

ISSN 2072-0297

МОЛОДОЙ УЧЁНЫЙ

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ



49 2018
ЧАСТЬ IV

16+

ISSN 2072-0297

МОЛОДОЙ УЧЁНЫЙ

Международный научный журнал

Выходит еженедельно

№ 49 (235) / 2018

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

Абдрасилов Турганбай Курманбаевич, доктор философии (PhD) по философским наукам

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

Искаков Руслан Маратбекович, кандидат технических наук

Кайгородов Иван Борисович, кандидат физико-математических наук

Калдыбай Кайнар Калдыбайулы, доктор философии (PhD) по философским наукам

Кенесов Асхат Алмасович, кандидат политических наук

Коварда Владимир Васильевич, кандидат физико-математических наук

Комогорцев Максим Геннадьевич, кандидат технических наук

Котляров Алексей Васильевич, кандидат геолого-минералогических наук

Кошербаева Айгерим Нуралиевна, доктор педагогических наук, профессор

Кузьмина Виолетта Михайловна, кандидат исторических наук, кандидат психологических наук

Курпаяниди Константин Иванович, доктор философии (PhD) по экономическим наукам

Кучерявенко Светлана Алексеевна, кандидат экономических наук

Лескова Екатерина Викторовна, кандидат физико-математических наук

Макеева Ирина Александровна, кандидат педагогических наук

Матвиенко Евгений Владимирович, кандидат биологических 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

Паридинова Ботагоз Жаппаровна, магистр философии

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

Федорова Мария Сергеевна, кандидат архитектуры

Фозилов Садриддин Файзуллаевич, кандидат химических наук

Яхина Асия Сергеевна, кандидат технических наук

Ячинова Светлана Николаевна, кандидат педагогических наук

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 размещается и индексируется на портале eLIBRARY.RU, на момент выхода номера в свет журнал не входит в РИНЦ. Журнал включен в международный каталог периодических изданий «Ulrich's Periodicals Directory».

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.

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)

Ахмеденов Кажмурат Максutowич, кандидат географических наук, ассоциированный профессор (Казахстан)

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)

Искаков Руслан Маратбекович, кандидат технических наук (Казахстан)

Кадыров Кутлуг-Бек Бекмуратович, кандидат педагогических наук, декан (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)

Кошербаева Айгерим Нуралиевна, доктор педагогических наук, профессор (Казахстан)

Курпаяниди Константин Иванович, доктор философии (PhD) по экономическим наукам (Узбекистан)

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

Кыят Эмине Лейла, доктор экономических наук (Турция)

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, доктор технических наук, доцент (Узбекистан)

Федорова Мария Сергеевна, кандидат архитектуры (Россия)

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

Хоссейни Амир, доктор филологических наук (Иран)

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

Шуклина Зинаида Николаевна, доктор экономических наук (Россия)

Руководитель редакционного отдела: Кайнова Галина Анатольевна

Ответственный редактор: Осянина Екатерина Игоревна

Художник: Шишков Евгений Анатольевич

Верстка: Бурьянов Павел Яковлевич, Голубцов Максим Владимирович, Майер Ольга Вячеславовна

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: 26.12.2018. Цена свободная.

Материалы публикуются в авторской редакции. Все права защищены.

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

На обложке изображен *Виталий Иосифович Гольданский* (1923–2001), советский и российский физикохимик, специалист в области химической физики, физики атомного ядра и элементарных частиц, академик РАН.

Виталий Иосифович родился в Витебске в семье учителя, а его дед Иосиф Абрамович Меламед был раввином. Позже они переехали в Ленинград, где Виталий поступил в школу.

Первым его увлечением была история. Как и многие подростки того времени, Виталий мечтал попасть в Мадрид, бороться с фашизмом, отстаивать романтический идеал — Испанскую Республику. Однако в 9 классе юношу увлекла химия, особенно проблемы радиоактивности. Появилась мысль о различных излучениях, многочисленные вопросы об их природе и характере воздействия на человека. Школьник даже написал письмо в Москву, в Академию наук, откуда его переслали в Ленинград одному из крупнейших советских онкологов — Л. М. Шабаду. Он пригласил любознательного мальчика к себе в лабораторию, все досконально объяснил, подарил морскую свинку и посоветовал серьезно заняться химией.

В 1939 году Гольданский поступил на химический факультет Ленинградского университета.

Война застала Гольданского студентом, только что сдавшим все экзамены за второй курс. Воспоминания военного времени казались ему нереальными: строительство окопов недалеко от Новгорода, пулевое ранение во время бомбежки, поиски ракетчиков ночами в конце сорок первого, работа в райкоме комсомола, голод, госпиталь, наконец, «Дорога жизни» через Ладогу и трехнедельный путь в холодном товарняке в Казань вместе с матерью и сестрой. В Казани он продолжил учебу, которая была завершена уже в Москве в 1944 году.

Потом Гольданский поступил в аспирантуру Института химической физики к Н. Н. Семенову, по завершении которой в 1947 году защитил кандидатскую диссертацию. В 1952–1961 годах он работал в ФИАНе, в лаборатории В. И. Векслера, в 1954 году защитил докторскую диссертацию. В 1961 году Гольданский вернулся в Институт хи-

мической физики АН СССР (позже — имени Н. Н. Семёнова), в 1988 году стал директором института.

Научные работы Гольданского были посвящены химической физике, химии высоких энергий, ядерной химии и физике, физике элементарных частиц. Он изучал на синхротронном циклотроне в Дубне поглощение и размножение высокоэнергетических нейтронов в тяжёлых мишенях. Во время работы в ФИАНе он экспериментально обнаружил явление поляризуемости адронов, исследовал процессы фоторождения пи-мезонов на водороде и черенковское излучение частиц в атмосфере, расширил возможности корреляционного метода измерения характеристик ядерных реакций. На основе своих теоретических разработок он предсказал существование и рассчитал характеристики ряда нестабильных изотопов.

В 1960 году Гольданский предсказал новый вид ядерного распада, происходящий с испусканием пар нуклонов — нейтронов и протонов. Другое явление, предсказанное им совместно с А. И. Ларкиным в 1967 году, — ядерный эффект Джозефсона. Ряд его работ посвящён изучению химических свойств вещества благодаря ядерным явлениям. В 1970–1973 годах Гольданский показал неприменимость классического закона Аррениуса для скоростей химических реакций при низких температурах. Он был также известен как основоположник химической физики позитрона и позитрония, показал возможность полимеризации под действием ударных волн, что было признано как научное открытие и занесено в Государственный реестр открытий СССР. В последние годы он занимался вопросами предбиологической эволюции и, в частности, хиральности в природе.

В. И. Гольданский обладал незаурядными литературными способностями. Он блестяще писал и научные статьи, и монографии, и прозу, и стихи, и юморески.

Виталий Иосифович был удостоен ряда наград и премий, среди которых Ленинская премия, орден «За заслуги перед отечеством», Государственная премия Российской Федерации.

Екатерина Осянина, ответственный редактор

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Старкова О. Я., Мехоношина А. С.

Совершенствование управления оборотными средствами предприятия 317

Базолий А. А., Ушаков Д. С.

Состояние и тенденции индустрии туризма и рекреации в Российской Федерации 319

Абдуллаева С. Г.

Разработка стратегии развития организации .. 323

Айгунова М. А.

Преимущества и недостатки участия работников в акционерном капитале компании 327

Акулли М.

Развитие туризма области Влёра (Албании) в зимний сезон 329

Ахметгалиев Р. И., Винс А. И.

Оценка эффективности управления финансовыми ресурсами 332

Белковский Е. В.

Увеличение продаж с сайта компании 335

Белоброва А. А.

Операционные риски в условиях диджитализации банковской деятельности 337

Богданова М. А.

Основные критерии выбора апартаментов в качестве инвестиций 339

Власова М. И.

Анализ эффективности внедрения ERP-систем в организациях строительной отрасли 341

Волжина Д. В., Домнич Д. О.

Инновации и тренды в мировом маркетинге... 343

Гончарова О. А.

Формирование фактической стоимости импортных товаров 345

Закурдаева А. И., Дьяконова О. С.

Экономическое понятие доходов и расходов предприятия 347

Калининская Ю. Д.

Проблема безработицы в современной России 349

Кирияк Л. В., Райлян Е. Ф.

Бенчмаркинг и маркетинг территорий 350

Климанева А. А., Лымарева О. А.

Мотивация персонала в организации в условиях изменений 353

Ковальчук Я. С.

Меры по улучшению технического состояния домов в Санкт-Петербурге 355

Кошпаева М. Р.

Проблемы межфункционального и межорганизационного взаимодействия в цепях поставок автомобилей 357

Кошпаева М. Р.

Анализ логистической деятельности дилерского центра 360

Кравченко Ю. О.

Интернет-банкинг: современный вид сетевых финансовых отношений 363

Красавина О. И.

Роль анализа и оценки конкурентоспособности организаций в современных рыночных условиях 365

Малинина Е. М.

Организация перехода учреждений физкультурно-спортивной направленности на реализацию программ спортивной подготовки на примере ГБУ СШОР № 1 Фрунзенского района г. Санкт-Петербурга 367

Матышева В. В.

Государственные закупки — инструмент поддержки малого предпринимательства в России 370

Назарко Т. Р.

Бухгалтерский учет лекарственных средств в аптечных организациях 373

Неустроева Е. А.

Логистический подход к работе городского пассажирского транспорта 377

Новикова Е. Д., Шепелев А. А.

Социальное проектирование как механизм реализации Стратегии социально-экономического развития Воронежской области 381

Порханова А. В. Различия между рынками жилья в России и Канаде	382
Савенко О. А. Об инвестициях в финтех-компании: анализ российской и зарубежной практики.....	384
Савина М. И. Элкхарт — мировая столица производства домов на колесах	391
Саражакова В. А. Управление мотивацией на примере сотрудников АО «Мегафон Ритейл»	393
Селичев С. В. Возможности и функции информационно- образовательной среды в управлении образовательным процессом.....	395
Старкова О. Я., Мехоношина А. С. Теоретические проблемы управления дебиторской задолженностью	398
Хачатрян М. Э. Проведение исследования методом изучения кейса в организациях	400
Ховякова А. Г., Соколова Н. В. Система показателей-индикаторов управления финансовой устойчивостью производственной сферы.....	403
Шапина Е. С. Влияние властей на редевелопмент промышленных территорий	405

Яковлева И. В., Зайченко Ю. С. Управление оборотными активами организации	407
Яцук М. В., Кудря Л. И. Проблематика безнадзорности животных в Архангельской области.....	410

ФИЛОЛОГИЯ

Лю Цзея Типичные прописные ошибки у китайских студентов, изучающих русский язык как иностранный на начальном этапе	413
Сайд Хода Фараг Утопия в романе «Чевенгур» и в повести «Котлован» А. Платонова	415
Суровцева Е. В. Общезыковые корпуса русского языка: подкорпусы художественных текстов	420
Шамуратова З. А., Алтынбаева А. О. Образ учителя в творчестве Ч. Айтматова и Т. Каипбергенова.....	422

ПРОЧЕЕ

Ознобкина Н. В. Проблемы оформления отчетной документации педагогов общеобразовательных школ Воронежской области	426
--	-----

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Совершенствование управления оборотными средствами предприятия

Старкова Ольга Яковлевна, кандидат экономических наук, доцент;

Мехоношина Анастасия Сергеевна, студент

Пермский государственный аграрно-технологический университет имени академика Д. Н. Прянишникова

В данной статье рассматриваются пути совершенствования управления оборотными средствами предприятия. Представлен краткий анализ оборотных средств перерабатывающего предприятия.

