разделительный знак» [4, с. 68]. Заселение Северной Осетии в XX веке и начале XX века шло по классическим канонам капиталистической колонизации, что предопределило развитие промышленности и торговли, высокую товарность земледелия, возникновение банков и транспортных агентств.

Вместе с тем отдельные события могут либо замедлить, либо ускорить начавшиеся до него ментальные процессы. Репрезентация событий рассматриваемого периода и упорядочение причинных факторов, позволяет назвать революцию 1917 года и установление Советской власти «толчковыми событиями» в изменении траектории

эволюционного развития этнического сознания. Социалистическая революция, начавшаяся в Петрограде, с октября 1917 по февраль 1918 г., по образному выражению В.И. Ленина, успела проделать «свое блестящее триумфальное шествие в Европейской России, перекинуться в Финляндию, начать завоевывать Кавказ» [5, с. 9]. Началась вторая волна завоевания кавказских народов. Если с присоединением Северного Кавказа к России, они были вовлечены, главным образом, в русло российской экономики, повлекшее возникновение очагов капиталистической промышленности и формирование отрядов рабочего класса, то на втором этапе последовало приобщение народов Кавказа к революционному движению и активное вовлечение их в водоворот российских политических катаклизмов. В канун Великой Октябрьской социалистической революции экономика Кавказа представляла собой пеструю картину социально-экономических укладов, начиная от патриархально-крестьянского натурального хозяйства и кончая частнокапиталистическим. Главным занятием, все же, как и раньше в данных областях было скотоводство. Оно составляло основу жизнеобеспечивающей системы народа.

К моменту победы Октябрьской революции, в регионе сложились сложные межнациональные отношения. Здесь проживало около 100 горских народностей и этнических групп. Этот фактор значительно осложнял внутривнутриполитическую ситуацию в регионе.

Советская власть провозгласила политическое право нации на самоопределение, которое было утверждено в одном из первых правовых актов Советской власти — «Декларация прав народов» (2 ноября 1917 г.). В 1920 г. на съезде народов Дагестана и Терека были провозглашены две автономные национальные советские республики — Дагестан и Горская Республика, обе учрежденные как полиэтничные и имели административное деление на округа по этническому признаку. В Горскую Республику были преобразованы бывшие национальные округа Терской области: Чеченская, Назрановская, Владикавказская, Кабардинская, Балкарская, Карачаевская. Дагестанская Республика состояла из 14 округов, организованных также по этническому принципу. Горская республика просуществовала недолго и была упразднена в 1924 г. из-за острых межэтнических противоречий. Народы, давшие своё имя названию автономий, тем самым получили статус титульных. Не менее важно для институционализации этноса имело создание национальной школы. Если в дореволюционной России образовательная политика была нацелена на русификацию народов, то политика Советской России была направлена на создание национальной письменности и сохранение национального языка. Важным фактом институционализации этничности было закрепление этнической принадлежности в паспорте. Но значительно более мощным по степени воздействия на сознание и закрепление этничности как важной характеристики личности стали трагические события в истории ряда народов — депортация 1944 г. На Юге России ей под-

верглись балкарцы, греки, калмыки, карачаевцы, немцы, ингуши и чеченцы.

Человечество воевало во все времена. С ростом масштабов цивилизации росли и масштабы войн — от межплеменных до мировых. Параллельно усложнялась система сопутствующих явлений. Одним из таких явлений, относящихся к XX столетию и порожденных войной, является депортация северокавказских народов 1943—1944 годов. События, связанные с этими позорными страницами отечественной истории XX века, повлекли за собой массу серьезнейших и глубочайших изменений в национальном сознании депортированных народов, столкнув репрессированные этносы с многочисленными адаптационными проблемами. Любое здоровое общество нуждается, и стремится к стабильности. Именно поэтому причины и следствия разнообразных исторических потрясений: войн, революций, демографических взрывов, миграций, депортаций и т.д. становятся главными в анализе социального поведения и национального самосознания каждого народа. Независимо от нашего желания, события подобного рода накладывают отпечаток на мировосприятие, как отдельной личности, так и целого народа. Меняется взгляд на жизнь, искажаются ценностные ориентиры, обостряются или притупляются отдельные черты, присущие данной этнической группе. В конечном счете — это формирует национальное сознание и самооценку народа. Н.А. Бердяев в свое время писал о русских, что они по своему духу непротивленцы. Причиной этого, по его мнению, является то, что в своей истории русские слишком много страдали от стоящей над ними силы. Из-за инстинкта самосохранения русский народ привык подчиняться внешней силе, чтобы она не раздавила его, но внутренне он считает состояние силы не высшим, а низшим состоянием. Таким создала русский народ история [6, с. 188]. Такова оценка, данная русским философом своему народу, построенная с учетом многочисленных национальных катастроф в истории русского государства. Новый поворот истории и новые трагедии принес XX век. Ведущее место в процессе ломки старого мировосприятия сыграла Советская власть. Но все ли действия новой власти были нацелены на улучшение и укрепление национальных прав и свобод? К сожалению, нет. Народы, подвергшиеся репрессиям, яркий тому пример. К депортации целых народов и больших групп населения советское правительство прибегло сразу же после установления Советской власти. Терское казачество стоит первым в этом скорбном ряду.

Изгнание народа с родной земли неизменно сопровождается личной трагедией тысяч семей. Песни, сказания, баллады, сложенные в трагические для народа дни, не только выражают состояние национального духа, но выступают как компонент исторической памяти и исторического сознания этноса. Сохранение этнического самосознания является непременным условием самого существования этноса. Его утрата через ассимиляцию равносильна исчезновению.

С конца 80-х — начала 90-х годов в нашей стране начался процесс глубокой социальной и культурной трансформации. Кардинально менялись не только экономические основы общества, но и отношение к этническим ценностям, которые определяют современное состояние этничности этноса. После распада Союза понятие «диаспора» по разным причинам оказалась удобным для описания процессов постсоветского этнического размежевания, и стало широко использоваться в постсоветской литературе. Все диаспоры обладают некоторыми общими чертами, но между ними есть и очень большие различия, делающие каждую диаспору по-своему уникальной.

Распад страны неодинаково сказался на динамике каждой из них. Он вызвал миграции, которые привели к сокращению или увеличению диаспор. На момент распада СССР у народов РСФСР уровень самоидентификации с Россией был чрезвычайно низок, большинство считало себя «советскими гражданами». На постсоветском пространстве она воспринимается остро еще и потому, что вследствие распада Советского Союза народы были разделены границами, и для людей жизненно важным оказался вопрос: гражданами, какого государства они должны стать, т. е. будут ли они иммигрантами, временными жителями или меньшинствами в государствах, где они живут.

Литература:

1. Юдин, Т. Н. Исследование миграционных процессов в России. — М., Академический проект, — 2006.
2. Марков. Очерки Кавказа. — СПб., 1902.
3. Отчет Начальника Терской области за 1891 г.
4. Herder, Y. G. Metakritik zur Kritik der der reinen Vernunft. Berlin: Aufbau-Verlag, 1955.
5. Ленин, В. И. Пол. Собр. соч. — Т. 36.
6. Бердяев, Н. А. Судьба России. — М., 1918.

Коммуникативная роль социальной рекламы в современном обществе

Захарова Марина Вадимовна, преподаватель;

Баязитова Татьяна Ильдусовна, студент;

Холстинин Валерий Валериевич, преподаватель

Кубанский государственный университет

В статье рассматриваются особая миссия социальной рекламы как идейно формирующее направление PR. Дается анализ основных функций социальной рекламы такие как коммуникативная, воспитательная, а также идеологическая.

Ключевые слова: коммуникации, социальная реклама, пропаганда, эффективное медиапланирование.

Процесс глобализации формирует широкий спектр мейнстримных, социальных, личностных и других коммуникаций. Современный человек вынужден каждый день взаимодействовать с большим объемом информации.

Одной из форм актуализации социальных, экологических, гуманитарных проблем является социальная реклама. Являясь особым идейно формирующим направлением PR, она служит инструментом привлечения внимания к жизненно важным проблемам общества и человека. В то же время она определяет ценностные ориентиры и модели поведения, а также идеологические принципы.

Особая миссия социальной рекламы заключается в формировании новых взглядов на основе принципов гуманизма и общественной гармонии. Её реализация возможна путем привлечения внимания аудитории к актуальным проблемам окружающей действительности, мотивации каждого к иному взгляду на привычные вещи. В сфере общественной жизни социальная реклама явля-

ется еще одним инструментом создания положительного имиджа государственных и муниципальных органов, демонстрации социальной ответственности бизнеса и, конечно, патриотического воспитания молодежи.

Рассмотрим основные функции социальной рекламы. К ним относятся: коммуникативная, воспитательная, а также идеологическая.

Коммуникативная функция формирует взаимопонимание между аудиторией и автором рекламного сюжета. Она способствует сближению взглядов и позиций многих участников процесса на существующую проблему в общем информационном пространстве. В рамках этой функции социальная реклама несет в себе информацию, представленную в сжатой, художественно выраженной форме. Авторы сюжетов полагают для себя главной целью донести до сознания и людей наиболее важные факты и сведения способные изменить будущее развитие событий.

Воспитательная функция направлена на построение в обществе определенных моделей поведения. Примером

этому может служить бережное отношение к окружающей среде. В рамках данной проблематики социальная реклама призывает поддерживать чистоту, не портить зеленые насаждения, беречь и охранять уникальные ландшафты и, конечно, проявлять осторожность с огнем в лесных массивах.

Идеологическая функция заключается в формировании патриотических взглядов, в воспитании уважения к отечественной истории и культуре и в сохранении традиционных ценностей. Периодически в вечернее время с телеэкрана слышится вопрос: «22. 00. А ваши дети дома?», а фраза, «позвоните родителям» служит напоминанием повзрослевшим, «забывчивым» детям. На этих примерах, декларируются важные для всего общества ценности.

В настоящее время, с развитием информационных технологий, социальная реклама обретает всё новые и цели, форму и содержание. Здесь её особенностью является то, что она обращена ко всем и к каждому человеку в отдельности. Именно через эту «массовую индивидуализацию» происходит более глубокое восприятие каждым адресатом социальной рекламы обращенного к нему сообщения.

Само понятие «социальная реклама» возникло в России. Менталитет и социальная ориентированность, российских граждан сформированные многовековым общинным укладом жизни, позволяют им ощущать себя ближе к традиционным духовным ценностям. В странах Запада общественные цели и задачи реализуются в рамках так называемой некоммерческой рекламы.

Попробуем понять и разделить базовые принципы российской социальной рекламы и западной некоммерческой. Буржуазный уклад жизни общества США и Европы предполагает, что общественная реклама должна, так или иначе, служить целям повышения прибыли. Сохранение духовных ценностей или же изменение моделей поведения в западном обществе являются второстепенной задачей. Примером может послужить программа поддержки детей-инвалидов благотворительным фондом Рональда Макдоналда, инициированная сетью ресторанов быстрого питания Макдоналдс. Главным образом данного социального проекта и сети ресторанов является один и тот же герой — клоун Рональд. Поэтому все некоммерческие ролики с веселым клоуном выполняют напоминающую функцию коммерческой рекламы, устанавливающей ассоциативную связь с всемирно известным брендом.

Прообразом российской «социальной рекламы» можно считать пропаганду советского периода. Она была не слишком разнообразной, большей частью политизированной и строго выдержанной в идеологических рамках. Выполняя ряд важных функций, в том числе информационную, мобилизующую и воспитательную, она, по сути, являлась убеждающим инструментом воспитания масс. Типичным примером советской пропаганды являлся жанр политического плаката. Он в доступной и лаконичной форме доводил до каждого человека его гражданский патриотический долг в контексте советской идеологии.

Многие еще помнят плакат с девушкой в красной косынке, сопровождавшейся лозунгом плакат «Не болтай!». Этот жанр являлся самым мобильным и широко востребованным видом советского изобразительного искусства. С его помощью власть эффективно устанавливала правила и нормы общественной жизни советского народа.

Социальная реклама в ее современном виде появилась в России в 1994–1995 годах. Именно тогда появились первые ролики Рекламного Совета России, призывающие позвонить родителям. Характерной особенностью социальной рекламы является искренняя солидарность и даже сопереживание авторов к рассматриваемой проблеме. Практика показывает, что ответы на вопросы, которые она ставит, приходят к каждому, прежде всего через личный опыт или сопереживание другим людям. Возможность узнать и оценить значимость и остроту различных явлений дает более глубокое понимание и восприятие причин их возникновения. Вставая на сторону борцов за здоровый образ жизни, за экологическую безопасность, за нравственность и за толерантное отношение друг к другу, люди формируют в себе гуманистические принципы. Так формируется активная гражданская позиция человека, она способна дать человеку и обществу в целом всеобъемлющее понимание ценности человеческой жизни.