Ключевые слова: оборотный капитал, оборотный актив предприятия, денежные средства, дебиторская задолженность.

Эффективное управление оборотными активами организации — это аспект успешного функционирования любого предприятия, а, следовательно, и экономики в целом. Каждое предприятие в условиях рыночной экономики стремится максимально использовать имеющиеся средства, а ускорение оборачиваемости активов предприятия сокращает потребность в них.

В результате правильное управление оборотными активами обеспечивает организации возможность в незначительной степени зависеть от кредитных источников получения денежных средств и улучшить свою платежеспособность.

Процесс улучшения механизма управления оборотными средствами предприятия служит одним из главных факторов повышения экономической эффективности производства на современном этапе развития российской экономики. В условиях социально-экономической нестабильности и изменчивости рыночной инфраструктуры главное место в текущей повседневной работе финансового менеджера занимает управление оборотными средствами, так как именно здесь кроются основные причины успехов и неудач всех операций предприятия.

В конечном итоге, рациональное использование оборотных средств в условиях их хронического дефицита служит

одним из главных направлений деятельности предприятия в настоящее время.

Оборотные средства — это экономическая категория, в которой переплетается множество теоретических и практических аспектов. Среди них весьма главным служит вопрос о сущности, значении и основах организации оборотного капитала, поскольку он находится в неразрывной связи со многими сторонами хозяйственной жизни предприятий. Они играют главную роль в финансово-хозяйственной деятельности, поскольку обеспечивает эффективность коммерческой и производственной деятельности предприятия.

Нарушение в структуре оборотного капитала может привести к ухудшению деятельности предприятия, к снижению или потере платежеспособности. Для производственных предприятий процесс изменения в структуре оборотного капитала может привести к нарушению условий договоров. Чтобы иметь представление о текущем состоянии оборотных средств необходимо проводить анализ динамики оборотного капитала и его компонентов.

Данный анализ проведен на примере АО «Молоко». Состав и структура оборотных активов предприятия за 2017 г. представлены на рисунке 1.



Рис. 1. Состав и структура оборотных активов предприятия за 2017 г.

Наибольший удельный вес в структуре оборотных активов в рассматриваемом периоде составляют финансовые вложения, доля которых увеличилась с 14,81 % до 30,45 % или на 15,64 %. Также большой удельный вес составляют запасы, доля которых уменьшилась с 52,11 % до 24,16 % или на 27,95 %. Доля денежных средств и эквивалентов за три года увеличилась на 15,25 % и соста-

вила в 2017 году 22,23 %. Это свидетельствует об улучшении структуры баланса за счет увеличения наиболее ликвидных активов.

С целью оценки эффективности управления оборотными активами предприятия, производится анализ оборачиваемости оборотных средств, результаты анализа представлены в таблице 1.

Таблица 1. Анализ оборачиваемости оборотных средств АО «Молоко»

Показатели	2015 г.	2016 г.	2017 г.	Изменения (+, -)
1. Выручка, тыс. руб.	66178	71702	76622	10444
2. Среднегодовой остаток оборотных средств, тыс. руб.	35148	44658	55620	20472
3. Период оборачиваемости, в днях	194	227	264	70
4. Коэффициент оборачиваемости, в разах	1,88	1,61	1,38	-0,50
5. Коэффициент закрепления	0,53	0,62	0,73	0,20
6. Эффективность: (+) вовлечение, (-) высвобождение, тыс. руб.	X	6482,65	7767,16	X

В 2017 году скорость оборачиваемости оборотных активов составила 1,38 раз в год, что на 0,23 оборота меньше, чем в предыдущем и на 0,5 оборота меньше, чем в 2015 году. Это связано с увеличением оборотных активов на 20472 тыс. руб. Период оборачиваемости за три года увеличился на 70 дней и составил 264 дня, то есть денежные средства, вложенные в оборотные активы, стали возвращаться предприятию реже.

Коэффициент закрепления увеличился на 0,20 раз и составил 0,73. Замедление оборачиваемости оборотных средств способствует их вовлечению в оборот в размере 7767,16 тыс. руб. в 2017 году и 6482,65 тыс. руб. в 2016 году.

Таким образом, можно сказать, что в организации АО «Молоко» наблюдается замедление оборачиваемости активов предприятия и увеличения периода оборота, и увеличение стоимости оборотных активов предприятия. Также известно, что наблюдается рост дебиторской задолженности, что свидетельствует о неэффективности управления оборотными активами на предприятии.

Основными мероприятиями по повышению эффективности управления оборотных средств являются:

1. следует искать пути улучшения качества продукции предприятия и сокращение себестоимости предметов труда предприятия;
2. проводить мероприятия по сохранению и экономного расходования средств предприятия;
3. искать способы совершенствование технологии производства;
4. проводить мероприятия по обеспечению оптимальной структуры оборотных средств;
5. проводить мероприятия по совершенствованию процесса нормирования оборотных средств;

6. проведение мероприятий по сокращению продолжительности оборота оборотных средств.

Рост эффективности использования оборотных средств обеспечивается за счет ускорения их оборачиваемости. Ускорение оборачиваемости средств поможет высвободить часть денежных ресурсов для дополнительных вложений, организации новых производств и тем самым расширить имеющиеся производства предприятия. Добиться данных результатов можно за счет проведения мероприятий по сокращению времени нахождения оборотных средств в сфере производства.

В целях ускорения оборачиваемости оборотных средств на предприятии следует проводить следующие мероприятия:

- 1) процесс планирования закупок необходимых товаров;
 - 2) использовать современные склады для хранения запасов;
 - 3) совершенствовать процесс прогнозирования спроса.
- Сокращение текущих затрат по обслуживанию запасов предприятия представляет собой оптимизационную задачу, решаемую в процессе их нормирования.
- Таким образом, можно определить следующие принципы эффективного управления оборотными средствами, на каждом предприятии:
4. проведение расчета потребности в оборотных средствах;
 5. применение оборотных средств строго по целевому назначению;
 6. обеспечивать сохранность, рационального использования и ускорения оборачиваемости оборотных средств.
- Выполнение выше представленных принципов позволит управлять оборотными средствами более эффективно и рационально.

Литература:

1. Андропуло Д. Н. Системный подход к управлению оборотным капиталом предприятия // Символ науки. — 2016. — № 8–1. — С. 71–74.
2. Тесля А. А. Совершенствование механизма управления оборотными активами организации // Kant. — 2013. — № 1 (7). — С. 18–22.
3. Ярыгина В. С. Управление оборотными средствами предприятий // Молодой ученый. — 2017. — № 14. — С. 491–493.

Состояние и тенденции индустрии туризма и рекреации в Российской Федерации

Базолий Анастасия Андреевна, студент магистратуры;

Ушаков Денис Сергеевич, доктор экономических наук, профессор

Южно-Российский институт управления — филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте
Российской Федерации (г. Ростов-на-Дону)

Анализ структуры экономики России на основе ВВП по отраслям и другим показателям позволяет определить роль и место туризма в национальной экономике.

На современном этапе роль туризма в экономике России незначительна. В 2017 году туризм принес экономике России 3 трлн руб. (3,47% ВВП). Во многих странах доля туризма в ВВП превышает 15%, а в некоторых достигает 50%. Однако вклад туризма в экономику России больше, чем вклад автомобильной и химической промышленности (4,8 и 3,3% соответственно) или сферы коммуникаций (2,9%). По количеству создаваемых прямых и непрямым рабочих мест сфера туризма также опережает в России химическую промышленность и сектор финансовых услуг. Кроме того, туризм — один из самых быстрорастущих секторов российской экономики. Его среднегодовой рост составляет в последние десять лет 4%. [1]

Россия имеет высокий туристско-рекреационный потенциал, обладая множеством объектов национального и мирового культурного и исторического наследия, имеются возможности для развития разных видов внутреннего и въездного туризма: научный, религиозный, спортивный, экскурсионный и т. д.

Также вызывает интерес индекс конкурентоспособности страны по развитию туризма. Индекс конкурентоспособности сектора путешествий и туризма составляется каждые два года и охватывает 141 страну. Основными критериями при его составлении являются развитие туристической инфраструктуры, конкурентоспособность цен, безопасность, условия для участников турбизнеса, медицина, экология и другие показатели. Совокупный рейтинг складывается из показателей по отдельным категориям.

По результатам данных, опубликованных Всемирным экономическим форумом, в 2009 году Россия заняла 53 место среди 133 государств, в 2011 году — 59 среди 139

стран, в 2013 году Россия оказалась на 64 строчке, в 2015–45, а в 2017 уже на 43 месте. [2] Лидерами же в рейтинге конкурентоспособности являются Испания, Франция и Германия.

Проведем анализ динамики изменения количества туристов в стране, начиная с 2014 года. Сравнение с данными предыдущих лет не будет объективным, так как с 2014 года изменилась методика подсчета количества туристов в Российской Федерации. С 2014 года туристские потоки измеряются не количеством туристов, а количеством поездок согласно «Официальной статистической методологии оценки числа въездных и выездных туристских поездок». Теперь, если один и тот же иностранный или же российский гражданин неоднократно в течение отчетного периода выезжал за пределы своей страны, то в данных пограничной службы он учитывается столько раз, сколько раз он пересекал государственную границу в одном направлении. С 2014 года Росстат публикует статистику, полученную в соответствии с официальной методологией оценки количества въездных и выездных турпоездок. Для определения численности выездного турпотока из общего числа поездок россиян за рубеж исключают выехавших на постоянное место жительства, с целью трудоустройства, прохождения курса долгосрочного обучения, военнослужащих, а также членов экипажа/команды/персонала общественных видов транспорта. Это соответствует рекомендациям Всемирной туристической организацией (UNWTO), которая считает туристами не только тех, кто декларирует соответствующую цель поездки, но и выезжающих по частному приглашению, по делам, на лечение, в соседнюю страну за продуктами или другими товарами и т. д.

Начиная с 2014 года, наблюдаются противоречивые тенденции в сфере въездного туризма.

Таблица 1. Статистика въездного и выездного туризма в Российской Федерации, 2014–2017 гг. [3]

	2014	2015	2016	2017
Въездной туризм (тыс. чел.)	25438	26852	24571	24390
Выездной туризм (тыс. чел.)	42921	34390	31659	39629

В 2015 году произошел рост количества иностранных граждан, посетивших Россию с целью туризма. Произошло это во многом на фоне ослабления рубля к иностранным валютам и соответствующим падением стоимости путешествий в Россию для иностранных туристов. Вместе с тем, в 2016 году было отмечено падение на 9%. Причина данного падения связана с сокращением туристического потока из ряда государства ближнего и дальнего зарубежья.

Так, сокращение въездного турпотока из Казахстана (2,772 млн. (–28%)) — именно оно составило порядка 90% от общего уменьшения числа въездных турпоездки в Россию — является следствием снижения курса тенге по отношению к рублю, начиная с середины 2015 года: с 34 рублей до 18,9 за 100 казахских тенге (по данным Центрального банка России), и сокращения числа приграничных поездок.

Ситуация с падением въезда граждан Польши (835,43 тыс. (–36%)) и Турции (29,06 тыс. (–85%)) является результатом политических решений, в частности, Польша прекратила действие Соглашения о местном приграничном передвижении. Для граждан Турции в конце 2015 года изменился порядок въезда в Россию в связи с нарастающим террористической угрозы, исходящей с территории этой страны.

По итогам 2017 года значительных изменений в количестве въездных туристов не произошло.

Анализ динамики развития выездного туризма свидетельствует о резком падении количества российских туристов за рубежом на 19%. Причиной этому стала также неблагоприятная ситуация на рынке валют. В 2016 году падение продолжилось. Во многом это было связано с тем, что на 2015 год пришлось большое количество туров, забронированных в 2014 году, когда курс доллара был более благоприятным. Начиная с 2017 года, отмечается некоторое оживление в сфере выездного туризма. Это связано с подъемом в экономике страны.

Если анализировать наиболее популярные страны в сфере выездного туризма, то здесь стоит отметить следующее. В лидерах рейтинга на протяжении трех лет можно отметить Турцию и Финляндию. Во многом это связано с тем, что Турция (несмотря на ограничения на въезд российских граждан в 2015–2016 годах) является самым популярным курортным направлением для отечественных туристов. Финляндия же в силу приграничного положения также является крайне популярным направлением, в особенности у жителей Санкт-Петербурга и Ленинградской области. Из стран бывшего СССР самым популярным направлением остаются Украина и Казахстан. Вместе

с тем, высокую роль данных государств в выездном туризме можно назвать достаточно условной, так как, как уже было отмечено выше с 2014 года применяется новая методика подсчета туристов, учитывающая не количество туристов, а количество поездок. Новая методика вывела на первые места приграничные государства, в которые люди очень часто отправляются к родственникам, за покупками и т.д. Это Украина, Казахстан, Польша. Вне всякого сомнения, турпоток в данные страны тоже достаточно весомый (за исключением Украины, где после 2014 года наблюдается значительное падение числа граждан РФ, выезжающих с целью туризма), однако количество выезжающих в данные страны людей не с целью туризма значительно превосходит количество туристов.

Значительным стимулом для развития туризма в 2018 году стал прошедший в России чемпионат мира по футболу (далее — ЧМ-2018).

Суммарное количество туристов и болельщиков, посетивших в период проведения матчей города-организаторы футбольного первенства, составило порядка 6,8 млн человек, среди которых более 3,4 млн — иностранцы.

Таким образом, 11 городов проведения матчей суммарно приняли более чем на 40% туристов больше, чем за аналогичный период прошлого года. Въездной турпоток в период ЧМ-2018 вырос в этих городах более чем на 50% (рис. 1).

В Волгоградской области общее количество туристов в период проведения Чемпионата мира по футболу FIFA 2018 составило 220 тыс. человек, в том числе более 50 тыс. иностранных граждан. Регион посетили болельщики из Туниса, Англии, Нигерии, Исландии, Саудовской Аравии, Египта, Японии, Польши и других стран. Общий турпоток в Волгоградской области по отношению к аналогичному периоду прошлого года вырос в 2,9 раза, въездной — более чем в 2 раза.

Общее количество гостей за период проведения мероприятий Чемпионата в городе Екатеринбурге составило порядка 165 тыс. человек, из которых около 70 тыс. иностранных болельщиков. Гостями, посетившими 4 матча Чемпионата мира на стадионе «Екатеринбург Арена», стали граждане Египта, Уругвая, Франции, Перу, Японии, Сенегала, Мексики, Швеции, Китая, США, Украины, Германии, Южной Кореи, Польши, Казахстана, Нидерландов, Испании, Аргентины, Мексики, Италии, Великобритании и других стран. Общий турпоток в Свердловской области по отношению к аналогичному периоду прошлого года вырос в 2 раза, въездной — в 9 раз.

Калининградскую область во время Чемпионата посетили 260 тыс. человек, в том числе более 90 тыс. иностранных туристов. Среди них были болельщики из стран,

чья сборные играли в Калининграде (25%) — Марокко, Англия, Хорватия, Бельгия, Швейцария, Сербия, Испания, Нигерия, всего — порядка 30 стран. Общий турист-

ский поток в июне 2018 года по отношению к аналогичному периоду прошлого года возрос в 1,4 раза, въездной — более чем в 7 раз.

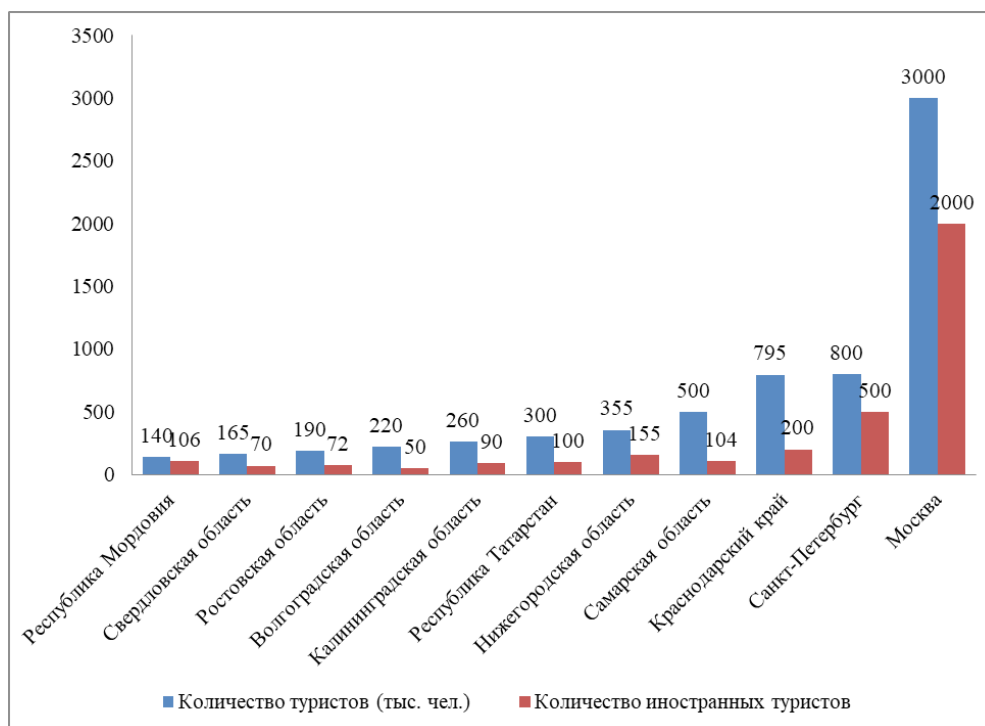


Рис. 1. Туристский поток в период проведения ЧМ-2018 [4]

Общее количество туристов, посетивших город Сочи в июне-июле 2018 года, составило порядка 795 тыс. человек, в том числе более 200 тыс. иностранных туристов. Прирост общего туристского потока в городе по сравнению с прошлым годом составил 30%, въездного турпотока — более чем 90%.

Гостями Республики Мордовии стали более 140 тыс. человек, в том числе более 106 тыс. иностранных туристов из Колумбии, Перу, США, Ирана, Японии, Мексики, Панамы, Аргентины, Германии, Китая, Бразилии, Туниса, Дании, Канады, Нигерии, Испании, Великобритании, Нидерландов, Индии, Австралии. Общий турпоток в Республику в июне по сравнению с показателем аналогичного периода прошлого года возрос в 17,7 раз, въездной — в 235 раз.

Москву в период проведения Чемпионата мира по футболу посетили более 3 млн туристов, из них почти 2 млн — гости из-за рубежа. Наибольшее количество туристов прибыло в столицу России из Китая (223,2 тыс. чел.), США (167,4 тыс. чел.), Германии (81,6 тыс. чел.), Нидерландов (61,9 тыс. чел.) и Франции (45,1 тыс. чел.). Общий турпоток в российской столице в период ЧМ-2018 по сравнению с показателем аналогичного периода прошлого года возрос на 4%, поток иностранных туристов из стран дальнего зарубежья — на 56%.

Общее количество посетивших Нижегородскую область туристов во время Чемпионата составило 355 тыс. человек, в том числе более 150 тыс. иностранных граждан. Среди ос-

новных стран, болельщики которых посетили Нижегородскую область, были Аргентина, Швеция, Великобритания, США, Уругвай, Панама, Южная Корея, Коста-Рика, Франция, Китай, Колумбия, Хорватия, Швейцария, Чехия, Германия. Общий туристский поток в июне 2018 года по сравнению с тем же периодом прошлого года возрос в 4,9 раза, въездной — в 19 раз.

Санкт-Петербург принял около 800 тыс. человек, в том числе более 500 тыс. иностранных граждан — из Бразилии, Египта, Ирана, Марокко, Аргентины, Нигерии и других стран. Общий турпоток в городе в июне 2018 года по сравнению с прошлогодним показателем аналогичного периода возрос в 2 раза, въездной — более чем на 12%. [5]

Более 190 тыс. человек, в том числе более 72 тыс. иностранных туристов посетили Ростов-на-Дону. В городе побывали болельщики из Мексики, Бразилии и Саудовской Аравии. Общий туристский поток в июне по сравнению с прошлым годом вырос в Ростовской области почти в 2 раза, въездной — более чем в 8 раз (72 тыс. человек против 9 тыс.). 500 тысяч человек посетили фан-зону чемпионата, расположенную на Театральной площади. Ее максимальная вместимость составляла 22 тыс. человек. Рекорд посещаемости был установлен в ходе матча сборных Бразилии и Швейцарии 17 июня, тогда фестиваль болельщиков за день посетило 67 тыс. человек.