Что мешает сегодня развитию социальной рекламы в России? Во-первых, не выработана комплексная технология анализа, профилактики и решения многих социальных проблем. Во-вторых, на уровне нормативно-правового регулирования рекламной деятельности существует ряд проблем. В-третьих, недостаточно отлажены механизмы взаимодействия между участниками рынка социальной рекламы, т.е. заказчиками, авторами и производителями.

Во всех международных и правовых документах человеческая жизнь декларируется как высшая ценность. Когда рекламируются автомобили или продукты питания, то в обратном эффекте, потребители не будут их покупать и компании понесут убытки. В социальной же рекламе многие темы, которые затрагиваются, связаны с человеческой жизнью, например в борьбе со СПИДом, наркоманией и другими опасными явлениями, ставшими бичом современного общества. В настоящее время в России все еще не существует четко выстроенной государственной концепции развития социальной рекламы. Агентствам, занимающимся разработкой и осуществлением рекламных проектов социальной направленности порой испытывают затруднение государственной и административной поддержки. Как правило, социальная реклама размещается в «эфирных окнах». В данных условиях сложно говорить о каком — либо эффективном медиапланировании.

Сегодня роль и значение социальной рекламы в России все больше понимается представителями российского бизнеса. Люди, которые продвигают социальную рекламу на телеэкранах и в печатных СМИ, как наиболее пере-

довая часть рекламистов, в силу социально-ответственной ориентированности своей профессии, осознают важность и творческую привлекательность социальной рекламы. В последние годы нарастает интерес к этой сфере рекламной деятельности. Появляются новые оригинальные подходы и технологии ее создания. Создаются не только социально ориентированные плакаты, но и целые рекламно-полиграфические проекты социальной направленности.

Значение коммуникационной роли социальной рекламы сегодня не вызывает сомнений. Её периодическое продвижение необходимо обществу для формирования нравственных ориентиров человека и в целом достижения социальной гармонии. Дефицит альтруизма в современном обществе многократно усиливает её значение. В эпоху «клипового мышления» психоэмоцио-

нальный уровень и степень воздействия некоторых роликов могут быть вполне сопоставимы с небольшими художественными формами кино и театра. Социальная реклама не панацея от всех проблем, которыми наполнена наша современная жизнь. И призвать человека к определенным чувствам и тем более полезным действиям гораздо сложнее, чем раньше. Подчас, лишь короткий ролик способен заставить нас задуматься над той или иной проблемой.

Качество жизни современного общества зависит от уровня его развития, его возможности адекватно реагировать на острые сигналы, поэтому социальная реклама наиболее действенный инструмент решения многих общественных. В настоящее время есть все предпосылки тому, что в будущем социальная реклама проникнет во все отрасли общественной и экономической жизни.

Литература:

1. Анохин, В. В. Рекламисты создают СССР. Этот союз хочет подмять под себя социальную рекламу // Русский Фокус. № 2, 2003.
2. Самсонова, Т. Н. Проблемы политической социализации в современной России. М., 1999.
3. Тухватулин, Р. М. Влияние общественного мнения на ценностные ориентации личности в сфере национального развития и международных отношений. Уфа, 1997.
4. Уэллс, У., Бернет Д., Мориарти С. Реклама: принципы и практика. СПб. 1999.

Гендерная проблема: позиция феминизма

Коротец Игорь Дмитриевич, доктор философских наук, профессор;
Хижняк Анна Сергеевна, студент
Южный федеральный университет

Гендерное разделение и закрепление социальных функций в пространстве социальности создается на основе реализации потребностей обеспечения системного воспроизводства общества. В зависимости от социального содержания, которое имеет соответствующую временную определенность, складываются и гендерные отношения. В традиционном обществе, в котором технологии воспроизводства системы достаточно устойчивы, гендерная организация стабильна. Индустриальная социальность развивалась гораздо быстрее. Постиндустриальная форма общества создает совершенно новые технологии воспроизводства социальной системы, приводя к возникновению самых неожиданных гендерных проблем.

Карл Юнг в начале прошлого века показал, что психологическая природа человека обладает могучими ресурсами: Каждый индивидуум обладает, за счет наличия у него анимы (женского аспекта психики) и анимуса (мужского аспекта), возможностью достаточно универсально ориентировать себя в гендерном пространстве. Можно предположить в этом отношении как минимум две вещи: культура за счет преобразования у человека стереотипов програм-

мирует конфигурацию гендерного пространства; кроме того, возможно сознательное формирование данных пропорций, как в границах культурного образа, так и в пространстве персоны. Если предположить индивидуальную предрасположенность каждого человека к возникновению определенной целостности анимуса и анимы, то можно утверждать, что объединение ее с культурными образцами воспроизводит и определенный гендерный образ индивидуума, совпадающий с культурными нормами, и его антипод в виде девиантности.

Обозримая история человечества складывалась как тотальная форма мужского доминирования. Материнские функции и хлопоты по дому сделали женщин зависимыми от мужчин, ограничили их социальные роли. Это послужило причиной многочисленных претензий, обид и споров, ставших основой самого яркого проявления гендерного конфликта — феминизма. Проблема взаимоотношений мужчины и женщины с каждым днем становится все более актуальной, поскольку изменение технологий создает множество гендерных проблем, настоятельно требующих своего разрешения.

В статье рассматриваются последовательные этапы феминизма, в пространстве которого осмысливались гендерные проблемы с позиции женщин, стремящихся преобразовать патриархальную систему отношений мужчин и женщин.

Интерес к исследованию гендерной соразмерности возник совсем недавно. Поэтому на протяжении всего существования культуры данные процессы формировались на уровне бессознательного. Гендерная природа человека, объединяясь с различными социо-культурными факторами, принимала те или иные формы, отношение к которым со стороны общества и «человекоразмерности» было различным. Библия и языческие традиции, нормы права и обыденные ценности, культурные стереотипы «незападных» цивилизаций полны информации об этих процессах.

Первоначальные феминистские организации называют «первой волной» феминизма — борьбой за достижение юридического равноправия полов. Первым документом феминизма принято считать «Декларацию прав женщин и гражданки», написанную Олимпией де Гуж во Франции в 1791 году. В дальнейшем протест, основной идеей которого становится суфражизм — движение за предоставление женщинам избирательного права, проявляет себя в Великобритании и США. Были приняты декларации о правах женщин и позднее сформированы различные организации, отстаивающие их. В 1920 году в США была закреплена поправка Конституции, согласно которой пол не является помехой для участия в политической жизни и, в частности, в выборах.

В это время намечаются еще два направления феминизма: гуманистический, видящий освобождение женщины в повышении уровня ее образованности, и марксистский, считающий, что свобода женщины неразрывно связана со свободой пролетариата. Таким образом, в первую волну женщины добились социального расширения сфер своего применения в жизни, не противопоставляя себя мужчинам. Но, как и в любом другом ярком социальном явлении, в феминизме не мог не возникнуть своего рода экстремизм.

После успеха суфражизма, а также из-за наличия объективных факторов, таких как война и послевоенное возрождение, феминизм фактически не проявлял себя почти до 60-х годов XX века. Знаменем его возрождения стала книга французки Симоны де Бовуар «Второй пол» (1949 г.), в которой отстаивался тезис, что в женщинах заложены такие же потенции, как и в мужчинах. Этот труд положил начало «второй волны» феминизма — борьбы за фактическое равенство женщин с мужчинами.

Феминистки второй волны верили, что современные женщины находятся в рабстве патриархата, и считали, что феминистская задача дня состоит не в достижении равенства для всех, а в перераспределении власти от «доминирующего класса» к «подчиненному классу» через ликвидацию законов, ограничивающих их права, специальными государственными реформами. Параллельно появляются группы молодых феминисток, утверждающих,

что одними лишь вежливыми требованиями поправок законодательства победить могущественную силу патриархата не удастся. Они предлагали разрушить всю систему ценностей, вековые традиции, и все, что принадлежит мужчинам, в том числе, и государство. Итогом второй волны явилось признание феминизма как плюралистического явления. Окончательно формируются два противостоящих друг другу направления — либеральный и радикальный феминизм, общим достижением которых стало признание проблемы насилия женщин и их массовый выход на рынок труда.

Анализ гендерной проблемы в России показывает, что в имперском формате в нашей стране были выработаны свои стереотипы данных отношений, основанные на принципах православия (Домострой). На традиционном уровне, к которому добавились модификации советского периода, эти нормы нам всем отлично известны. Официальная гендерная нормативность России базируется на сверхморальной религиозно-светской основе. Реальное состояние данного процесса, включая элементы девиантности, исследовано очень слабо. Эмпирическое содержание, фиксирующее эти отношения в России, в основном, является собственностью компетентных органов.

К концу 20 века современный феминизм перешел в стадию «радикального самокритицизма», названного так авторами книги «Дестабилизировать теорию: Современные феминистские дискуссии» Мишель Барретт и Энн Филлипс. Главным отличием феминизма «третьей волны» как реакции против существующих феминистских инициатив явилось признание половых и сексуальных, расовых, и этнических различий. «Феминизм равенства» стал «Феминизмом различия», критикующим тенденцию рассматривать женскую субъективность как единую.

На российской почве реализация этой теоретической основы проявилось в пренебрежительном отношении современной молодежи к статусу представителей противоположного пола в качестве партнеров по возможным совместным, в том числе сексуально-брачным, отношениям. В молодежной ментальности укрепилось мнение о том, что «не стало партнеров, заслуживающих внимания и доверия». Причем женская половина утверждает, что «не стало нормальных парней», а мужская обвиняет девушек в «испорченности и неверности». В отношении семейно-брачных отношений в нашей стране этот факт очень тревожный, а при учете демографической ситуации — катастрофический, поскольку вместо необходимого партнерства молодежи мы имеем гендерный конфликт, который вызван глубинными бессознательными процессами, на которые власть, отвечающая за формирование этих явлений, не хочет обращать достаточного внимания.

Данный гендерный конфликт имеет несколько составляющих. Посмотрим на экономический аспект, который воспроизводит подобные отношения. Как известно (к сожалению, в России известно не совсем и не всем): в обществе есть два основных экономических процесса — про-

цесс производства товаров и услуг и процесс потребления тех же самых товаров и услуг. В процессе производства предметов потребления расходуются материальные и людские ресурсы, а в процессе потребления, наоборот, создаются человеческие ресурсы общества. Потребление продуктов и создание человеческих ресурсов в России традиционно осуществлялось в патриархальной семье. Мужчина и глава семьи обеспечивал семью ресурсами и, в основном, управлял ею. А женщина рожала и воспитывала детей и выполняла бытовые хозяйственные функции. В более развитых и дифференцированных слоях населения существовало разделение труда более сложного характера: для воспроизводства семейного хозяйства использовалась дополнительная рабочая сила в разных формах.

Главным моментом в этом процессе является то обстоятельство, что потребление в семье представляет в широком смысле процесс создания населения, рабочей силы, человеческих ресурсов и т.д. Дефицит потребления приводит к деградации человеческих ресурсов, которые не могут справиться с выполнением человеческих обязанностей. Положение современной молодежи таково, что ценности потребления и возможности/ценности человеческого воспроизводства не совпадают. Данное несоответствие воспроизводит социальное дистанцирование молодежи в гендерном пространстве.

На Западе на рубеже тысячелетий формируется постмодернистский феминизм или постфеминизм, отношение которого с самим постмодернизмом до сих пор является предметом многочисленных дискуссий. Сторонники данного течения обвиняют научную рациональность в представлении знаний лишь с мужской точки зрения и стремятся учитывать особенности субъекта познания женского пола. Кроме того, они стремятся осмыслить проблему подавления женщин посредством языковых практик. Теория оказалась невостребованной в феминистских кругах, ее назвали нестабильной, незавершенной. Американский философ, представительница постструктурализма Джудит Баттлер, предложившая термин «постфеминизм», впоследствии отказалась от него как слишком расплывчатого, чтобы быть значимым.

Литература:

1. Бовуар, С. де. Второй пол. Т. 1,2. — М.: Прогресс, 1997. — 832 с.
2. Жеребкина, И. Прочти мое желание. — М.: Идея-пресс, 2000. — 251 с.
3. Капра, Ф. Поворотный пункт. Перевод В. И. Постников, 2005. — 411 с.
4. Никонов, А. Конец феминизма. Чем женщина отличается от человека. — СПб: Питер, 2008. — 272 с.

С началом третьей волны и по сегодняшний день феминистками активно пропагандируется боди-позитив — учения о положительном отношении к «естественной» красоте. Благодаря современным феминисткам в речи появилось и такое понятие, как объективация. Речь идет о явлении, когда человек (как правило, женщина) начинает восприниматься исключительно как сексуальный объект, а его личностные характеристики обесцениваются. Также в третьей волне особенно выделяются движения, выстроенные вокруг свободных, властных женщин, способных быть самодостаточными, талантливыми, лидирующими в социальном мире — и в этом смысле, по их мнению, превосходящих мужчин.