За период проведения чемпионата мира по футболу Самарскую область посетили порядка 500 тысяч туристов,

в том числе 104 тыс. иностранных граждан. Большое количество болельщиков приехали из Колумбии, Бразилии, Австралии, Мексики, США, Германии, Коста-Рики, Англии, Уругвая, Китая, Дании, Казахстана, Швеции, Аргентины, Сербии. Общий туристский поток по сравнению с аналогичным периодом прошлого года увеличился более чем в 6,5 раз, въездной — более чем в 31 раз.

Республику Татарстан в период проведения Чемпионата посетило более 300 тыс. туристов, в том числе более 100 тыс. иностранных — из Колумбии, Австралии, Ирана, Бразилии, Германии, Аргентины, Франции, США, Китая, Мексики и т. д. Общий туристский поток в Татарстан во время ЧМ-2018 по сравнению с аналогичным периодом прошлого года возрос на 30,3%, количество иностранных туристов увеличилось в 12 раз.

В рамках подготовки к Чемпионату мира по футболу FIFA 2018 была проведена работа по формированию благоприятных условий для приема болельщиков на объектах транспортной инфраструктуры, в коллективных средствах размещения, на предприятиях общественного питания, на объектах туристского показа. Проводилась работа по обучению персонала индустрии гостеприимства, гидов-переводчиков, разработке специальных туристских маршрутов, программ экскурсионного обслуживания, культурных, развлекательных и образовательных мероприятий для болельщиков, установке туристской навигации, созданию служб информирования и поддержки гостей. Проводились информационно-пропагандистские кампании, нацеленные на популяризацию туристских возможностей городов-организаторов.

Все это позволило провести Чемпионат на высочайшем уровне и подарить туристам и гостям незабываемые впечатления и позитивные эмоции. Отлично справилась с возросшей нагрузкой транспортная система страны, также не наблюдалось значительных проблем со средствами размещения и иной туристической инфраструктурой.

Нельзя не сказать о наследии мирового футбольного первенства, которое, безусловно, благоприятно скажется на росте лояльности туристов. Стоит отметить отлаженную работу современных аэропортов и железнодорожных вокзалов в городах-организаторах. К слову, в Ростовской области аэропорт «Платов» был построен «с нуля». Высококачественный прием гостей осуществили коллективные средства размещения (первые пятизвездочные отели в Калининграде, Нижнем Новгороде и Саранске были построены именно к Чемпионату, прежде коллективных средств размещения такой категории в этих городах не было). Были разработаны более 100 новых туристских маршрутов по регионам проведения матчей, конкурентоспособный информационный контент для популяризации России как туристского направления, в частности, разработанные Ростуризмом путеводители на иностранных языках. Кроме этого, был применен новый формат продвижения гастротуристических возможностей Российской Федерации — мобильные гастрономические фестивали

на базе современных фудтраков. Серия таких мероприятий под названием WORLDFOODBALLCUP «Гастрономическая карта России» впервые прошла в период проведения Чемпионата мира по футболу FIFA 2018 в рамках культурной программы турнира и собрала порядка 80 тыс. гостей.

Суммарный эффект от ЧМ-2018 за 2013–2018 гг. составил 952 миллиарда рублей, или около 1% годового ВВП России. 79% этой суммы — 751 миллиард рублей — влияние инвестиций и операционных расходов, то есть вложений в строительство или реконструкцию спортивной и транспортной инфраструктуры. Оставшийся 21% — 201 миллиард рублей — был обеспечен притоком туристов в 2018 году.

В пятилетней перспективе влияние ЧМ-2018 оценивается экспертами в 150–210 миллиардов рублей в год — ожидается, что треть этой суммы придется на развитие туризма (40–70 миллиардов рублей), а основная часть (110–140 миллиардов рублей) будет получена за счет эффекта катализатора от инвестиций.

Что касается конкретно туристической отрасли, то суммарный эффект от развития туризма в рамках чемпионата мира составил 294 миллиарда рублей. Из них 201 миллиард рублей — влияние на ВВП страны притока туристов извне, 93 миллиарда рублей — прирост ВРП (валовой региональный продукт) регионов-организаторов благодаря внутреннему туризму.

Средний рост потока иностранных туристов в регионы проведения ЧМ в течение пяти лет (по примеру предшествующих турниров) равен 14%. Так, в Бразилии и ЮАР количество иностранных туристов выросло на 18 и 21% соответственно, а в Берлин стало приезжать на 41% больше туристов, чем до ЧМ-2006. В случае России показателен пример Олимпийских игр в Сочи — они обеспечили последующий рост внешнего туристического потока на 44%, в то время как внутренний туризм вырос на 61% в 2015–2016 годы.

Во время чемпионата мира Автономная некоммерческая организация «Аналитический Центр Юрия Левады» (АНО «Левада-Центр») провела опрос среди гостей ЧМ-2018, в котором были вопросы, касающиеся туризма. Таким образом, 90% иностранцев будут рекомендовать Россию как туристическое направление друзьям и родственникам. 79% россиян считают, что ЧМ-2018 способствует росту туристической привлекательности страны. [6]

Таким образом, ЧМ-2018 оказал значительное влияние на развитие туристической отрасли в стране. По данным Ростуризма, в июне 2018 года въездной туризм вырос по сравнению с июнем 2017 года в 19 раз. Всего по итогам года Ассоциация туроператоров России (АТОР) ожидает роста иностранного турпотока в Россию на 7–10% только за счет болельщиков. [7] Вместе с тем, оценивая перспективы развития туристической отрасли следует отметить, что России удалось преодолеть кризис «двух городов», когда нашу страну воспринимали во многом как Москву, Санкт-Петербург и Сибирь. Однако развитие туризма

в стране и, в особенности, въездного туризма достаточно осложнено отсутствием необходимой туристической инфраструктуры во многих местах, имеющих большой потенциал для развития туристической отрасли. Здесь речь идет, прежде всего, о низком уровне транспортной доступности и благоустройства; малом количестве навигации для иностранных туристов к объектам туристской инфраструктуры; малом количестве средств размещения туристского класса с современным уровнем сервиса; высокой стоимости проживания в гостиницах, питания, транспорта и иных услуг, предлагаемых туристам.

В целом, можно сделать вывод, что, несмотря на проведение таких крупных событийных мероприятий, как Олимпиада в Сочи в 2014 году и Чемпионат мира по футболу в 2018 году, туристская отрасль в России пока что развита достаточно слабо. В 2017 году в мире было 1 323 152 тыс. туристов, при этом на долю России пришлось лишь 24 390 тыс. туристов, что составляет лишь 1,84 % от общемиро-

вого потока. Для сравнения на каждый из лидеров мирового туристического рынка — Франция (86,9 млн.), Испания (81,8 млн.), США (75,9 млн.) приходится более 6 % всех международных туристических прибытий.

При этом в 2017 году отечественные туристы потратили за рубежом 31,1 млн долларов, что в сравнении с 2016 годом выше на 30 %. [8] По данному показателю наша страна вошла в десятку лидеров. При условии должного развития внутреннего туризма большая часть данных средств могла бы остаться в стране. В целях развития туризма в стране необходимо предпринять множество мер, важнейшими из которых является обеспечение конкурентоспособности отечественного туристического сектора. При отсутствии решительных действий со стороны государства по развитию туристической сферы, туризм не сможет играть значительную роль в экономике страны, а выездной туризм будет расти более стремительными темпами, чем въездной.

Литература:

1. Ростуризм оценил доход России от туризма в 2017 году [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/lifestyle/articles/2018/05/27/770664-dohod-ot-turizma>
2. Ежегодный доклад Всемирного экономического форума в сфере туризма и путешествий [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://stattur.ru/journal/20170419/>
3. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/retail/#
4. Ростуризм подвел туристические итоги чемпионата мира по футболу FIFA 2018 в России [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.russiatourism.ru/news/15818/>
5. Отложенные бонусы ЧМ-2018: поедут ли иностранные туристы в Россию? [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.dw.com/ru/отложенные-бонусы-чм-2018-поедут-ли-иностранные-туристы-в-россию/a-45034141>
6. Миллиардные траты и тонны мусора. Как ЧМ-2018 повлиял на российскую экономику и экологию [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.sport-express.ru/football/world/championat-mira-2018/reviews/milliardnye-traty-i-tonny-musora-kak-chm-2018-povliyal-na-rossiyskuyu-ekonomiku-i-ekologiyu-1468593/>
7. Отложенные бонусы ЧМ-2018: поедут ли иностранные туристы в Россию? [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.dw.com/ru/отложенные-бонусы-чм-2018-поедут-ли-иностранные-туристы-в-россию/a-45034141>
8. UNWTO: число туристов в мире превысило 1,3 млрд. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.tourprom.ru/news/40120/>

Разработка стратегии развития организации

Абдуллаева Сабина Гамлетовна, студент магистратуры
Тольяттинский государственный университет (Самарская обл.)

В статье рассмотрены основные направления формирования стратегий организационного развития; проанализированы основные этапы процесса разработки стратегии развития организации.

Ключевые слова: стратегия, стратегический менеджмент, стратегическое планирование, стратегическая концепция, стратегия развития.

Разнонаправленное влияние экзогенно генерируемых факторов на оперативное и долгосрочное развитие предприятий, общая динамичность современной экономики и турбулентные изменения мировых и национальных

рынков требуют более глубокого исследования процессов разработки долгосрочной стратегии развития компаний как части стратегического менеджмента. Под стратегическим менеджментом принято понимать функцию

управления, которая распространяется на длительные цели и функционирование организации. Благодаря эффективно функционирующей системе стратегического менеджмента, предприятие имеет возможность гибко реагировать на происходящие во внешней среде изменения, внедрять инновационные продукты, получать конкурентные преимущества в долгосрочном периоде.

Стратегия организации — это образ организационных действий и управляющих подходов, используемых для достижения долгосрочных целей организации. Методология разработки стратегии развития организации базируется на общих принципах, направленных на обеспечение взаимосвязанных решений по обеспечению координирования и упорядочения действий по достижению долгосрочных целей. Эти принципы в практической интерпретации трансформируются в следующие правила:

- 1) правила оценки результатов деятельности в настоящее время и в перспективе: качественный аспект считается ориентиром, а количественное наполнение — плановым заданием;
- 2) правила взаимоотношений организации с внешней средой для определения состава продуктов, технологии их разработки, производства и сбыта, способов достижения превосходства над конкурентами, что формирует продуктово-рыночную стратегию (стратегию бизнеса);
- 3) правила установления отношений и регламентации процессов в организации слагает организационную концепцию;
- 4) правила осуществления оперативной деятельности, систематизирующие приемы и технологию ее осуществления [12].

Существует множество подходов к типологизации стратегий развития предприятий. Согласно Портеру М., базовыми стратегиями являются стратегия лидерства по снижению затрат; стратегия дифференциации; стратегия фокусирования [11]. По оценкам Дубровиной М. А., все разнообразие стратегий предприятий может быть сведено к трем основным типам: стратегия стабильности, стратегия роста, стратегия сокращения [5]. По мнению Сименко И. В. и Пальцун И. Н., стратегии целесообразно классифицировать по уровням процесса управления: уровень корпоративной стратегии; уровень бизнес-стратегий; уровень функциональных стратегий [13]. Лихова Д. З., Расуев С. М. предлагают выделить два типа стратегий: стратегии с ориентацией на рынок, стратегии с ориентацией на внутренние ресурсы [7]. Согласно Долбниной Л. В. и Морозовой О. А., организационные стратегии целесообразно классифицировать на стратегии концентрированного роста, стратегии расширения, стратегии дифференцированного роста и стратегии сокращения [3].

Таким образом, стратегии развития фирмы выбираются по мере необходимости на основе рыночного поведения, конкурентоспособности, жизненного цикла, потенциала развития, отраслевых особенностей и управленческих

инициатив. Четко описанная, обоснованная, признанная и осознанная персоналом стратегия развития требует индикаторов и критериев оценки с позиции возникновения изменения и решения промежуточных задач. Прежде всего важно определить приоритетность выполнения административных задач, таких как ресурсное обеспечение, организационно-экономические и финансовые отношения, соотношение основных и вспомогательных производств и систем. Затем нужно установить связи между выбранной стратегией и ситуацией внутри компании, определить в каких внешних условиях и при каких внутренних комбинациях возможно решение задач. Следующий шаг предполагает оценку роли, типа и методов управления, стиля менеджмента, сочетания лидерских и функционально-исполнительских характеристик. При этом важно учитывать скорость изменений, факторы ускорения и нивелирования рисков. Попович А. М. подчеркивает, что в существующих условиях высококонкурентности и нестабильности на рынках все существующие подходы к созданию стратегии развития компании (рыночный, ресурсный, компетентностный подходы, теории заинтересованных сторон, корпоративной социальной ответственности (стейкхолдеров) и устойчивого развития) необходимо использовать в комплексе, что позволит обеспечить более полный учёт факторов, влияющих на предприятие в ходе формирования стратегии. В частности, ресурсный подход позволяет проанализировать располагаемые компанией ресурсы, т. е. «входы» осуществляемых бизнес-процессов. Теория стейкхолдеров позволяет оценить «выходы», которые производит компания в ходе своей деятельности, причём не только для рынка (или рынков), но и для иных заинтересованных сторон. Интеграция ресурсного подхода и теории заинтересованных сторон может осуществляться как минимум в двух направлениях: использование существующих ключевых компетенций для осуществления мероприятий в рамках корпоративной социальной ответственности, а также выявление общей основы формирования ключевых компетенций и способности учитывать интересы стейкхолдеров [10].

Наиболее широко мы предлагаем выделить в алгоритме разработки стратегии развития организации следующие шаги: стратегический анализ экзогенных и эндогенных факторов, потенциала, возможностей и угроз; выбор общего стратегического направления (разработка общей корпоративной стратегии), определение видения, миссии и ключевых целей деятельности организации; разработку отдельных функциональных стратегий организации, однонаправленных с общей корпоративной стратегией.

Системообразующим этапом разработки стратегии является проведение стратегического анализа, предусматривающего исследование экзогенных и эндогенных факторов воздействия. Экзогенные факторы макро- и микроуровней генерируются внешней средой, создающей объективные экономические, конкурентные и социально-политические условия, в рамках которых предприятие осуществляет свою деятельность, и к динамике которых вынуждено приспосабли-

ливаются. Среди элементов внешней макросреды, оказывающих влияние на стратегические перспективы компании, целесообразно выделить общеэкономические; правовые; природно-географические и климатические; научно-технологические; социально-демографические и региональные факторы влияния. Традиционно анализ и оценка данных групп факторов происходит в рамках PEST-анализа. Элементы внешней микросреды представлены деятельностью поставщиков, обеспечивающих предприятие основными видами ресурсов (поставщики сырья; банки, инвесторы; центры обучения); потребителей, формирующих рынок сбыта; конкурентов, ведущих борьбу за клиентов, материальные и трудовые ресурсы, капитал и право использовать инновации. При проведении стратегического анализа микросреды целесообразно использовать модель «Пять сил конкуренции» по Портеру М. (новые конкуренты, существующие конкуренты, угрозы со стороны товаров-заменителей, воздействие покупателей, отношения с поставщиками). Другие методы анализа внешней микросреды — анализ стратегических групп, ADL (методы оценки жизненного цикла отрасли с учетом конкурентной позиции предприятия, предложенный консалтинговой компанией Arthur D. Little); определение ключевых факторов успеха (КФУ).

Эндогенные факторы, сдерживающие или обеспечивающие развитие организации, определяются внутренней средой предприятия, интегрирующей такие функциональные направления, как персонал, маркетинг, производство, финансы, организационная культура. В качестве основных направлений анализа внутренней среды Милова Ю. Ю. и Чернышенко М. С. предлагают выбрать следующие: цели, структура, задачи, технология и люди (индивидуальное поведение человека, поведение отдельных людей в группах, поведение менеджера, работа менеджера в роли руководителя и его влияние на поведение отдельных лиц и групп) [8]. Ширококов В. Г. и Литвинов Д. Н. выделяют следующие направления проведения стратегического аудита внутренней среды организации:

- Иерархическая и структурная согласованность стратегии развития организации.

- Оценка бизнес-модели и бизнес-процессов в аудируемой организации, выявление необходимости проведения мероприятий по реинжинирингу.

- Анализ используемых ресурсов: финансового, промышленного (производительного), интеллектуального, человеческого, социального, сетевого и природного капиталов.

- Выявление существующих и потенциальных рисков бизнес-процессов.

- Исследование и оценка полномочий, ответственности и эффективности менеджеров отдельных структурных подразделений.

- Изучение организационной культуры и особенностей корпоративного управления.

- Оценка адекватности учетно-аналитического обеспечения при достижении стратегических целей (развитие си-

стемы управленческого учета, внутренней отчетности, степень раскрытия информации финансовой отчетности и т. п.) [16].

С позиции интеграции полученных результатов экзогенной и эндогенной направленности наиболее комплексным и эффективным методом, позволяющим изучить взаимозависимость внешней и внутренней среды организации на любом этапе её развития, Милова Ю. Ю. и Чернышенко М. С. предлагают признать SWOT-анализ [8].

Основные этапы проведения комплексного SWOT-анализа включают в себя определение объекта исследования (бизнес в целом, отдельные подразделения или бизнес-единицы); выявление сильных и слабых сторон с позиции намеченной цели; определение рыночных возможностей и угроз с позиции намеченной цели; сведение результатов исследования в одной четырехпольной таблице SWOT-анализа; ранжирование, уточнение формулировок возможностей и угроз; сведение избранных сильных и слабых сторон, возможностей и угроз в четырехпольную матрицу граничных стратегий; формулировка критериев, необходимых для определения условий, при которых определенная стратегия запускается в реализацию; анализ основной стратегии, основанной на тех, которые не были выбраны; примерная оценка стоимости и времени внедрения выбранной стратегии; подготовка и утверждение плана-графика и бюджета. При этом авторы указывают, что для большей точности в формировании стратегии SWOT-анализ должен быть подкреплен количественными показателями с математически корректно рассчитанными значениями погрешностей. Именно использование SWOT-анализа, сформированного не только на базе качественных экспертных оценок, но также подкрепленного количественными данными, позволит компаниям выбирать наиболее рациональные стратегии и повышать конкурентоспособность [8].

Следующим этапом формирования стратегии является определение и конкретизация общего направления стратегического развития (разработка общей корпоративной стратегии), предусматривающее формулирование стратегической концепции развития, корректировку существовавшей миссии (или создание новой) и фиксацию целей организации. Стратегическая концепция представляет собой, по сути, агрегированную стратегию предприятия, т. е. в концепции определяются основные направления развития компании. В процессе выбора организация ориентируется на определенный тип поведения в области конкурентной борьбы, освоения новых технологий, инвестиционной и ценовой политики и др. Стратегические планы должны быть разработаны таким образом, чтобы они оставались не только целостными в течение длительного времени, но и сохраняли гибкость. Стратегия отвечает своему назначению, если он обеспечивает возможность сохранения максимальной эластичности и адаптивности поведения фирмы. Он формирует общую идею будущего, не затрагивая его деталей и компонентов, не консервируя возмож-

ности трансформации отдельных приоритетов. Следовательно, общий стратегический план следует рассматривать как программу, направляющую деятельность фирмы в течение продолжительного периода времени, с учетом постоянных корректировок в связи с постоянно меняющейся деловой и социальной обстановкой. Миссия — это концептуальное намерение двигаться в определённом направлении. В ней обычно детализируется статус организации, описываются основные принципы её работы, действительные намерения руководства, а также даётся определение наиболее важных её хозяйственных характеристик. Миссия выражает устремлённость в будущее, показывает то, на что будут направляться усилия предприятия, какие ценности при этом будут приоритетными. Миссия выступает как центральный элемент инструмент стратегического управления, обеспечивающий непротиворечивость разносрочных функциональных целей организации или системообразующий развития остальных компонентов стратегического плана; как отражение нацеленности организации на достижение конкретных результатов. По оценкам Канащенко А. А., основными этапами формирования организационной миссии являются подготовительно-аналитический, комбинаторный (структурирование и анализ накопленной информации), вариативный (формулирование вариантов миссии), дискуссионный (на основе признания принципа партисипативности в управлении) и этап утверждения [6].

Для осуществления миссии ставятся цели и задачи функционирования организации. Если стратегические планы и миссия не выражаются в конкретных целях, то развитие не происходит, а все стратегии остаются нереализованными. При разработке и формализации стратегии организации необходимо помнить, что цели компании должны обладать рядом характеристик, которые иногда называют SMART-критериями качества поставленных целей: конкретность целей организации; измеримость целей предприятия; достижимость (реализуемость) целей организации; значимость целей организации; определенность во времени целей предприятия.

Заключительным этапом стратегического целеполагания является разработка функциональных стратегий — управленческих стратегических планов отдельных функциональных подразделений компании. Функциональные стратегии должны конкретизировать направления достижения целей общей стратегии предприятия и быть скоординированными и единоплавленными как с общей стратегией компании, так и с функциональными стратегиями других подразделений.