Подобные идеи современного феминизма, впадающего в крайности, делают его сегодня объектом многочисленных насмешек. Из женщин, справедливо отстаивающих свою правовую и экономическую свободу, желающих быть образованными, заниматься культурной, общественной и научной жизнью, феминистки превратились в обиженных бунтарок, обвиняющих каждого второго в сексизме и ущемлении своих прав. Разрыв между поставленными задачами феминизма и реальным опытом их реализации послужил причиной борьбы между самими же феминистками, в связи с чем будущее их проекта стало все сложнее предугадать.

Таким образом, попытка женщин создать модель гармоничных гендерных отношений до сих пор не увенчалась успехом. Очевидно, что совместить процессы продолжения рода и участия в социальном воспроизводстве на основе современного понимания свободы и равенства не удастся в пространстве наличного феминизма. Гендерная проблема в информационном обществе обостряется, приобретая перманентный характер, создающий новые проблемы. По мере возникновения инновационных технологий потребуются соответствующее осмысление и изменение гендерного статуса всех членов общества. Основой формирования гендерной статусности можно считать ценности системной соразмерности и плюралистичной конкуренции в социально-политическом и правовом пространствах.

Глобализация и традиции социализации кыргызов

Мурзаев Маматали Султанович, кандидат психологических наук, доцент
Кыргызская академия образования (г. Бишкек)

Murzaev Mamatali Sultanovich, associate professor, candidate of psychological sciences,
Kyrgyz Academy of Education (Bishkek)

В статье рассматриваются специфические особенности традиций социализации и формирования личности, народная педагогика кыргызов и проблемы их исследования, а также проблемы социализации подрастающего поколения в условиях глобализации.

Ключевые слова: глобализация, социализация; формирование личности; традиции социализации, народная педагогика; этническое сознание, этническая культура.

Some specific tradition socialization peculiarities of Kyrgyz people, research and teenager's generation forming problems in modern life are reviewed in this article.

Key words: socialization; formation of personality; folk pedagogy; ethnic consciousness; tolerance and formation of tolerance.

Интенсивное развитие процесса глобализации привело к разрушению всяких границ (начиная с межэтнических, межнациональных, кончая духовно-нравственными и пр.) и порождению ощущения себя человеком общего мира, которое отодвигает на второй план собственные национальные особенности и интересы.

Радикальные изменения в общественной жизни (глобализация, демократизация и рыночная экономика) привели к изменению социальных норм и правил поведения людей в обществе, к духовному кризису в целом, в частности у подрастающего поколения. В результате изменилась философия жизни кыргызов, мировоззрение, ценности, социальные нормы и правила поведения людей в обществе.

Развитие в современном мире процесса глобализации и информационных технологий приводит к унификации культур, которая постепенно стирает своеобразие культур народов. Эта ведущая мировая тенденция развития культур народов, вызывает необходимость того, чтобы кыргызский народ сохранил свои национальные особенности своей культуры. Для этого следует использовать традиции социализации в воспитании подрастающего поколения. Чтобы подрастающее поколение стало полноценным носителем национального характера и менталитета, ценностей кыргызского народа, таких, как гостеприимство, гуманизм, дружба с представителями других этносов и пр., необходимо использовать богатый опыт и традиции социализации кыргызов, которые способствуют сохранению культуры народа и преодолению духовно-нравственного кризиса, породившего такие негативные явления, как проституция, равнодушие, беспризорность детей и стариков и др. При решении тех проблем, которые имеются в нашем обществе (безнравственность, проституция, наркомания и алкоголизм, бессердечность, жестокость, агрессивность пр.), необходимо использовать традиции социализации народа, которые позволяют решать многие

проблемы воспитания подрастающего поколения, помогут обществу выйти из духовного кризиса. Главное — показать подрастающему поколению, что бездумное усвоение всех элементов западной культуры чревато в будущем утратой не только национальной культуры (т. е. национальных особенностей: менталитета, традиций, обрядов и пр.), но и государственности. Поэтому формирование подрастающего поколения на основе народной педагогики (фольклора, традиций, обрядов, поверий и др.) кыргызов будет сегодня единственно правильным решением.

На наш взгляд, процесс глобализации в кыргызском обществе выдвинул две основные задачи: *сохранение самобытности народа и модернизация (трансформация) традиций социализации и воспитания подрастающего поколения.* Традиции социализации кыргызов должны решать обе эти задачи.

В духовно-нравственном развитии кыргызского народа огромную роль играл кочевой образ жизни. Некоторые элементы кочевого образа жизни до сих пор являются неотъемлемой частью жизни кыргызов, они сохраняются в нашем сознании и поведении. Национальный характер кыргызов формировался в исторических условиях жизни народа. Кочевые условия жизни формировали у кыргызов аскетический образ жизни, умение жить в гармонии с природой, уважение к старшим, мирное сосуществование с другими народами и др., все это проходило проверку времени и закреплялось многовековым жизненным опытом народа. Для примера рассмотрим необходимость того, чтобы придерживаться аскетического образа жизни. Так, для каждодневной жизни нужно было самое необходимое для человека: вода, пища, мирное существование и др.

Традиции социализации кыргызов во многом сохраняют систему воспитания детей кочевника. Кочевой образ жизни сильно влиял на формирование особенностей характера кыргызов, таких, как выносливость, гостеприимство, терпеливость, оптимизм и др.

Социализация личности включает в себя формирование и развитие таких качеств личности, которые определяются совокупностью условий социального существования человека в данную историческую эпоху.

Социализация — это процесс, который позволяет ребенку занять свое место в обществе, это продвижение новорожденного от асоциального состояния к жизни в качестве полноценного члена общества. Социализация — это «очеловечивание» под влиянием воспитания [1].

Социализация — это усвоение человеком ценностей, норм, установок, образцов поведения, присущих в данное время данному обществу, социальной общности, группе, и воспроизводство им социальных связей и социального опыта. «Социализация происходит как в условиях стихийного воздействия на развивающегося человека факторов общественного быта..., так и под влиянием социально контролируемых обстоятельств и специально создаваемых в процессе воспитания условий» [2,165].

В процессе социализации личность усваивает общественные нормы и требования социального поведения, а также правила поведения в своей социальной группе.

Каждое новое поколение живет среди вещей и предметов, ценностей, норм морали, правил жизни, которые выработало предыдущее поколение. В процессе социализации опыт предыдущего поколения передается подрастающему поколению.

В процессе социализации старшее поколение сохраняет и передает подрастающему поколению менталитет и привычки поведения своего народа в широком аспекте, способствуя тому, чтобы оно приобретало этнокультурный и социальный опыт своего этноса в таких социальных институтах, как семья, школа, группа друзей, радио, телевидение, СМИ и др.

Социализация личности зависит от деятельности человека, его участия в труде, от того, какое влияние оказывает окружающая среда на расширение его кругозора, как заботятся общество и государство о будущем поколении.

Традиции социализации: социальные институты, социальные агенты, факторы социализации и средства социализации, формы, методы, пути социализации подрастающего поколения формировались в историческом развитии, которое отличается своеобразием у каждого народа.

Роль социализации в сохранении и передаче народных традиций воспитания огромна.

Каждому народу присущи характерные традиции, средства и формы социализации. Кыргызский народ, как и другие народы, в своем историческом развитии выработал и развил систему социализации, которая отражена в специфике его традиций социализации, отличающихся от традиций социализации других народов содержанием, формой, этапами и другими особенностями.

В формировании этничности и этнокультуры кыргызов у подрастающего поколения необходимо опираться на традиции социализации народа.

Традиции социализации кыргызов формировались в длительный исторический период развития народа, который осуществлял передачу национальных особенностей из поколения в поколение и способствовал тем самым сохранению своей этничности и самобытности своей культуры.

Социализация у кыргызов своеобразна и неповторима, отличается разнообразием и многоаспектностью, богатством содержания и методов. На развитие традиций социализации влияли исторические условия развития, философия и образ жизни кыргызского народа.

В социализации и становлении личности огромную роль играют социальные институты (группы, которые приобщают личность к системам норм и ценностей и которые выступают своеобразными *трансляторами* социального опыта) [3, 275]. К социальным институтам относятся семья, школа, группа друзей, трудовой коллектив, учебные заведения, национальное радио, телевидение и другие виды СМИ и пр.

Кыргызский народ, как и другие народы, в своем историческом развитии выработал и развил своеобразные социальные институты. У кыргызов такие социальные явления (феномены), как землячество, соседство, родство имеют воспитательную функцию и выступают как социальные институты, так как они выполняют роль передачи подрастающему поколению общественных норм отношений и правил поведения.

Подрастающее поколение в процессе социализации приобретает нормы и правила поведения кыргызов через усвоение образа жизни, национальных ценностей и национального характера, общественных норм и требований социального поведения, национальных привычек и правил поведения, а также культурных особенностей своего народа, каждый кыргыз таким способом обретает национальные черты своего народа.

Традиции социализации, обеспечивая преемственность поколений, являются одним из основных рычагов сохранения самобытности народа в исторически сложных ситуациях.

В социализации личности у кыргызов огромную роль играют родственные отношения.

Родственные отношения основаны на близких родственных связях: оказание помощи родственникам и ожидание помощи от родственников при проведении свадеб, похорон, помощь сиротам и одиноким людям, помощь бедным.

Родственные отношения основаны на гуманизме, взаимопонимании и взаимоподдержке. Родственные связи выполняют функции социализации подрастающего поколения. Поэтому родственные связи кыргызов можно рассматривать как традиции, средство, фактор социализации. Прежде всего все нормы родственных отношений передаются через родственные связи, адаптируют детей к образу жизни кыргызов.

Традиции социализации кыргызов отражаются в следующих элементах:

1. Уважение к старшим. «Улууга урмат, кичүүгө ызат» (К старшим — уважение, к младшим —?).

2. Культ отца. «Ата — аска тирегиң» (Отец — твоя опора как скала).

3. Культ ребенка. «Баласы бардын бактысы бар» (Кто имеет детей, тот счастлив).

4. Уважение к женщине. «Аял — үйдүн куту» (Женщина — благодать дома).

5. Аскетический образ жизни. «Коюп ичсе, кой калат, тартып ичсе тай калат» (Если съесть все что есть, останется овца, если есть экономно, останется лошадь).

6. Уважение к человеку. «Баарынан адам улуу» (более всего велик человек).

7. Беречь свою честь. «Уят өлүмдөн катуу» (Честь сильнее смерти).

8. Бережное отношение к природе. «Ар бир нерсенин ээси бар», «Чөптү кордосоң көзгө саят» (У каждой вещи есть свой хозяин, Если будешь жесток к траве, она будет колоть твои глаза).

Традиции социализации кыргызов имеют следующие особенности:

1. В традиционном обществе (у кочевников) ребенок являлся объектом и субъектом воспитания. К ребенку относились и как к объекту воспитания (воспитывался приказом, упреком, замечанием и др.), и как к субъекту воспитания (уважительное отношение к ребенку, неизменно внимательное отношение к нему, выслушивание его мнения и др.). Это позволяло детям участвовать в принятии решений, выражать свое мнение по отношению к обсуждаемой проблеме. При воспитании детей использовали разнообразные методы: и метод поощрения, и метод наказания, похвалу, поучения и др.

2. В социализации личности у кыргызов огромную роль играли и играют родственные отношения. Родо-племенное и феодальное общество привело к сильному развитию родственных отношений у кыргызов. Сильное развитие родственных отношений у кыргызов связано с образом жизни, условиями жизни кочевников. Родственные связи кыргызов можно рассматривать как традиции, средство, фактор социализации у кыргызов. Родственные связи выполняют функции социализации подрастающего поколения. Прежде всего все нормы родственных отношений передаются через родственные связи, адаптируют детей к образу жизни кыргызов, формируют национальный характер и привычки поведения, а также систему отношения к детям и различным объектам.

3. Культ ребенка у кыргызов выражается и в родственных отношениях. Родственник никогда не бросает в беде детей своих родственников, также в традиционном обществе каждый член общества считает себя ответственным за судьбу своего сородича. Поэтому он всегда оказывает помощь даже в воспитании детей. В традиции социализации кыргызов сформировалась традиция «принятие ребенка» и «защита ребенка». Поэтому у кыргызов дети всегда чувствовали себя в безопасности. Отличительной чертой отношения к детям у кыргызов является

обеспечение безопасности детей и забота о них во всех случаях жизни.

4. На формирование национального характера кыргызов влияют природа, климат и географические условия, в этом особую роль играют исторические события. В национальном характере кыргызов есть сходства с особенностями гор. У кыргызов черты характера идентичны свойствам гор: непоколебимость, возвышенность, твердость.