Финансовая стратегия ориентирована на повышение устойчивости финансового состояния организации и совершенствование финансовых отношений, возникающих в процессе формирования и распределения денежных фондов предприятия. Стратегия HR-отдела (управление человеческими ресурсами) сосредоточена на решении задач подбора, отбора и общего управления персоналом компании, а также соответствия всех принимаемых управленческих решений нормам трудового законодательства России. Учитывая, что в современной экономике именно персонал как носитель знаний, идей, умений и навыков является основным ресурсом любого предприятия, HR-стратегия во многом определяет работу других отделов, поскольку без квалифицированных кадров, гармонично взаимодействующих для достижения целей бизнеса, преодолеть кризисные макроэкономические условия невозможно. При формировании маркетинговой стратегии решается совокупность таких взаимосвязанных вопросов, как «Что востребовано потребителем и актуально для продажи?», «По какой цене оптимально продавать?», «Как продавать?», «Как стимулировать продажи и организовывать коммуникации?». Маркетинговая стратегия ориентирует всю организацию на достижение стратегических целей через удовлетворение существующих и перспективных требований рынка, изучение потребностей потребителей. Производственная стратегия ориентирована на решение вопросов минимизации издержек, оптимизации используемых ресурсов, соблюдение и повышение стандартов качества выпускаемой продукции. Стратегия НИОКР (научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ) включает в себя вопросы разработки, внедрения и коммерциализации инноваций, исключительно значимые в современных условиях, поскольку именно параметры, характеризующие технико-технологические новации и уровень их внедрения являются основой дифференциации компании по уровню их конкурентоспособности.

Итак, основными этапами разработки стратегии являются стратегический анализ; выбор общего стратегического направления; разработка функциональных стратегий. В систему управления стратегией организации входят следующие элементы: представления о перспективах развития внутренней среды и конкурентных преимуществах компании; предположения о возможностях и препятствиях внешней среды на макро- и микроуровнях; видение, миссия и общеорганизационные стратегические цели; функциональные стратегии (стратегия НИОКР, производственная, маркетинговая, финансовая стратегии, а также стратегия управления человеческими ресурсами).

Литература:

1. Абдуллаева С. Г. Методические подходы к разработке стратегии развития организации // Молодой ученый. 2018. № 33. С. 34–38.
2. Антипатров Ю. А. Актуальность разработки стратегии развития для предприятий малого бизнеса // Вопросы науки и образования. 2018. № 19 (31). С. 29–30.

3. Долбнина Л. В., Морозова О. А. Процесс выбора, разработки и реализации стратегий развития организации // Сфера услуг: инновации и качество. 2016. № 21. С. 9.
4. Друтель Ю. С. Особенности разработки стратегии развития предприятий малого бизнеса // Ученые записки Тамбовского регионального отделения Вольного экономического общества России. 2017. Т. 18. № 1–2. С. 15–20.
5. Дубровина М. А. Понятие и виды стратегий в деятельности организации // Труды Братского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2015. Т. 1. С. 153–156.
6. Канашенков А. А. Технология разработки миссии предприятия // Успехи современной науки и образования. 2016. Т. 2. № 10. С. 20–26.
7. Лихова Д. З., Расуев С. М. Р. Подходы к формированию конкурентных стратегий // Научный альманах. 2016. № 11–1 (25). С. 216–219.
8. Милова Ю. Ю., Чернышенко М. С. Сравнительный анализ инструментов комплексной оценки внешней и внутренней среды предприятия // Вестник Иркутского государственного технического университета. 2015. № 11 (106). С. 245–251.
9. Нигматуллин Р. Р. Порядок разработки и реализации стратегии развития организации // Евразийский союз ученых. 2016. № 2–3 (23). С. 71–74.
10. Попович А. М. Разработка стратегии развития организации на основе комбинации подходов // Наука о человеке: гуманитарные исследования. 2017. № 2 (28). С. 204–210.
11. Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов / пер. с англ. И. Минервина. М.: Альпина Паблишер. 2016. 456 С.
12. Пучкова Е. М. Подходы к разработке стратегии развития организации // Научный вестник Государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Невинномысский государственный гуманитарно-технический институт». 2017. Т. 3. С. 93–105.
13. Сименко И. В., Пальцун И. Н. Формирование стратегии развития как фактор повышения конкурентоспособности // Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности. 2016. Т. 1. № 5 (5). С. 195–198.
14. Фетисова А. В. Инструменты формирования стратегии организации // Аграрное образование и наука. 2017. № 3. С. 39.
15. Чупин Ю. Н. Анализ внешней и внутренней среды в формировании стратегии предприятия // Аграрное образование и наука. 2017. № 3. С. 43.
16. Широбоков В. Г., Литвинов Д. Н. Стратегический аудит как средство достижения долгосрочных целей экономического субъекта // Международный бухгалтерский учет. 2015. № 31 (373). С. 58–66.

Преимущества и недостатки участия работников в акционерном капитале компании

Айгунова Маржанат Абдурахмановна, студент
Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова (г. Москва)

В статье рассматриваются вопросы касательно участия работников в акционерном капитале компании, его основные преимущества и недостатки в нынешних условиях экономики.

Ключевые слова: акционерный капитал, стимулирование, льготы, участие.

In article I considered important questions of employee participation in company equity in modern economic conditions and its advantages and disadvantages are considered.

Keywords: share capital, stimulation, privileges, participation

Система вознаграждения в компаниях, основанная на участии в распределении прибыли, в настоящее время широко используется на практике современными руководителями.

Принято считать, что планы участия в акционерном капитале, благоприятно влияют на производительность труда, при том, что определить прямые отношения

невозможно, поскольку размер бонусного фонда, распределенного между сотрудниками, зависит не столько от эффективности производства, сколько от коммерческое положение организации (уровень конкуренции, продажи доли рынка, изменения цен на сырье и материалы и т. д.), т. е. из тех факторов, которые практически не зависят от обычного персонала. Отсутствие контроля рабо-

чих за формированием и распределением прибыли побуждает рабочих требовать гарантированного производства. Администрация организации, в свою очередь, вряд ли может предоставить финансовые гарантии сотрудникам, в частности, в соответствии с планом распределения прибыли, поскольку дивиденды по акциям во многом зависят от капризов рынка ценных бумаг, которые косвенно отражают эффективность организации. Совместное использование прибыли используется предпринимателями как средство сохранения социального мира внутри организации и как фактор повышения интереса к его экономическому успеху. Системы совместного использования прибыли различаются по показателям, условиям оплаты, количеству лиц, получающих эти платежи. Эти системы имеют свои особенности в разных странах мира, благодаря истории экономического развития, менталитету людей той или иной страны, традициям и обычаям трудовой жизни. Общим для всех является раздел между организацией и сотрудниками дополнительного дохода. Сегодня система распределения прибыли применяется ко всем сотрудникам организации, тогда как на ранних этапах распределение прибыли считалось элементом заработной платы (премиальные выплаты) и предназначалось только для тех, кто был напрямую связан с организацией, получающей дополнительный доход. Совместное использование прибыли осуществляется в форме отложенных платежей (60 % фирм, использующих распределение прибыли) или текущих платежей (40 %), и представляет собой отсрочку части прибыли фирмы от имени работника. Прибыль распределяется среди сотрудников ежегодно, и определенная доля каждого из них может быть предоставлена либо бонусами, либо акциями. Наиболее привлекательными для сотрудников в этих планах являются налоговые льготы и проценты по депозитам. Средства предоставляются самому сотруднику в случае отставки, увольнения, а также в других указанных случаях (например, выхода на пенсию) или родственникам в случае смерти.

Совместное использование прибыли в виде текущих платежей менее популярно и обычно используется только в небольших фирмах. В этом случае деньги выплачиваются как можно скорее — ежемесячно или ежеквартально, исходя из результатов финансовой деятельности компании.

Эффективность отложенной прибыли как «стимулов» зависит от времени, в течение которого работник должен работать, чтобы получить право на получение средств в полном объеме.

Как известно, новшества материального стимулирования за последнее время отобразились в составлении систематик участия работников в акционерном капитале компаний, которые непосредственно способствуют повышению мотивации трудящихся.

Вышеперечисленное связано с тесной увязкой сотрудников с достижениями компаний за всю свою деятельность, созданию у них чувства принадлежности и участия в данной деятельности. Вовлеченность сотрудников

в прибыли организации в виде взносов в фонды работников в прибыли за текущий год с применением льготного налогового режима. Составление рабочего имущества составляется путем инвестирования в производство на льготных условиях сбережений от вычетов из заработной платы. [1]

Индивидуальные системы стимулирования зачастую применяются в компаниях, чья основная задача — сосредоточиться на краткосрочных организационных целях. Эти системы включают стимулы продаж, платежи от выполненного объема. Системы стимулирования продаж, чаще интерпретируемые как комиссионные платежи, являются формализованными программами, в которых размер вознаграждения основывается исключительно на количественных показателях. [3]

Суть участия работников в акционерном капитале заключается в том, что часть прибыли выплачивается сотрудникам по результатам их работы, выполненной в виде бонусов или по результатам любого периода времени в виде бонусов или дивидендов. Система основана на интересе сотрудников к экономическому успеху компании. Целесообразно использовать его в небольших быстрорастущих организациях с постоянно растущей прибылью, работающей в высокотехнологичных отраслях.

Требуемые условия:

1. Все сотрудники должны иметь доступ к финансовым отчетам организации.

2. Сотрудники должны иметь возможность понимать финансовые отчеты.

3. Сотрудники должны оценивать эту систему как справедливую.

Самые популярные инновации в сфере материального стимулирования в последнее время нашли отражение в формировании систем участия работников в акционерном капитале компаний, которые способствуют повышению мотивации сотрудников. Достигается это при помощи тесной «увязке» сотрудников с результатами компании, созданию чувства принадлежности и их участие в этой работе. [2]

Участие работников в прибыли осуществляется в виде отчислений в «рабочих фондов» доли прибыли текущего года с применением льготного налогового режима. Формирование рабочей собственности происходит путем инвестирования в производство на льготных условиях сбережений из вычетов заработной платы.

Продолжительность службы, требуемая для участия, составляет 1 год. Совместное использование прибыли имеет срочные и отложенные планы. Согласно первому, платежи производятся в срочном порядке из прибыли текущего года и выплачиваются немедленно на основе расчета результатов, а во втором случае сотрудники получают соответствующее вознаграждение с увеличением процентов, чаще всего до выхода на пенсию. Отсроченное участие формируется за счет средств, которые пользуются налоговыми льготами, и существуют также льготные условия предоставления акций. Вклады трудящихся в тресты на весь период блоки-

ровки освобождаются от налогов. Продажа акций происходит со скидкой 10% от обменного курса. [4]

Преимущества:

1. Позволяет удовлетворить потребности сотрудников.
2. Система способствует сотрудничеству различных подразделений компании.
3. Рост рабочей мотивации персонала.

Недостатки:

1. Неопределенный размер вознаграждения.
2. Длительный период ожидания для вознаграждения.
3. Размер вознаграждения не всегда может быть привязан к трудовому вкладу.

Таким образом, на основе вышесказанного можно сделать вывод о том, что в России на данный момент применяется инсайдерская модель участия сотрудников в акционерной прибыли. Именно поэтому, у владельцев есть значительные преимущества, которые вытекают из его положения в системе управления, а не прав собственности, позволяющее ему сформировать множество возможностей.

Что касается преимуществ и недостатков, то на основе проведенного мною анализа определилось, что их число равносильно. Это означает, что российским компаниям еще есть над чем работать в своей практике, есть что улучшать.

Литература:

1. Белецкий, Н. П. Управление персоналом / Н. П. Белецкий. Минск: Интерпрессервис, 2015.
2. Бухалков М.И. Внутрифирменное планирование: Учебник. 2-е изд., исправленное и дополненное. — М.: ИНФРА-М, 2018. — 400 с.
3. Исаенко, А. Н. Собственность работников / А. Н. Исаенко, Я. Н. Керемецкий // США — Канада: экономика, политика, культура. 2016. № 6.
4. Экономика предприятий: учеб. пособие / В. П. Волков, А. И. Ильин, В. И. Станкевич и др.; Под общей ред. А. И. Ильина. — 2-е изд., испр. — М.: знание, 2017. — 672 с.

Развитие туризма области Влёра (Албании) в зимний сезон

Акулли Мигена, студент магистратуры
 Российский университет дружбы народов (г. Москва)

Организованное развитие культурного туризма может создать возможности для местного населения, чтобы увеличить интерес и открыть новые поколения культурных, исторических, природных и туристических ресурсов, тем самым увеличивая чувство гордости за их культурное наследие и за более высокое восприятие их ценности, тем более в зимний сезон. Культура и центры археологического и исторического музея служат географическим и культурным потенциалом в сфере туризма. Благоприятное географическое и стратегическое расположение области Влёры в центре Европы, как связующего моста Восточного Средиземноморья, является фактором, который может способствовать быстрому развитию туризма. Не следует забывать, что Средиземноморье является самой развитой туристической зоной в мировом уровне.

Ключевые слова: развитие туризма, зимний сезон, культурный туризм, исторический туризм, актуальность темы, статистические данные, перспектива культурного развития.

Organized development of cultural tourism can create opportunities for the local population to increase interest and open up new generations of cultural, historical, natural and tourist resources, thereby increasing pride in their cultural heritage and in their higher perception of their value, especially in the winter season. The culture and centers of the archaeological and historical museum serve as a geographical and cultural potential in the field of tourism. The favorable geographical and strategic location of the Vlora region in the center of Europe, as the connecting bridge of the Eastern Mediterranean, is a factor that can contribute to the rapid development of tourism. It should not be forgotten that the Mediterranean is the most developed tourist area in the world.

Культурный туризм на самом деле представляет собой ту форму туризма, которая фокусируется на культурной среде, которая, в свою очередь, может включать культурные и исторические достопримечательности данного места назначения или культурное и историческое наследие, ценно-

сти и образ жизни местного населения, искусство, ремесла, традиции и обычаи местного населения.

Перспектива культурного развития связана с новым опытом, зонированием богатства и культурного богатства. Форматы туризма, которые могут применяться: зная,

что в нынешних условиях туристического сектора в большинстве своем он предлагает истинную ценность, основанную на следующем:

— Культурные памятники (фольклор, культура, центры социального воспитания, объекты духовного богослужения, одежды, обычаи, пение).

— Историческое наследие (ранние поселения, археологические открытия).

— Туристические ресурсы.

Область Влёры находится в юго-западной части Албании и увлажняется Адриатическим морем и Ионическим морем. Область Влёры представляет собой сокровище древней истории и культурное наследие особой ценности. Эти исторические и культурные ценности делают эту область привлекательным для иностранных и албанских туристов. Все эти элементы являются важным потенциалом в развитии сферы культурного туризма, где стоит упомянуть, что есть много следов ранних поселений, которые свидетельствуют об этнокультуре жителей этой области и где народные элементы все еще живы. Культурный туризм направлен на то, чтобы подчеркнуть все эти уникальные ценности, которые характеризуют область Влера, и повысить интерес к историческим и культурным ценностям, всегда принимая во внимание их древность.

Албания и, в частности, область Влера, обладают хорошим природным и историко-культурным потенциалом. Вместе с тем, современный туризм имеет ярко выраженную сезонность. Статистические данные показывают, что есть большая разница между количеством туристов, посещающих рассматриваемую территорию летом и зимой. Так, в июне 2017 г. 1 559.456 туристов, а в Январе 2017 г. 674.972 туристов.

Актуальность темы связана с растущей важностью нескольких видов туризма как: культурный, исторический, горный туризм, экотуризм, гастрономический туризм и природный туризм которые являются динамичными секторами, которые в последние годы распространяются быстрыми темпами, охватывая все больше областей и сфер общественной жизни.

Тема важна для научного исследования, потому что оно может быть полезно для развития этих видов туризма в данной области во время зимнего сезона низкого спроса и вообще, для развития экономики страны.

Основная цель исследования состоит в разработке способов развития туризма в зимний сезон в туристской дестинации в области Влера, за счет опоры на ее богатый культурный и исторический потенциал. Выявление потенциала муниципалитеты области Влеры для развития культурного и нескольких видов туризма, подчеркивающего преимущества и ресурсы региона.

Регион Влёра имеет широкий спектр исторических, культурных и природных достопримечательностей, которые представляют большой интерес для иностранных туристов. Из-за экологических и культурных особенностей, характеризующих регион, существует хороший потен-

циал для планирования развития туризма по различным видам туризма. В зимний сезон могут развиваться некоторые виды туризма.

Наличие крупных сельских районов, охраняемых районов с богатым биоразнообразием, особенно морского, озерным и лагунами, а также обширными горными районами делают Влёры идеальным местом для эко-туризма и сельского туризма, не говоря уже о возможности рекламной различных деятельности например, походы, велосипедные прогулки, альпинизм, парашютный спорт, наблюдение за птицами, рыбалка и т.д.

Перспектива культурного развития в этой области и в Албании связана с новым опытом, зонированием богатства и культурного наследия. Виды туризма, которые могут быть применены, зная, что в нынешних условиях сектор туризма в этой области предлагает в большинстве своем высокую ценность на основе: Культурные памятники (фольклор, культура, центры социального воспитания, объекты духовного богослужения, гардероб, обычаи, пение). Историческое наследие (ранние поселения, археологические открытия). Туристические ресурсы.

Значительная часть туристов составляют местные туристы или этнические албанцы (проживающие за пределами существующих албанских границ). Для этой цели направления заложены на увеличение туристического потенциала этой области, чтобы быть туристическим местом, отвечающим требованиям культурной, социальной, экологической или экономической, в соответствии с концепцией устойчивого туризма, которая применима к нынешним и будущим посетителям.

Выводы

Чтобы привлечь туристов в межсезонный период или в зимний сезон, правительственные организации и туристические фирмы осуществляют ряд стимулирующих мероприятий. Для увеличения туристского сезона, а затем для сглаживания сезонности во многих странах проводится пропаганда туристских маршрутов в несезонное время через рекламу и устанавливаются льготы на этот период. Туристская реклама показывает преимущества отдыха зимой и раскрывает возможности для многих видов туризма, пропагандирует различные мероприятия и выставки, которые проводятся в зимние месяцы. Увеличению туристского сезона содействует организация разнообразных спортивных соревнований, фестивалей, конкурсов, выставок, мероприятий, событиях и т.д. Однако, кроме природно-климатических признаков и явлений, на загрузку мест традиционного туристского посещения влияют общенациональные и религиозные праздники, каникулы, крупные зрелищные и спортивные мероприятия. Туристические объекты должны отвечать потребностям и мотивам туристов.

1. Историко-археологические и архитектурные памятники;
2. Культурные и этнографические объекты;
3. Культурное наследие и события.

Выявить информационные и коммуникационные потребности

— Повышение уровня знакомства области Влера как туристического направления в Албании и прежде всего за рубежом.

— Создание имиджа (бренда) области Влера как туристического направления, предлагающего уникальные и разнообразные туристические пакеты.

— Создание эффективных коммуникационных компаний для туристического направления области Влера включает профессиональный дизайн логотипа и сообщения.

— Разработка последовательной и эффективной медиа-стратегии для назначения в области Влера как бренд в сфере туризма.

— Продвижение области Влера как уникального туристического направления среди целевых аудиторий путем планирования, организации и проведения экономических

коммуникационных компаний на основе интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Область Влеры имеет богатые ресурсы для развития культурного туризма, и благодаря их надлежащему использованию регион может стать привлекательным местом для занятий видами туризма. Количество туристов в внесезонный период увеличится. Определить стороны, которым могут быть полезны результаты исследования или предлагаемые рекомендации:

- Экономика страны;
- Инвеститоры;
- Государство;
- Министерство туризма и окружающей среда;
- Региональные программы;

Развитие культурного туризма окажет положительное влияние на повышение доходов местного населения, развитие инфраструктуры и продление туристического сезона.

Литература:

1. Дихтяр С. В. Сценарное планирование и развитие эмоционального интеллекта в процессе обучения специалистов в сфере гостеприимства / Сборник Международной научной конференции «Образование, наука и экономика в вузах. Интеграция в международное образовательное пространство» — г. Плоцк, Польша, 2010. — С. 641–64
2. Дихтяр С. В. Китайско-российское сотрудничество в сфере подготовки кадров высшей квалификации для индустрии туризма: новые вызовы (с. 331–335). Сборник статей IV Китайско-российского форума по подготовке кадров для сферы туризма. — Гуилинь: Гуилиньское издательство, 2012. — 382 с.
3. Пикулева О. А. Маркетинг и брендинг территорий. Германия: LAP, 2013. 156 с.
4. Отчет по результатам исследования Российского участка Великого шёлкового пути. Федеральное государственное автономное учреждение высшего образования Российский университет дружбы народов Институт гостиничного бизнеса и туризма. — http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/otchet_igbit_rudn_14.12.pdf
5. Where to go? What to do? — Albanian National Tourism Agency/ www.akt.gov.al
6. Kulturë, Sport/ Aktivitete/ Teatri/ Arsim/ Sport/ Turizmi. — Bashkia Vlore/ www.vlora.gov.al/turizem/informacion-per-vizitoret/
7. Agjensia Kombëtare e Turizmit/ www.akm.gov.al/
8. Republika e Shqipërisë, Instituti I statistikave/ <http://www.instat.gov.al>
9. Republika e Shqipërisë, Instituti I statistikave/ Turizmi në shifra 2018 <http://instat.gov.al/media/4169/turizmi-ne-shifra-2018.pdf>
10. ТОП-5 курортов Албании: недвижимость и стиль жизни/ PRIAN.RU / <https://prian.ru/>
11. Как люди живут в мире: Албания/ INFOKAVA / <https://infokava.com/63050-kak-lyudi-zhivut-v-mire-albaniya.html>
12. Албания/ Travelling.by / <https://traveling.by/countries/albania>

Оценка эффективности управления финансовыми ресурсами

Ахметгалиев Руслан Ильшатович, студент магистратуры;

Винс Анна Игоревна, студент магистратуры

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (г. Москва)

В статье рассматриваются актуальные для современных российских предприятий вопросы оценки эффективности управления финансовыми ресурсами. Изучены основные применяемые методики. Кратко охарактеризованы направления улучшения.