В условиях глобализации рыночные отношения в экономике породили многочисленные новые общественные проблемы, такие, как безработица, миграция, преступность, проституция, межэтнические конфликты и др., которые несовместимы с народными представлениями о нравственности, о порядочности человека и требуют принятия неотлагательных мер по решению этих проблем. Одной из важных проблем в такой многонациональной стране, как Кыргызстан, является улучшение и оптимизация межэтнических, межконфессиональных отношений людей и установление взаимопонимания между ними. Чтобы достичь этого, необходимо проведение систематической работы по формированию толерантности, в частности, этнической толерантности у подрастающего поколения республики. На основе традиций социализации кыргызов необходимо формировать толерантное сознание и поведение у подрастающего поколения.

Сегодня существуют многочисленные факторы, разрушительно влияющие на традиции социализации народа. Одним из таких факторов являются СМИ. Важную роль в формировании личности играют современные средства массовой информации. Усиление влияния массовой культуры на сознание людей в современном кыргызском обществе привело к росту и распространению безнравственности, бездуховности, цинизма, жестокости, равнодушия и др. Возникновение различных видов СМИ и усиление их влияния на сознание людей разрушительно влияет на традиции социализации народа.

Сегодня на изменение традиций кыргызов сильно влияют СМИ, которые целенаправленно используются как основное средство культурной экспансии Запада (страны Европы и США и др.), как распространитель идей жестокости, бесчеловечности, терроризма, культа денег, богатства и др. Поэтому основная задача в современных условиях — сохранение этнокультурных особенностей народа, научно обоснованное использование традиции социализации народа.

Этнокультура кыргызского народа, как средство формирования личности, предполагает обращение к нравственно-духовной сфере народа и способствует передаче этической, эстетической и др. информации, выработанной народом в историческом развитии, и прививает подрастающему поколению любовь, привязанность к родине, бережное отношение к природе, животному и растительному миру, гуманное и толерантное отношение к людям.

Использование традиций социализации кыргызов в условиях глобализации способствует формированию этнокультурных ценностей кыргызского народа.

При использовании традиций социализации следует учесть следующее:

1. Социализация как сложный, многоуровневый, многоаспектный процесс способствует адаптации человека к изменяющемуся обществу. Роль социализации в сохранении и передаче народных традиций воспитания, менталитета народа огромна.

2. Кыргызский народ выработал своеобразные традиции социализации, которые обеспечивают ему сохранение самобытности культуры народа и этнических особенностей.

3. Глобализация усилила взаимовлияние стран и народов, породила конкуренцию национальных культур, поэтому, чтобы глобализация не нанесла ущерб национальным ценностям кыргызов, необходимо усилить воспитание подрастающего поколения на традициях социализации кыргызов, основной акцент делая на формировании этнокультурных особенностей у них.

4. Исследование проблем традиций социализации кыргызов будет содействовать решению проблемы этнокультурного воспитания подрастающего поколения, так как глобализация и массовая культура, а также культурная и информационная экспансия, усиление влияния массовой культуры на сознание людей в современном кыргызском обществе привело к росту и распространению безнравственности, бездуховности, цинизма, жестокости, равнодушия и др.

Литература:

1. Человек в системе наук. — М., 1989. — 460 с.
2. Российская педагогическая энциклопедия: В 2 т. — М., 1993. Т. 1. — с. 165.
3. Андреева, Г. М. Социальная психология. — М.: Аспект Пресс, 2002. — с. 275.

5. Выявление научных методов использования традиций социализации в решении современных проблем позволит решать многие проблемы воспитания подрастающего поколения, — такие, как беспризорность, проституция и пр., поможет обществу выйти из духовного кризиса. Исследование и применение традиций родовых отношений и традиций социализации кыргызов в условиях глобализации является очень полезным в решении многочисленных проблем, таких, как отношения между поколениями и воспитание детей на традициях народа в условиях глобализации, а также в решении психологической проблемы спасения человека от отчужденности (Э. Фромм).

6. Исследование традиций социализации у кыргызов имеет очень важное значение для дальнейшего исследования педагогической культуры тюркских народов. У кыргызов сохранились древняя философия и ценности, которые являются общими для всех тюркских народов — таких, как татары, казахи, алтайцы и др., но многие тюркские народы утратили свою первоначальную философию и принципы жизни. А у кыргызов они сохранились, и все это отражается даже в традициях социализации. Глубокий анализ этих традиций позволит найти общее (в педагогической и психологической культуре) у тюркских народов в воспитании детей и социализации личности, так как у многих тюркских народов имеются общие духовные ценности, которые до сих пор не были и не стали объектом серьезных научных исследований педагогов и психологов.

Адаптация и проблема социальной защищенности молодежи в современных условиях

Примерова Алёна Евгеньевна, студент

Амурский гуманитарно-педагогический государственный университет

В современных социальных государствах, несмотря на различие их моделей, существует ряд устойчивых направлений государственной социально-экономической политики. Среди них важное место занимает социальная защита населения, охватывающая все слои граждан, как трудящихся, так и нетрудоспособных. Российская Федерация идет по пути создания социального государства, поэтому совершенствование нормативно-правовой базы и системы институтов социальной защиты населения в настоящее время является актуальной управленческой задачей.

В своей работе я хотела бы обратиться к проблеме социальной защищенности молодежи — одной из групп населения, традиционно подверженной наибольшим социальным рискам. Рассмотрим развитие государственной политики в данном направлении. Так же, я постараюсь рассмотреть и проанализировать основные проблемы нынешней молодежи, поколения молодых людей, идущих в ногу со временем, ищущих себя в разных сферах, получающих образование, интересующимся всем инновационным и новым в мире, вступающих в новую, уже взрослую жизнь.

Итак, о чем же пойдет речь? В первую очередь мне бы хотелось определиться с понятием социальная защищенность. Что же это такое? Всем известно, что люди существа социальные т.е. человек может находиться и жить рядом лишь с себе подобными т.е. людьми. Наше общество как монета или медаль, имеет две стороны. С одной стороны, собираясь в группы люди легче справляются с трудностями, все помнят уроки истории, в которых описывались первобытные люди, проживающие группами, именно так они могли себя защитить от нападения животных, поделится пищей, а с другой стороны, начинал действовать закон жесткой конкуренции по которому молодые и неопытные оказываются не в удел. Эти закон действует и по сей день. Возьмем в пример большие семьи на Кавказе нашей страны, там людям гораздо легче выживать в наше непростое время, так как в их семьях преобладает взаимопомощь и выручка. Вот вам и первый пример социальной защищенности — семья. Семья — это тоже общество и в первую очередь социальная защищенность молодого человека исходит именно отсюда. Очень большую роль в социальной защите играет государство начиная от школы и заканчивая государственными органами, которые напрямую призваны защищать и охранять интересы молодежи. В рамках данной статьи хочется раскрыть проблемы социальной защищенности молодых людей, проблемы их реализации, права на труд и достойную жизнь в условиях развития гражданского общества; роль государственных центров занятости в трудоустройстве выпускников вузов, трудоустройстве молодежи, проблемы конкуренции на рынке труда и занятости. Рассмотреть государственные программы поддержки молодых семей и молодых специалистов.

Молодые люди зачастую не знают своих прав отсюда и возникают многие проблемы с трудоустройством и профессиональной ориентацией. К сожалению, в нашем государстве нет программ по правовому информированию молодежи, государственные органы, призваны на поддержку интересов подрастающего поколения в этой части работают малоэффективно, можно сказать, что не работают вовсе. Вот и получается, что молодой специалист без копейки за душой и без жилья просиживает штаны в коридорах службы занятости населения или сидит на шее у родителей. А что же нам на это говорит законодатель? Какие права имеет молодой человек в нашем государстве? Есть ли программы государственной поддержки таких специалистов? Самой основной программой поддержки молодежи в Российской Федерации является целевая программа «Молодежь России» на 2011–2015 годы. Законодатель прямо закрепляет следующие цели в этой программе:

- создание благоприятных условий для проявления и развития инновационного потенциала молодых людей;
- создание возможностей для успешной социализации и эффективной самореализации молодых людей вне зависимости от социального статуса.
- Задачами же являются:

- создание механизмов стимулирования инновационного поведения молодежи;
- участия в разработке и реализации инновационных идей;
- обеспечение эффективной социализации и вовлечения молодежи в активную общественную деятельность;
- формирование механизмов поддержки и реабилитации молодежи, находящейся в трудной жизненной ситуации;
- создание системных механизмов воспитания у молодежи чувства патриотизма и гражданской ответственности, привитие гражданских ценностей, формирование российской идентичности;
- повышение качества оказания услуг в сфере молодежной политики государственными и муниципальными учреждениями.

Но это федеральная программа, которая как вы сами понимаете, охватывает очень большой круг интересов молодежи. Мне бы хотелось рассказать именно о региональных программах, в которых прямо отражены меры по поддержке. Например, программа государственной поддержки молодых специалистов на селе. Каждый кто хоть раз оказывался без работы, знает какая жесткая конкуренция существует на рынке труда и как порой даже специалисту с большим опытом работы по специальности, трудно найти подходящую работу с достойной заработной платой. Правительство Российской Федерации утвердило целевую программу по развитию сельской местности, тем самым «убив» не двух, а даже трех зайцев на мой взгляд. Дело в том, что одной из задач программы является поддержка молодых специалистов и обеспечение их качественным и обязательно, благоустроенным жильем. На эти нужды планируется выделение 3032,3 тысяч квадратных метров жилья. Данная программа по поддержке молодых специалистов дает право гражданам на выплату из федерального, местного и областного бюджетов на немедленное приобретение, либо на строительство жилья. Выплаты составляют 70% от общей стоимости жилья. Поддержка молодых специалистов программой по обеспечению жильем, имеет критерии и осуществляется по утвержденным правилам. Молодым специалистом считается специалист, которому не более 35 лет. Он должен иметь законченное профессиональное образование любого уровня, либо он должен учиться на последнем курсе профессионального заведения. Для участия в программе, цель которой — поддержка молодого специалиста, претендент должен проработать на основном месте работы минимум 5 лет после получения выплаты. Работать необходимо по приобретенной профессии. Специалист обязан постоянно проживать или иметь желание проживать в селе. Необходимо подтверждение об отсутствии жилья, либо о необходимости улучшения жилищных условий. Необходимо иметь 30 процентов средств, исходя из планомерной расчетной стоимости жилья. Полученные средства, молодой специалист может потратить на строительство нового жилья, на его приобретение, а также,

на долевое участие в строительстве. Итак, мы видим, что данная программа работает в трех направлениях это поддержка молодых семей и обеспечение их жильем, поддержка молодых специалистов и обеспечение их работой по специальности, развитие сельской местности.

Выше упомянутая программа пусть и решает две проблемы сразу — это устройство молодого человека по специальности и обеспечение его жилой площадью, но на мой взгляд затрагивает лишь узкий круг молодежи.

Но что же делать молодому человеку если он не хочет жить за чертой города и не имеет специальности востребованной в сельской местности?

Проблема с жильем стоит очень остро среди молодого населения России.

Вот эту проблему и призвана решить еще одна программа помощи, но уже для семей.

Данная программа рассчитана на молодые пары, вступившие в брак и решившие обзавестись жильем.

Программа «Молодая семья» — одна из самых популярных сейчас в России, но её условия остаются для многих семейных пар недостаточно ясными и понятными. Важно отметить, что, в основном, это объясняется многообразием региональных программ, проводимых по индивидуальным правилам.

Критерии вхождения в эту программу таковы:

1. Главным условием для участия в программе для молодых семей является возраст — каждый из супругов не может быть старше 35 лет на момент получения субсидии на приобретение жилья (то же правило действует для неполных семей из одного родителя и ребенка (детей)).

2. Важным правилом является то, что молодая семья должна быть признана нуждающейся в улучшении жилищных условий. Этого можно добиться в следующих случаях:

— если площадь жилого помещения на каждого члена семьи меньше, чем это установлено в регионе;

— если семья проживает в помещении, которое не отвечает правилам и требованиям, установленным для жилых помещений;

— если семья проживает в коммунальной квартире, когда в семье есть больной человек, совместное проживание с которым невозможно.

Чтобы добиться признания семьи, нуждающейся в улучшении жилищных условий, необходимо обратиться в районную администрацию по месту жительства.

3. Значимым условием получения социальной поддержки в виде субсидии на покупку жилья является уровень доходов семейной пары. Во-первых, у семьи должны быть доходы, достаточные для получения кредита и выплат по нему. Во-вторых, у семейной пары должны быть собственные средства для внесения первоначального взноса по жилищному кредиту, либо для оплаты части стоимости жилья, превышающей размер субсидии.

Многие молодые семьи ошибочно полагают, что для участия в программе необходимо иметь минимум одного ребенка, однако это не так. Даже если семья

еще не обзавелась детьми, ничто не мешает её принять участие в проекте. Разница будет лишь в размере предоставляемой льготы на приобретение жилого помещения.

Проблема занятости молодых специалистов стоит не менее остро чем проблема с жилой площадью. Современная молодежь зачастую не хочет работать за низкую зарплату и все чаще выбирает путь построения собственного дела.

Особо хотелось бы отметить усилия государства по поддержке молодых выпускников и просто молодых людей, решивших заняться бизнесом. В нашей стране государственную политику по поддержке молодых предпринимателей осуществляет Росмолодежь (Федеральное агентство по делам молодежи), Министерство экономического и социального развития, а также Министерство образования.

Задачи, которые ставит государство следующие:

1. Вовлечения в предпринимательство молодых людей (18–30 лет);

2. Содействия созданию и работе молодежных предприятий;

3. Содействия при разработке, продвижении проектов, создании малых предприятий в сфере инноваций.

4. Содействия трудоустройству учащейся молодежи на объекты малого и среднего предпринимательства

На данный момент государство выдает безвозмездную субсидию на развитие собственного бизнеса, и что особо приятно отметить эти деньги не нужно возвращать. То есть молодой специалист, составив бизнес план своего маленького предприятия может получить свой первый стартовый капитал от государства. Согласитесь, неплохо для начинающего бизнесмена. Для получения субсидии достаточно встать на учет в службе занятости населения и получить статус безработного, а также предоставить бизнес-план или бизнес-проект выбранного вами дела. Бизнес-план так же помогут составить специалисты службы занятости, совершенно бесплатно.

Так же существует множество площадок на которых талантливая и одаренная молодежь может проявить себя, так 2 ноября 2015 года прошел молодежный форум стран БРИКС и ЕАЭС на котором были озвучены условия для кредитования молодежных проектов, так же 2 ноября 2015 года прошел конкурс молодежных проектов в области информационных технологий в городе Махачкала, 10 ноября 2015 года в Алтайском крае стартовал всероссийский слет сельской молодежи, 13 ноября в Карелии открылся седьмой Молодежный экономический форум «Новая экономика — новые возможности».

Свою статью мне бы хотелось закончить посланием президента Российской Федерации к Федеральному Собранию: «Как вы знаете, в этом году 1 сентября прошла встреча с ребятами, которых собрали в центре для одаренных детей в Сочи. У нас действительно очень интересные и целеустремленные дети и молодежь. Мы должны сделать все, чтобы дети могли получать равные возможности для успешного жизненного старта — вне зависимости от места их проживания и достатка их роди-

телей. Увеличивается число школьников, в течение 10 лет их станет на 3,5 миллиона больше. Важно, чтобы этот рост не сказался на качестве образования. Школам требуются дополнительные места. Правительство уже подготовило предложения по этому вопросу. Принято решение в следующем году за счет федерального бюджета направить на реконструкцию и создание новых школ значительные средства. Отмечу рост интереса молодежи к инженерным и рабочим профессиям — профессиям будущего. В 2019 в Казани состоится мировой чемпионат по профессиональному мастерству. Кстати, РФ стала первой проводить такие турниры для ребят 10–17 лет. Нужно создать систему для развития кадров. Российскую школу нужно построить на будущее страны и на запросы молодых людей. Ребята должны быть готовы стать не просто профессионалами, но и порядочными людьми с духовным стержнем». отметил Владимир Владимирович.

Проанализировав достаточно литературы и материалов по данной теме, я могу сказать, что проблемы со-

циальной защищенности молодых людей существуют и их не мало, но государство разработало множество инструментов в виде различных программ поддержки молодежи, которые направлены именно на адаптацию молодых людей в обществе, на их скорейшем вливании в рынок труда. Как видно из последнего обращения Президента на этом помощь молодым людям в различных сферах приостанавливаться не собирается. К сожалению, созданные государством программы по поддержке молодежи не могут на данный момент в полном объеме решить всех проблем, связанных с трудоустройством, профессиональной ориентацией, адаптацией в новых условиях взрослой жизни. На мой взгляд решение данных проблем заключается в первую очередь не в устройстве выпускников по специальности (хотя это немаловажный аспект), а именно целевая подготовка специалистов именно тех специальностей и направлений в которых на данное время и в перспективе нуждается и будет нуждаться общество и государство.

Литература:

1. Антология социальной работы. — М.: Сварогъ-НВФ, СПТ, 2014.
2. Вишневский, Ю. Р., Шанко В. Т. Социология молодежи. Нижний Тагил. 2015. — 311 с.
3. Динамика профессионального определения студентов/Я. В. Диновская//СОЦИС, 2014. — № 2
4. Курбатов, В. И. Социальная работа для студентов вузов. — Ростов н/Д.: Феникс, 2014.
5. Молодежная политика: проблемы, опыт, решения. Бюллетень №6, Оренбург, 2013.
6. Молодежь и становление новой России/Б. А. Ручкин//СОЦИС, 2012. — № 5

ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ

Использование музыкального сопровождения в занятиях физической культурой и спортом

Крыжановская Ольга Александровна, студент
Новосибирский государственный университет экономики и управления

Стремительное развитие теории и методологии занятий физической культурой и спортом в последнее время привело к истощению резерва привычных способов организации и проведения занятий. Дальнейшее повышение эффективности физической активности требует кропотливого поиска новых оригинальных подходов. Одним из таких нетрадиционных методов является музыка. Использование музыкального сопровождения представляет собой интересную перспективу совершенствования методологии занятий физической культурой и спортом, однако недостаточная теоретическая проработка данного вопроса препятствует широкому внедрению музыкального сопровождения на практике.

Как указывает Ю. Г. Коджаспиров, ещё в Древнем мире в физическом воспитании использовалось музыкальное сопровождение. Спарта стала первым государством, применившим эту методику в масштабах страны. Пифагор и последователи предоставили научно-теоретическое обоснование и подтверждение повышению эффективности физических упражнений под музыку, ими была выявлена связь между музыкальными тонами и скоростью движений. Греки уделяли особое внимание подбору музыки для различных видов физической активности, Сократ говорил: «Часто то, что прекрасно для бега, безобразно для борьбы, а то, что прекрасно для борьбы — безобразно для бега: потому что все хорошо и прекрасно по отношению к тому, для чего оно хорошо приспособлено, и, наоборот, дурно и безобразно по отношению к тому, для чего оно плохо приспособлено» [2].

В наше время влияние музыки на физиологические процессы человеческого организма стало предметом исследования ученых разных стран. Специальные физиологические исследования (Д. А. Дубровин, С. В. Шущарджан, Б. В. Гладков и др.), выявили влияние музыки на различные системы человека. В рамках данных исследований было обнаружено усиливающее действие музыкальных раздражителей на пульс и дыхание в зависимости от высоты, силы, звука и тембра, а также выявлена зави-

симость между частотой дыхательных движений и сердцебиений от темпа, тональности музыкального произведения.

В наше время в обществе остро стоит проблема малоподвижного образа жизни и недостаточности физической активности. Согласно статистике, только треть пришедших в тренажёрный зал продолжают систематически заниматься в течение длительного периода времени. Чтобы не потерять интерес к тренировкам занимающиеся используют различные мотивационные приемы. Музыка позволяет превратить физическую нагрузку из рутинной обязанности в увлекательное и полезное времяпрепровождение. М. Фельденкрайз отмечает: «Возрастающее осознание и подвижность могут быть достигнуты посредством успокоения и уравнивания работы двигательных участков коры головного мозга, так как, чем более они активны, тем менее человек осознаёт тонкие изменения в деятельности». Использование музыкального сопровождения помогает преодолевать нарастающее утомление, разнообразить занятия, ускорить процесс овладения техникой движения. Следовательно, музыка помогает поддерживать интерес к занятиям, стимулируя к дальнейшему развитию. Ярким доказательством тому является рост популярности групповых фитнес-тренировок под музыку ритмичных и даже танцевальных тренировок, таких как аэробика и шейпинг.

Помимо укрепления здоровья и совершенствования физической формы физическая культура имеет своей целью всестороннее и гармоничное развитие личности. Использование музыки во время занятий может способствовать:

- повышению работоспособности;
- развитию чувства и понимания ритма, отработке выразительных движений;
- активации волевых усилий, возникновению эмоциональных переживаний;
- обогащению слухового и двигательного опыта, развитию координации движений;
- организации тренирующихся в процессе занятий;

— улучшению психоэмоционального состояния занимающихся.

Поскольку положительное влияние использования музыки в физической культуре и массовом спорте подтверждается изо дня в день, возник интерес к исследованию данного явления применимо к спорту высоких достижений. Влияние музыкального сопровождения на результаты спортсменов было рассмотрено на примере эксперимента В.Г. Желнеровича, Д.А. Игнатовича, И.В. Григоревича, А.Ф. Салычица [1].

Предметом исследования стала физическая активность каратистов во время тренировок. Для установления теоретических закономерностей музыкальной стимуляции спортсменов было проведено экспериментальное исследование влияния прослушивания музыкальных произведений во время тренировок, исполняемых в темпах *lento* (медленно, слабо, тихо) и *allegro* (быстро, бодро, весело) на двигательную активность каратистов при совершенствовании техники ударов в условиях учебно-тренировочного занятия. В эксперименте приняли участие двадцать три спортсмена студенческого возраста, имеющих квалификацию от второго спортивного разряда до кандидата в мастера спорта.

Традиционно, в основной части каратэ-тренировки определённое количество времени отводится для совершенствования различных приёмов в парах. Отработка техники осуществляется спортсменами в произвольном темпе поочерёдно, без сопротивления партнёра. Эффективность выполняемых упражнений в большей мере зависит от самоотдачи тренирующихся: темпа работы, интенсивности и правильности выполнения движений. Задача тренера-преподавателя заключается в стимуляции спортсменов. Данная часть тренировочных занятий была подвержена исследованию, поскольку именно в данном тренировочном периоде целенаправленная музыкальная стимуляция способна гораздо эффективнее волевой команды активизировать работу. В качестве контрольного упражнения был выбран распространённый в каратэ круговой удар ногами (маваши-гири).

Участники эксперимента выполняли контрольное упражнение в течение трёх минут в обычных условиях, затем после трехминутного восстановления, повторяли упражнение с тем же партнером под музыку. Для исследования музыкального влияния количество произведенных ударов спортсменами за три минуты работы в обычных условиях, сопоставлялась с величиной их показателей за три минуты аналогичной работы с музыкальным сопровождением.

В первой части эксперимента испытуемые прослушивали спокойные лиричные мелодии в темпе *lento*. Проанализировав полученные статистические данные, экспериментаторы отметили, что прослушивание спортсменами спокойной медленной музыки во время совершенствования техники кругового удара приводит к снижению рабочего темпа на 19,2%. На основе по-

лученных данных основатели эксперимента предположили, что, такая музыка действует на спортсменов успокаивающе и замедляет темп их движений. Параллельно сбору и анализу данных о выполнении контрольного упражнения был проведён опрос испытуемых, выдвинутое предположение подтвердилось ощущениями 90,7% испытуемых.

Спустя неделю с учетом недельных биологических ритмов по ранее описанной методике испытуемые спортсмены выполняли контрольное упражнение в обычных условиях и под музыку в темпе *allegro* с чётким и выразительным ритмом. В результате сравнения полученных данных, основатели эксперимента отметили, что при использовании бодрых и быстрых мелодий наблюдается совершенно противоположная картина изменения физической активности: рабочий темп занимающихся возрос на 39,7%, а количество выполненной работы на 40%, что значительно превысило эффективность многих применяемых средств стимуляции спортсменов. В опросе спортсмены отметили, что такая музыка возбуждает их рабочую деятельность и непроизвольно ускоряет движения, без дополнительного волевого усилия с их стороны, и несмотря на повышение производительности усталость ощущалась меньше, чем при выполнении упражнения без прослушивания музыки. Также было установлено, что непроизвольное двигательное усвоение музыкального ритма доставляет испытуемым удовольствие, а несогласованность ритма и темпа собственных движений раздражает.

Полученные результаты исследования имеют теоретическое обоснование: физиологическое воздействие музыки базируется на связи ритмических звуковых колебаний с ощущением движения. Эта связь способствует непроизвольному возникновению слухомоторной координации выполняемых движений под музыку. Человеческий организм способен усваивать ритмы, навязываемые извне, подстраиваясь под ритм, темп работы ускоряется или замедляется, в соответствии с ситуацией.

Уменьшение ощущения усталости вызвано снижением внимания и длительного психологического напряжения, обеспечивающего качественное выполнение упражнения, при прослушивании музыки. Музыкальный фон способствует смене волевых движений автоматическими в такт мелодии. Ритмическая организация работы осуществляется механически, не требуя дополнительного умственного напряжения и концентрации. Ослабление волевого контроля позволяет уменьшить сопротивление мышц антагонистов и избежать напряжения мышц, не участвующих напрямую в работе, благодаря этому несмотря на повышение производительности, снижаются энергозатраты и утомление.

Результаты проведенного исследования убеждают в целесообразности использования музыки в темпе *allegro*, для непроизвольного повышения физической активности и возбуждения спортсменов, а музыки в темпе *lento* — для их успокоения [1].

Для повышения качества тренировок при выборе музыкального сопровождения следует обратить внимание на специфику физической нагрузки, строгой размерности темпа и акцентированию сильных долей. Это необходимо для того, чтобы музыкальное сопровождение соответствовало содержанию упражнений и помогало их выполнению.

Для занятий физической культурой подойдёт простая по содержанию и бодря по характеру звучания музыка — танцевальные и эстрадные песенные произведения, такое музыкальное сопровождение занятий физической культурой с успехом применяется и в НГУЭУ.

В подготовительной части физкультурного занятия следует использовать музыку, настраивающую занимающихся на тренировочный ритм, активизирующие внимание.

В основной части занятия применение музыкальной стимуляции эффективнее всего при выполнении однообразных циклических упражнений в заданном режиме с определённой интенсивностью. Для этих целей подходит быстрая, лидирующая музыка с чётким ритмическим рисунком. С темпом от 130—140 акцентов в минуту (для аэробного режима) до 150—160 акцентов в минуту (для анаэробного).

Заканчивать занятия следует музыкальными произведениями, звучащими в среднем или верхнем регистре, способствующими снятию утомления и восстановлению сил. Успокаивающая музыка содействует снижению нагрузки, физического и психоэмоционального напряжения. Темп необходимо подбирать от 60 до 90 ударов в минуту, включать музыку следует негромко в диапазоне 60—70 де-

цибел. Описанное музыкальное сопровождение подходит для выполнения растяжки, дыхательных упражнений и ауто-тренинга.

В заключении можно отметить, что использование музыкального сопровождения в любых форматах физической активности содействует всестороннему гармоничному развитию личности. Музыка способствует развитию координации движений, воспитывает у занимающихся чувство и понимание ритма, музыкального вкуса. Её применение на занятиях способствует преодолению нарастающего утомления и помогает разнообразить тренировки, стимулировать и мотивировать тренирующихся к новым достижениям, а также ускоряет процессы освоения техники правильного выполнения движений. Исследование данного явления учёными по всему миру позволило теоретически обосновать наблюдения спортсменов и тренеров.

Как показывает практика последних лет, музыкальное сопровождение широко применяется на занятиях физической культурой в образовательных учреждениях различного уровня и направленностей: детских садах, школах, ВУЗах, не исключение и НГУЭУ. В нашем университете музыкальные произведения используются на занятиях, соревнованиях, массовых физкультурно-оздоровительных мероприятиях, на танцевальных тренировках: шейпинге и аква-аэробике.

Методически грамотный выбор музыкального сопровождения является необходимым условием правильной организации тренировочного процесса и способен повысить эффективность и качество занятий физической культурой и спортом.

Литература:

1. Желнерович, В. Г., Игнатович Д. А., Григоревич И. В., Салыциц А. Ф. Воздействие музыкального сопровождения на физическую активность. — Белорусский государственный педагогический университет имени Максима Танка
2. Смирнова, Ю. В., Сайкина Е. Г., Кадыров Р. М. Музыкальное сопровождение в физической культуре: учебно-методическое пособие. — СПб: Издательство РГПУ им. А. И. Герцена, 2010. 104 с.

Проблема формирования культуры здоровья у студентов-первокурсников

Любаев Александр Владимирович, студент
Нижегородский государственный университет имени Н. И. Лобачевского

В данной статье на основе практического материала рассматриваются проблемы формирования культуры здоровья у студентов. Здоровье человека обладает сложной взаимосвязанной системой, образованной психическими, физическими и духовными компонентами. Поэтому остро стоит проблема формирования культуры здоровья у студентов и в то же время важной задачей многих общественных наук, в том числе и педагогики.

Ключевые слова: здоровье студентов, физические нагрузки, вредные привычки, мотивация.

In this article, based on the practical material problems of formation of culture of health of students. Human health has a complex interconnected system formed mental, physical and spiritual components. Therefore, the acute problem of formation of culture of health of students and at the same time, an important task of many of the social sciences, including pedagogy.

Keywords: health students, exercise, bad habits, motivation.

Сегодня во главу ценностей развития в Российской Федерации ставится не только общее благосостояние общества и уровень жизни, но и задачи по сохранению здоровья населения. Данное суждение так же можно заметить в ряде нормативных правовых актов Правительства РФ. Например, концепция демографической ситуации страны на период до 2020 года. Кроме того, укрепление населения граждан, формирование стимулов для ведения здорового образа жизни и другие постулаты находят свое отражение в Национальной доктрине образования России [5].

Таким образом, можно видеть, что и в сфере образования говорится о мероприятиях по сохранению и улучшению здоровья обучающихся граждан. Так же можно отметить одни из ключевых задач образования, которые находят тесное отражение в вопросах совершенствования российского общества. Основная их суть заключается в создании стратегически важных условий для развития социально-экономической ситуации России, возможностей для развития духовности, создание факторов национальной безопасности и высокого качества жизни граждан. Все эти тезисы дают наглядное понимание актуальности и важности исследуемой темы, что, несомненно, имеет огромное значение в современном мире. Кроме того, это создает ряд проблемных вопросов, которые мы и попробуем исследовать.

Исходя из сложившейся тенденции, можно наблюдать происходящие изменения и в системе высшего профессионального образования. Сегодня не малое внимание уделяется не просто образованию учащихся, но и повышению морального уровня граждан, вопросам их воспитания. Как утверждает ученый Н.В. Кузьмина, будущий высококвалифицированный просто обязан обладать помимо базового уровня научно-педагогического образования еще и достаточным уровнем физического и психического здоровья [1, с. 86].

Проводится довольно большое количество исследований в области здоровья молодых специалистов. Такие

труды представлены целым рядом трудов ученых, например, О.В. Куделин, Л.Ф. Тихомирова, А.А. Дубровский, В.П. Казначеев и т.п. Выводы говорят о том, что уровень здоровья неумолимо снижается из года в год [3, с. 109].

Студенчество по существу представляет собой группу людей общества, которые наиболее подвержены рискам. Говоря о факторах возможных угроз, можно выделять нервные перегрузки студентов, несоблюдение режима сна и отдыха, а так же питания, чрезмерная страсть к видео играм и сети Интернет [2, с. 104]. Наличие вредных привычек особенно, гораздо больший вред, оказывает на молодых людей. Кроме того, только в последний год отмечается рост активности студентов.

Было проведено ряд исследований на протяжении 2007–2015 года, которые говорят о том, что рост студентов, которые были освобождены от физических нагрузок в учебных заведениях, вырос с 12% до 42% в зависимости от исследуемого региона. В 2013 году средний показатель по стране был на уровне 20–25% [4].

Если рассматривать эти пропуски в разрезе видов заболеваний, то можно увидеть такую картину. На долю вегетососудистой дистонии в 2014 году приходилось 68% от общего объема пропусков. 4,89% составляли справки о хроническом пиелонефрите, а вот заболевания опорно-двигательного аппарата составили лишь 3,16% [6, с. 242]. Данные анализы дают понимание, что тенденция идет не в лучшую сторону. И лишь в последнее время наметились тенденции улучшения.

Кроме того, для большего понимания ситуации нами был проведен социологический опрос, в котором приняло участие порядка 70 человек 1–2-го курса. Респондентам следовало бы дать ответ лишь на один единственный вопрос — «что по вашему мнению оказывает наибольшее влияние на состояние здоровья учащегося и человека?» Данные исследования были проведены на кафедре медицинской подготовки и безопасности жизнедеятельности. Данные исследования условно были отображены в таблице 1.

Таблица 1. Факторы, влияющие на здоровье человека (констатирующий эксперимент)

Фактор	Место по значимости	%
Условия жизни	1–2	42,5
Усилия самого человека	1–2	43,5
Наследственность	4	33,3
Качество медицинского обслуживания	5	12
Природная среда	6	9
Наличие вредных привычек	7	38,9

Из результатов таблицы можно заметить, что 42,5% респондентов, отвечая на поставленный вопрос, на одно из первых мест вынесли такие критерии как «условия жизни» и «усиления самого человека». Следующим фактором оказался указанием на различные вредные привычки студентов. Так посчитали 38,9% опрошенных. Четвертым пунктом была наследственность и 33,3% опрошенных соответственно. Пятым и шестым критерием избрали качество существующей медицины и факторы воздействия природной среды – 11% и 9%.

Данный опрос позволил сделать вывод, что если провести ряд мероприятий непосредственно в стенах самого учебного заведения. Создать мотивационные условия для студентов заниматься спортом, к здоровому образу жизни, то можно добиться значительного улучшения состояния здоровья обучающихся.

Вообще сама по себе тема здоровья является одним из важнейших ценностей. Именно этой теме посвящено огромное количество научных и художественных творений ученых, философов и педагогов. В понимании «здоровья» закладывали немалое количество смысла. Так, О.А. Ахвердова и В.А. Магина понимали этот термин не иначе как совокупность гармоничного богатства целостности личности, творческой природы и активной жизненной позиции с универсальностью её связей с окружающими [6, с. 307].

Кроме описанного тестирования, было опрошено свыше 350 студентов Нижегородской области на предмет их отношения к своему здоровью. И с полной уверенностью лишь 10% респондентов могли сказать, что они полностью здоровы.

Кроме всего прочего, на практике зачастую можно видеть низкий уровень подготовленности студентов касемо

вопросов здоровья и самосохранения. Из опросов было ясно, что примерно 25% студентов могли бы воспользоваться чужими средствами гигиены. Почти половина опрошенных утверждала, что умеренное употребление алкогольной продукции практически не наносит вреда здоровью молодому организму. И лишь всего 10% студентов усердно или хотя бы регулярно занимаются спортом. Но не смотря на это, в последнее время тенденция перестала катиться вниз и наметились явные успехи.

Из всего сказанного можно заключить, что проведенные исследования в области здравоохранения студентов были сделаны не напрасно. Открылось явное понимание, а если быть точнее – непонимание со стороны студенчества важности сохранения и преувеличения продолжительности собственной жизни и здоровья. А так же возможности влияния на факторы, оказывающие пагубное влияние.

В современных реалиях на первый план говоря о здравоохранении выходят такие задачи как формирование устойчивой культуры и значимости сохранения здоровья, дать необходимый уровень знаний, который могли бы позволить не допустить ошибок в будущем. Кроме того, необходимо создание системы нравственных и моральных ценностей, создание условий для мотивации студентов вести здоровый образ жизни и отказаться от пагубного влияния вредных привычек. Этому могло бы способствовать внедрение более новых технологий, развитие творческого, физического и иного потенциала учащихся, развития организации учебного процесса. К тому же, именно всестороннее развитие личности является главным фактором в этом вопросе. Именно поэтому так важно приобщать студентов к физической активности, а именно к физической культуре учебного заведения.

Литература:

1. Блинова, Н. Г., Литвинова Н. А. Основы индивидуального здоровья человека: Введение в общую и прикладную валеологию: Учебное пособие для студентов вузов. – М.:ВЛАДОС, 2008. – 192 с.
2. Давиденко, Д. Н., Щедрин Ю. Н., Щеголев В. А. Здоровье и образ жизни студентов – СПб.: СПбГУ ИТМО, 2008. – 224 с.
3. Куркина, Л. В. Современные причины снижения уровня здоровья в студенческой среде. // «Естествознание и гуманизм». 2006. – 116 с.
4. Лобанова, Н. А., Верхорубова О. В., Многообразие определений феномена «культура здоровья» как показатель его многогранности в педагогическом образовании // Вестн. Томского гос. пед. ун-та. 2013. Вып. 6 (124).
5. Мысина, Г. А. Создание условий для обеспечения физического здоровья студентов Тула, 2012. – 36 с.

6. Основы здорового образа жизни студента: Учебник/Под ред. В.П. Соломина. — СПб.: Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2008. — 319 с.

Значение и механизмы растягивания

Старикова Алёна Алексеевна, студент

Новосибирский государственный университет экономики и управления

Физиологами давно установлено, что сила мышцы напрямую зависит от амплитуды ее сокращения. То есть чем больше разница между ее длиной в растянутом и сокращенном состоянии — тем больше ее силовой потенциал. Из этого вытекает, что сила может вырасти за счет растяжения мышц. В свою очередь, растяжение мышцы зависит от ее эластичности. То есть чем мышцы эластичны, тем они сильнее [2].

Значение растягивания сложно переоценить, растягивание влияет как на силу мышц, как было сказано выше, так и на обмен веществ. При растягивании повышаются обменные процессы в стенках сосудов, что значительно повышает обмен веществ. Повышение обмена веществ на уровне средних и крупных сосудов является хорошим методом оздоровительной физкультуры при лечении атеросклероза малой и средней степени. Так же улучшение растяжкой трофики сосудов, обслуживающих определенный орган, способствуют улучшению его работы.

При растягивании разных участков кожи, мышц и соединительной ткани в мозг поступает сигнал о растягивании ткани. По пути в мозг сигнал, проходя через нервный узел определенного позвонка, стимулирует деятельность внутренних органов, что также способствует улучшению его работы [1].

При венозных застоях врачами рекомендуется растягивание и сжатие мышц, что способствует улучшению венозного оттока.

При регулярном растягивании повышается уровень эндорфинов, что вызывает [1]:

- значительное снижение болевой чувствительности;
- усиление кровообращения миокарда и головного мозга;
- повышение устойчивости к гипоксии, антиоксидантное действие;
- способствуют снижению ошибок в реализации двигательных доминант;
- модифицируют личностное поведение, вызывают легкую эйфорию, снижая внутренние личностные ограничения.

Также эндорфины способствуют быстрому восстановлению после нагрузок.

Итак, основное приложение сил для обретения гибкости — соединительная ткань, окружающая мышечные волокна.

Механизмы растягивания можно разделить на пассивные механизмы растягивания и активные механизмы растягивания [3].

Пассивное растягивание выполняется при помощи усилий партнера или тренажера, то есть без напряжения самого занимающегося. Выяснено, что пассивное растягивание слишком болезненное, и не способствует сохранению гибкости. При пассивном растягивании вероятность получить травму выше, чем при активном растягивании [3].

Активное растягивание, в свою очередь, можно разделить на статическое и медленное динамическое растягивание [3].

Статическое растягивание предусматривает растягивание мышц до момента, когда дальнейшее ее движение ограничивается собственным напряжением. В данном положении растяжение поддерживается определенное время, при этом происходит расслабление мышцы.

При активной растяжке достаточным временем фиксации является 30–60 секунд.

Поскольку при растягивании нагружаются отдельные микроэлементы тканей, то следует делать несколько подходов.

Медленное динамическое растягивание эффективно для увеличения пластичности мышцы в случае наличия статической фиксации на 10–15 секунд.

Стабильная пластичность мышц достигается в большей степени при активном растягивании. Для поддержания гибкости необходимо одного или нескольких занятий в месяц.

Для гибкости необходимо повышение температуры соединительной и мышечной ткани, что достигается во время разминки. При повышении температуры увеличивается степень растяжимости, что вероятность разрывов и травм приводит к минимуму.

Разминка, в свою очередь, может быть не очень продолжительной и не общей, а локальной для каждой мышцы.

Для воздействия на внутренние органы наиболее эффективным является статическое или медленное динамическое растягивание, с помощью медленных динамических движений с фиксацией, примерно на 5–15 секунд. Рекомендуется выполнять от 10 повторений. При динамическом растягивании быстрые движения и малое количество повторений будет не эффективным.

Динамическое растягивание вызывает общую активность организма, а статическое — общее торможение. Поэтому в начале тренировки следует применять динамическое растягивание, а по окончании тренировки — статическое растягивание.

Любое растягивание оказывает стрессовое воздействие на организм, поэтому по окончании следует выполнять упражнения на успокоение.

Учеными доказано, что существенное снижение роста происходит в первые часы пробуждения, 38% — в первые 1,5 часа. Восстанавливается рост на 70% — в первые ночные часы. Такие перепады роста объясняются увеличением толщины межпозвоночных дисков, за счет набора воды в первые часы постоянного горизонтального положения [3].

Из-за увеличенного объема межпозвоночных дисков упражнения на позвоночник могут быть опасными для него в первые полтора часа после пробуждения.

При статическом растягивании достаточно 60 секунд фиксации, но для воздействия на внутренние органы желательна фиксация около 3 минут.

При динамическом растягивании желательно около 5–10 повторений с фиксацией 5–15 секунд. Либо такое же количество движений, но с увеличением амплитуды движения.

Для улучшения гибкости рекомендуется посещать занятия 2–4 раза в неделю. При более частом посещении эффективность повышаться не будет. Также на частоту посещений занятий влияют индивидуальные особенности человека. Людям с не жесткими тканями достаточно 2 раза в неделю интенсивного растягивания, иначе не меньше 3 раз в неделю. Также следует давать тканям отдых, около 4–5 дней.

Растягивание в процессе тренировки можно осуществлять перед тренировкой, между подходами и после тренировки [2].

Растягивание перед тренировкой подготавливает мышцы к работе. Увеличивает их силу и снижает риск получения травмы, так как более эластичные мышцы меньше подвержены разрывам. Кроме того, благодаря растяжке тело станет гибче, что позволит правильнее выполнять некоторые упражнения, требующие определенной подвижности в суставах, и улучшит межмышечную координацию. Движения станут более координированными.

Растягивание между подходами нужно для того, чтобы мышцы быстрее и полноценнее восстановились между подходами. Дело в том, что растяжка сродни массажу — увеличивает кровоснабжение мышц. Больше кровоснабжения — быстрее восстановление. Кроме того, под воздействием нагрузок и по мере того, как энергоресурсы мышцы исчерпываются, она временно начинает терять свою эластичность. Что также сказывается и на её силовых качествах. Поэтому растяжка между подходами помогает мышцам сохранить нужную эластичность в процессе всей тренировки. Также необходимо обратить

внимание, что растягивание мышцы перед тяжелыми подходами нужно выполнять в пол силы. Иначе вырастает вероятность травмироваться.

Растягивание после тренировки позволяет восстанавливаться мышцам быстрее, за счет улучшения кровоснабжения. Кроме того, это позволит снизить болевой синдром от занятий на следующий день.

Растяжка мышц помогает не только в снижении риска травмы и улучшении восстановления, но и позволяет со временем не потерять телу гибкость, которая будет не лишней не только при выполнении физических упражнений, но и в повседневной жизни.

На данный момент существует большой объем упражнений, ниже будут представлены основные упражнения для растягивания основных мышечных групп [3].

1. Икорные мышцы.

Сделайте выпад одной ногой и согните её в колене так, чтобы мышцы на другой ноге максимально растянулись. Следите за тем, чтобы во время растяжки стопы ног не отрывались от пола.

2. Двухглавая мышца бедра, ягодичные мышцы.

Слегка присядьте на одну ногу, при этом вытягивая вторую вперед, носок смотрит вверх. В идеале это упражнение выполняется сидя — вы кладёте под ягодички одну согнутую ногу, вторую максимально выпрямляете и тянетесь к ней.

3. Квадрицепсы.

Стоя на одной ноге, обхватите ступню второй сзади и аккуратно потяните её вверх к ягодичкам.

4. Боковые мышцы пресса, частично мышцы рук.

Вытяните руку над головой, а потом медленным махом опустите её, не сгибая.

5. Дельты, бицепсы, грудные мышцы.

Сложите кисти в замок за спиной и медленно поднимайте руки вверх, растягивая их.

6. Ромбовидные и широчайшие мышцы спины, мышцы рук.

Поднимите руку вверх, согните её в локте так, чтобы кисть легла на противоположное плечо или лопатку, и потяните её второй рукой к голове.

7. Грудные мышцы, мышцы рук.

Поднимите руки вверх, сложите кисти в замок и потянитесь.

8. Грудные мышцы, дельты, мышцы рук.

Разведите руки в стороны, ладони смотрят вперед. Медленно отводите руки назад, растягивая мышцы. Удобно делать это упражнение, «провисая» в дверном проёме.

9. Косые мышцы живота, ягодичные мышцы.

Сядьте на пол, вытянув вперед одну ногу, а вторую перекиньте через неё и согните в колене. Аккуратно потяните согнутую ногу к груди.

10. Ягодичные и икроножные мышцы, мышцы задней поверхности бедра, поясница.

Сядьте на пол, одну ногу согните в колене, а вторую выпрямите. Теперь постарайтесь дотянуться до вытянутой ноги кончиками пальцев.

11. Мышцы бедра.

Сядьте на пол, согните ноги в коленях так, чтобы стопы касались друг друга. Расслабьте ноги, и вы почувствуете, как мышцы ног растягиваются. Для улучшения растяжки можете аккуратно надавливать на колени или чуть-чуть подать вперед корпус.

12. Поясница, ягодичные мышцы.

Ложитесь на спину, согните ноги и обхватите их руками за коленями, а затем потяните к себе.

При выполнении указанных выше упражнений необходимо соблюдать следующие рекомендации [3]:

— в каждой позиции необходимо задерживаться 10–20 секунд;

— во время выполнения движений необходимо глубоко дышать;

— не допускается раскачивание или резкие движения;

— растяжка не должна быть болезненной;

— сначала необходимо растягивать большие группы мышц — ноги, грудь, спина, а потом остальные группы мышц.

Итак, растягивание позволяет снижать напряжение мышц, что делает тело более расслабленным, улучшать координацию и увеличивать диапазон движений, предотвращать травмы, развивать осознание своего тела, налаживать связь разума и мышц, стимулировать циркуляцию, благодаря направлению кислорода и крови к мышцам, ускорять процесс восстановления травмированных мышц, и самое важное — растягивание очищает разум и поднимает настроение, раскрашивая жизнь различными красками и впечатлениями.

Литература:

1. Майкл Дж. Алтер. Наука о гибкости. М.: Киев, «Олимпийская литература», 2001. с. 434.
2. Боб Андерсен. Растяжка для каждого. М.: Попурри, 2002. с. 224.
3. Нечунаев, И. П. Плавание. Книга-тренинг. М.: Эксмо, 2013. с. 320.

Профилактика и коррекция нарушения осанки с помощью аэробики на фитболах для студентов специальной медицинской группы

Удалова Елена Петровна, преподаватель;

Южакова Наталья Викторовна, старший преподаватель

Волгоградский филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации

Охрана и укрепление здоровья, совершенствование функций организма студентов и его полноценное физическое развитие являются неотъемлемой частью педагогической работы. В связи с этим, одним из путей в решении проблем оздоровления студентов и профилактики различных заболеваний являются занятия фитбол-аэробикой.

Программы по аэробике на мячах уникальны по своему воздействию на организм занимающихся и вызывают большой интерес.

Фитбол аэробика относится к современным средствам физического воспитания. Фитбол позволяет студентам быстрее освоить разнообразные двигательные умения и навыки, и комплексно развивать физические качества. Фитбол как тренажер уникален, так как его упругость, вес и размер можно варьировать. Фитбол позволяет выполнять упражнения в различных исходных положениях: сидя на нем, лежа на полу, лежа спиной на мяче или на животе, с опорой о пол руками или ногами, стоя рядом, а так же упражнения в движении, различные виды бросков [1, с. 79-86].

На занятиях используют фитболы различного диаметра, что зависит от роста занимающихся. Мяч может быть накачан до максимального упругого состояния, тогда он используется в спортивных тренировках. Для занятий с профилактической и лечебной целью, а так же при работе со студентами, занимающихся в специально медицинских группах используют менее упругие мячи.

Упражнения на мячах тренируют вестибулярный аппарат, развивают координацию движений и функцию равновесия, оказывают стимулирующее влияние на обмен веществ организма, активизируют моторно-висцеральные рефлексы.

Упражнения на фитболах являются средством коррекции нарушений осанки. Лечебный эффект обусловлен биомеханическими факторами, т. е. прежде всего воздействием колебаний мяча на позвоночник, межпозвоночные диски, суставы и окружающие их ткани. При систематически нарастающей нагрузке создается сильный мышечный корсет вокруг позвоночника, улучшается крово- и лимфообращение в области позвоночника, обмен веществ в межпозвоночных дисках. Выполнение упражнений на фитболе из исходного положения, лежа на животе или спине, гораздо труднее, чем выполнение аналогичных упражнений на устойчивой опоре. Поддержание равновесия требует координированной работы многочисленных мышечных групп, что способствует формированию мышечного корсета за счет укрепления мышц спины и брюшного пресса [3].

При проведении фитбол-аэробики необходимо учитывать следующие рекомендации:

- подбирать фитбол каждому студенту по росту;
- начинать занятия с простых исходных положений и упражнений, постепенно переходя к более сложным, благодаря этому решаются задачи создания мышечного корсета и улучшения управления движениями;
- следить за тем, чтобы ни одно упражнение не причиняло боли и не вызывало дискомфорта;
- исключить быстрые и резкие движения, скручивания в шейном и поясничном отделах позвоночника, интенсивное напряжение мышц шеи и спины. Резкие повороты, скручивания, осевая нагрузка повреждают межпозвоночные диски, играющие роль амортизаторов;
- при выполнении упражнений в положении лежа на животе и спине голова и позвоночник должны составлять одну прямую линию;
- при выполнении упражнений в положении лежа на животе с упором руками о пол ладони должны располагаться параллельно на уровне плечевых суставов;
- следить за техникой выполнения упражнений, соблюдать приемы страховки;
- на каждом занятии стремиться к созданию положительного эмоционального фона, бодрого настроения [2, с. 250-253].

Для студентов специальных медицинских групп мы организуем дополнительные занятия с целью развития у них двигательных и функциональных возможностей, профилактики нарушений осанки.

В настоящее время проблема нарушений осанки является одной из наиболее распространенных и сложных в современной медицине. В первую очередь, это связано со снижением уровня двигательной активности и изменением образа жизни у студентов, что явилось следствием научно-технического прогресса.

Осанка — важнейший показатель физического состояния студента, которое, в свою очередь, зависит от здоровья человека, его телосложения, физической подготовленности.

Осанка формируется в процессе роста организма и изменяется в зависимости от условий быта, учебы, труда, занятий, физическими, упражнениями.

Учеба в ВУЗе предполагает длительное нахождение в положении, сидя, причем часто с опущенной головой, а это рефлекторно влечет за собой расслабление мышц удерживающих позвоночник в вертикальном положении, что в свою очередь обостряет проблему распространения нарушений осанки среди студентов.

В связи с этим становится понятным возрастающий интерес к различным современным и нетрадиционным методам и видам физической культуры, которые направлены не только на воспитание физических качеств и формирование красивой фигуры, но и позволяют решать различные проблемы, связанные с нарушением осанки.

Анализ медицинских справок студентов 1–3 курсов РАНХиГС показал, что 26% студентов имеют отклонения в состоянии здоровья, т. е. занимаются в специальных медицинских группах. По данным медицинского заключения, 1/3 студентов имеют заболевания опорно-двигательного аппарата (остеохондроз, сколиоз и т. д.), у остальных студентов заболевания позвоночника отмечено как сопутствующее заболеваниям сердечнососудистой, дыхательной систем, миопии. Что же касается студентов основной группы, то каждому второму поставлен диагноз нарушения осанки. В связи с этим, профилактика и коррекция нарушений осанки является главным направлением в оздоровительной физической культуре.

Для создания программы коррекции нарушений осанки в качестве средств было выбрано направление оздоровительной аэробики — фитбол-аэробика. Упражнения на фитболах являются средством коррекции нарушений осанки. Лечебный эффект обусловлен биомеханическими факторами, т. е. прежде всего воздействием колебаний мяча на позвоночник, межпозвоночные диски, суставы и окружающие их ткани. При систематически нарастающей нагрузке создается сильный мышечный корсет вокруг позвоночника, улучшается крово- и лимфообращение в области позвоночника, обмен веществ в межпозвоночных дисках.

Фитбол аэробика — это одно из направлений аэробики, где в качестве основного снаряда для выполнения упражнений выступают эластичные мячи разной величины.

Все упражнения фитбол-аэробики выполняются таким образом, что позвоночник находится в естественном положении.

Нами выбраны следующие упражнения:

1 упражнение: Определение нейтрального положения таза и поясницы. Положение, при котором позвоночник испытывает минимальную нагрузку.

И. П. — Сидя на мяче, ноги на ширине тазобедренных суставов, угол в коленном суставе 90°. Живот подтянут.

Плавным покачивающим движением перейти из положения «а» в «б» — 3–5 раз.

Найти среднее положение «в»

Задний наклон таза: округлить поясницу, копчик — вперед.

Передний наклон таза: увеличить прогиб в пояснице, копчик — назад.

Нейтральное положение таза, копчик — в пол.



2 упражнение: Снимает напряжение с шеи, раскрывает грудной отдел. И. П. — то же.
Подтянуть плечи максимально к ушам.
Бросить вниз под собственным весом.



3 упражнение: «Скручивание» сидя на мяче «Roll» — увеличивает подвижность позвоночника.
И. П. — то же.
Опустить подбородок к груди.
Скручивающим движением опуститься с максимально возможной амплитудой. Шея и руки расслаблены.
В обратной последовательности вернуться в исходное положение «а»



Основная часть:

1 упражнение: «Плечевой мост» лежа на мяче «Shoulder bridge» — раскрывает грудную клетку, снимает напряжение с поясницы, увеличивает подвижность позвоночника.

И. П. Голова и верхняя часть плеч на мяче, ноги на ширине тазобедренных суставов, пятка под коленом. Плечевой, тазобедренный и коленный сустав на одной линии. Руки на тазовых костях. Живот подтянут.

Поочередно выкладываете по позвонку, начиная от верхних грудных, повторить форму мяча.

Подкрутить таз, вытягивая по позвонку вернуться в исходное положение.



2 упражнение: «Растягивание, расслабление» — снимает нагрузку с позвоночника, раскрывает грудной отдел.
И. П. — Лежа, повторить спиной форму мяча. Руки за головой, ноги согнуты в коленях.
Полностью расслабиться. Плавно покатайтесь по мячу, помогая себе ногами.



3 упражнение: «Растяжка позвоночника» «Spine stretch» — Вытягивание позвоночника, растяжка задней поверхности бедра и подколенных сухожилий.
И. П. — Сидя, мяч между ног, положить кисти на мяч.
Прокатывая мяч, вытягивайтесь не отрывая рук. Спина, руки расслаблены. Амплитуда максимальная.



4 упражнение: «Скручивание» сидя на полу «Roll up» — Увеличение подвижности поясничного отдела, укрепление мышц живота и многораздельных мышц позвоночника.
И. П. — Сидя, ноги на ширине тазобедренных суставов, ладонями прижать мяч к бедрам и опустить плечи. Живот подтянут.

Округлив поясницу, поочередно выкладываете позвонки.
Полностью лечь на пол.

Подбородок к груди, прижать поясницу к полу, вернуться в исходное положение с опорой на мяч.



5 упражнение: «Растяжка позвоночника ноги на мяче. Spine stretch» — Вытягивание и увеличение подвижности позвоночника, задней поверхности бедра.)

И. П. - Лежа на спине, руки вдоль тела, стопы на мяче за головой.

Прокатить стопы по мячу, отрывая от пола сначала таз, затем поясницу. Перекат до основания лопаток, нагрузка не должна переходить на шею!

Опустить таз как можно ниже к полу. Стопы остаются на мяче.



6 упражнение: «Плечевой мост стопы на мяче. Shoulder Bridge» Увеличение подвижности позвоночника, укрепление поперечной мышцы живота и основных мышц стабилизаторов.

И. П. Лежа на спине, руки вдоль тела, стопами наступить на мяч сверху. Бедра параллельны.

Прижать поясницу к полу, подкрутить таз, оторвать от пола копчик.

Вытянуть поочередно позвонки до прямой линии — от коленного до плечевого сустава.

В обратной последовательности, начиная от грудных бережно выложить позвонки на пол.



7 упражнение: «Скручивание позвоночника — Spine twist». Увеличение скручивающей подвижности позвоночника.

И. П. — лежа на спине, руки в стороны, голень на мяче, колено над тазобедренным суставом.

Повернуть и опустить бедра к полу, голову в противоположную сторону. Вернуться в И. П. — Повторите движение в другую сторону.



8 упражнение: «Обратные скручивания» Укрепление мышц брюшного пресса, растягивание поясничного отдела позвоночника.

И. П. — лежа на спине, руки в стороны, мяч зажать между голенью и бедром.

Прижать поясницу, оторвать от пола мяч, подтягивая тазовые кости к ребрам. Вернуться в И. П.



9 упражнение: «Нырок лебедя — Swan dive». Укрепление разгибателей спины и мышц позвоночника.

И. П. -Лежа на мяче, ноги на ширине таза, руки под лоб, локти в стороны. Живот подтянут, шея и грудной отдел расслаблены.

Вытягиваясь за макушкой, поднимите плечи вместе с головой до прямой линии. Переведите руки вдоль тела ладонями вверх. Вернитесь в И. П.



10 упражнение: «Плавание — Swimming». Укрепление мышц спины и многораздельных мышц позвоночника, выравнивание мышечного баланса и координации.

И. П. — Лежа на мяче, ноги на ширине таза, кисть под плечом. Живот подтянут.

Сохраняя равновесие и положение спины, поднимите руку от пола. Вернитесь в И. П.

Сохраняя исходное положение, поднимите прямую ногу, вытягиваясь за пяткой. Вернитесь в И. П.

Одновременный подъем разноименных рук и ног.



11 упражнение: «Складывание». Укрепление мышц спины и живота. Растягивание поясничного и грудного отдела.

И. П. — Лежа на мяче. Мяч под коленями, кисти под плечевыми суставами. Живот подтянут.

Поднимая таз вверх. Подтянуть колени к груди, шея расслаблена. Вернитесь в И. П.



12 упражнение: «Отжимание — Push up». Укрепление мышц спины, живота, груди.

И. П. — Лежа на мяче. Мяч под коленями, кисти под плечевыми суставами. Живот подтянут.

Согнуть руки в локтях, сохраняя положение спины. Выпрямить руки, вернуться в И. П.



Заминка: расслабление, растягивание и снятие напряжения со всех отделов позвоночника.

Лежа на мяче полностью расслабится. Выполнить медленные покачивающие движения вперед-назад.



Литература:

1. Лисицкая, Т. С., Сиднева Л. В. Аэробика. В 2 т. Т. 2 Аэробика: Частные методики. – М.: Федерация аэробики России. 2002. – 232 с.
2. Мясинченко, Е. Б., Шестакова М. П. Аэробика: Теория и методика проведения занятий: учебное пособие для студентов вузов физической культуры. – М.: ТВТ Дивизион, 2006. – 270 с.
3. Сайкина, Е. Г. Фитбол-аэробика и классификация ее упражнений.. Научно-теоретический журнал № 7–2004.

Молодой ученый

Научный журнал
Выходит два раза в месяц

№ 24 (104) / 2015

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

Главный редактор:

Ахметов И. Г.

Члены редакционной коллегии:

Ахметова М. Н.
Иванова Ю. В.
Каленский А. В.
Куташов В. А.
Лактионов К. С.
Сараева Н. М.
Авдеюк О. А.
Айдаров О. Т.
Алиева Т. И.
Ахметова В. В.
Брезгин В. С.
Данилов О. Е.
Дёмин А. В.
Дядюн К. В.
Желнова К. В.
Жуйкова Т. П.
Жураев Х. О.
Игнатова М. А.
Коварда В. В.
Комогорцев М. Г.
Котляров А. В.
Кузьмина В. М.
Кучерявенко С. А.
Лескова Е. В.
Макеева И. А.
Матроскина Т. В.
Матусевич М. С.
Мусаева У. А.
Насимов М. О.
Прончев Г. Б.
Семахин А. М.
Сенцов А. Э.
Сенюшкин Н. С.
Титова Е. И.
Ткаченко И. Г.
Фозилов С. Ф.
Яхина А. С.
Ячинова С. Н.

Ответственные редакторы:

Кайнова Г. А., Осянина Е. И.

Международный редакционный совет:

Айрян З. Г. (Армения)
Арошидзе П. Л. (Грузия)
Агаев З. В. (Россия)
Бидова Б. Б. (Россия)
Борисов В. В. (Украина)
Велковска Г. Ц. (Болгария)
Гайич Т. (Сербия)
Данатаров А. (Туркменистан)
Данилов А. М. (Россия)
Демидов А. А. (Россия)
Досманбетова З. Р. (Казахстан)
Ешиев А. М. (Кыргызстан)
Жолдошев С. Т. (Кыргызстан)
Игиснинов Н. С. (Казахстан)
Кадыров К. Б. (Узбекистан)
Кайгородов И. Б. (Бразилия)
Каленский А. В. (Россия)
Козырева О. А. (Россия)
Колпак Е. П. (Россия)
Куташов В. А. (Россия)
Лю Цзюань (Китай)
Малес Л. В. (Украина)
Нагервадзе М. А. (Грузия)
Прокопьев Н. Я. (Россия)
Прокофьева М. А. (Казахстан)
Рахматуллин Р. Ю. (Россия)
Ребезов М. Б. (Россия)
Сорока Ю. Г. (Украина)
Узаков Г. Н. (Узбекистан)
Хоналиев Н. Х. (Таджикистан)
Хоссейни А. (Иран)
Шарипов А. К. (Казахстан)

Художник: Шишков Е. А.

Верстка: Бурьянов П. Я.

Статьи, поступающие в редакцию, рецензируются.
За достоверность сведений, изложенных в статьях, ответственность несут авторы.
Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов материалов.
При перепечатке ссылка на журнал обязательна.

Материалы публикуются в авторской редакции.

АДРЕС РЕДАКЦИИ:

почтовый: 420126, г. Казань, ул. Амирхана, 10а, а/я 231;
фактический: 420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.
E-mail: info@moluch.ru; http://www.moluch.ru/

Учредитель и издатель:

ООО «Издательство Молодой ученый»

ISSN 2072-0297

Подписано в печать 10.01.2015. Тираж 500 экз.

Отпечатано в типографии издательства «Молодой ученый», 420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, 25