Ключевые слова: анализ, деловая активность, ликвидность, платежеспособность, рентабельность, финансовая устойчивость, финансовые ресурсы, финансы, эффективность.

The article deals with the topical issues of assessing the effectiveness of financial resources management for modern Russian enterprises. The main applied techniques are studied. The directions of improvement are briefly characterized.

Keywords: analysis, business activity, liquidity, solvency, profitability, financial stability, financial resources, Finance, efficiency.

Формирование рыночных отношений в современных условиях сопровождается одновременно процессом повышения самостоятельности предприятий, ростом их ответственности. Наблюдается возрастание роли ликвидности и финансовой устойчивости субъектов хозяйствования.

Поддержание отмеченных выше тенденций на должном уровне характеризуется ростом актуальности рационального управления финансовыми ресурсами. Проблемы управления финансовыми ресурсами, особенно в условиях кризиса, всегда являются препятствием для развития предприятия, снижением его конкурентоспособности на рынке.

Первоначальным этапом формирования рациональной системы управления финансами в компании является ее оценка через систему показателей. Проведение анализа эффективности системы позволяет также выявить причины негативных тенденций и разработать мероприятия по их устранению [4].

Под финансовыми ресурсами понимают часть средств компании в форме ее доходов и различных поступлений извне, предназначенных для исполнения взятых на фирму обязательств [6].

Под управлением финансовыми ресурсами понимают систему специальных методов, операций, приемов и способов воздействия на все виды финансов предприятия с целью достижения оптимального результата [1].

Под эффективным управлением финансовыми ресурсами следует понимать соотношение между израсходованной частью ресурсов и достигнутыми результатами.

Методика оценки эффективности финансовых ресурсов подразумевает следующие алгоритм действий [5]:

1 этап. Проведение оценки динамики, состава и структуры финансовых ресурсов компании за последние несколько лет.

При проведении такой оценки используют горизонтальный и вертикальный методы анализа. Для начала составляют сравнительный аналитический баланс с отражением в нем значений активов и источников их формирования.

Далее применяют к нему методику горизонтального анализа, при которой показатель каждого следующего года сравнивается с таким же показателем предыдущего года. Изучаются отклонения, выявляются причины динамики.

На следующем этапе применяют методику вертикального анализа, при которой вычисляется доля каждого элемента по статьям баланса в общей сумме активов (пассивов).

2 этап. Проводиться анализ ликвидности и платежеспособности фирмы, то есть определяется вероятность погашения ею своих обязательств имеющимися активами. Для расчета используют общеизвестные коэффициенты, которые представлены в таблице 1.

Таблица 1. Коэффициенты ликвидности [5]

Коэффициент	Обозначение	Расчет	Норматив
Коэффициент текущей ликвидности	Ктл	$(A1+A2+A3) / (П1+П2)$	от 1 до 2
Коэффициент быстрой ликвидности	Кбл	$(A1+A2) / (П1+П2)$	от 0,7 до 1,5
Коэффициент абсолютной ликвидности	Кал	$A1 / (П1+П2)$	более 0,2
Совокупное значение ликвидности	К	$(A1 + 0,5 \times A2 + 0,3 \times A3) / (П1 + 0,5 \times П2 + 0,3 \times П3)$	более 1

В таблице 2 представлена расшифровка обозначений.

Таблица 2. **Расшифровка обозначений групп активов и пассивов и методика их расчета**

Группа	Обозначение	Расчет	Группа	Обозначение	Расчет
Самые ликвидные активы	A1	стр. 1250 + стр. 1240	Самые срочные	П1	стр. 1520
Быстрореализуемые активы	A2	стр. 1230	Краткосрочные пассивы	П2	стр. 1510 + стр. 1540 + стр. 1550
Медленнореализуемые активы	A3	стр. 1210 + стр. 1220 + стр. 1260	Долгосрочные пассивы	П3	стр. 1400
Труднореализуемые активы	A4	стр. 1100	Постоянные	П4	стр. 1300 + стр. 1530
БАЛАНС	Б	1600	БАЛАНС	Б	стр. 1700

3 этап. Расчет и анализ финансовой устойчивости. Анализ финансовой устойчивости позволяет оценить соотношение между собственными и заемными средствами фирмы,

проанализировать структуру капитала. Использует коэффициентный метод. Основные рассчитываемые коэффициенты отражены в таблице 3.

Таблица 3. **Показатели финансовой устойчивости компании [5]**

Показатель	Обозначение	Расчет	Норматив
Коэффициент автономии	Ка	стр.1300/стр.1600	от 0,5 до 0,7
Коэффициент финансовой зависимости	Кфз	(стр.1400+стр.1500-3В-стр.1530-стр.1540) /стр.1700	менее 0,8
Коэффициент соотношения собственных и заемных средств	Кс	(стр.1500+стр.1400) /стр.1300	менее 0,7
Коэффициент маневренности	Км	(стр.1300-стр.1100) /стр.1300	от 0,2 до 0,5
Коэффициент соотношения мобильных и иммобилизованных активов	Км/и	стр.1100/стр.1200	-
Коэффициент обеспеченности оборотного капитала собственными источниками финансирования	Ко	(стр.1300-стр.1100) /стр.1200	более 0,1
Коэффициент обеспеченности собственными средствами	Ксос	(стр.1300-стр.1100) /стр.1200	более 0,1
Коэффициент обеспеченности запасов собственными средствами	Еоз	(стр.1300+стр.1400-стр.1100) /стр.1210	от 0,6 до 0,8
Коэффициент концентрации собственного капитала	Кк	стр.1300/стр.1700	-
Коэффициент концентрации заемного капитала	Кз	(стр.1400+стр.1500) /стр.1700	-
Коэффициент структуры долгосрочных вложений	Ксдз	стр.1400/стр.1100	-
Коэффициент долгосрочного привлечения заемных средств	Кдз	стр.1400/ (стр.1400+стр.1300)	-

Представленные коэффициенты сравнивают с нормативами, на базе чего делают выводы.

4 этап. Анализ деловой активности. Исследование данной сферы проводится также с применением системы ко-

эффициентов оборачиваемости, загрузки, длительности оборота. Расчет данных коэффициентов проводят применительно к дебиторской задолженности, кредиторской задолженности, запасов, капиталу и т. д. (таблица 4)

Таблица 4. **Коэффициенты деловой активности компании [5]**

Показатель	Обозначение	Расчет
Коэффициент оборачиваемости запасов	Кобз	В/Зср
Коэффициент оборачиваемости активов	Коба	В/Аср
Коэффициент оборачиваемости собственного капитала	Кобск	В/СКср
Коэффициент оборачиваемости оборотного капитала	Кобок	В/ОАср
Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности	Кобдз	В/ДЗср
Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности	Кобкз	В/КЗср

Обозначения в таблице:

В — выручка, т. р.;

Аср — среднегодовая величина активов, т. р.;

СКср — среднегодовая величина собственного капитала, т. р.;

ОАср — среднегодовая величина оборотного капитала, т. р.;

ДЗср и КЗ ср — среднегодовая величины дебиторки и кредиторки соответственно, т. р.

Положительными тенденциями является рост коэффициента оборачиваемости по статье баланса, снижение коэффициента загрузки и снижение длительности оборота в днях. Отрицательными тенденциями являются снижение

коэффициента оборачиваемости, рост загрузки и длительности оборота в днях.

5 этап: расчет коэффициентов рентабельности. Рентабельность как показатель эффективности есть соотношение полученной суммы прибыли к исследуемому показателю, чью эффективность надо оценить. В таблице 5 представлен перечень таких показателей.

Таблица 5. Коэффициенты рентабельности [5]

Коэффициент	Обозначение	Расчет
Рентабельность продукции	Рп	Пр/С
Рентабельность продаж	Рпр	Пр/В
Чистая рентабельность реализованного продукта	Рчр	ЧП/В
Валовая рентабельность производства	Рв	ВП/С
Чистая рентабельность производства	Рчп	ЧП/С
Рентабельность собственного капитала	Рск	ЧП/СКср
Рентабельность инвестиционного (перманентного) капитала	Ри	ЧП/ПКср
Рентабельность всего капитала	Рк	Пр/Бср
Рентабельность оборотных активов	Ро	Пр/ОАср
Рентабельность внеоборотного капитала	Рв	Пр/ВАср

Обозначения в таблице:

Пр — прибыль от реализации, т. р.;

ЧП — чистая прибыль, т. р.;

ВП — валовая прибыль, т. р.;

С — себестоимость, т. р.;

Бср — средняя величина итога баланса, т. р.

Рост значений рентабельности будет говорить о росте эффективности управления финансовыми ресурсами компании.

Направлениями повышения эффективности управления финансовыми ресурсами компании на базе проведенной оценки являются [3]:

1. Планирование денежных потоков компании. Методика осуществляется с применением платежного календаря.

2. Управление дебиторкой фирмы предполагает расчет оптимального значения показателя и формирование правильной политики кредитования фирмы.

3. Повышение эффективности использования денежных средств в части формирования их оптимальной величины.

4. Формирование гибкой структуры капитала предполагает создание оптимальной структуры капитала, соотношения собственных и заемных средств.

Соблюдение всех вышеперечисленных требований будет способствовать росту эффективности использования финансовых ресурсов, платежеспособности, ликвидности, финансовой устойчивости.

Таким образом, любая компания стремится к эффективному управлению своими финансовыми ресурсами. Данная эффективность может быть оценена через показатели деловой активности и рентабельности.

Литература:

1. Бланк, И.А. Антикризисное финансовое управление предприятием / И.А. Бланк. — М.: Ника-Центр, Эльга, 2014. — 672 с.
2. Гиниятуллина Р.Р. Управление финансовыми ресурсами организации // Экономические науки. — 2016. — № 55—2
3. Жилкина, А.Н. Управление финансами. Финансовый анализ предприятия / А.Н. Жилкина. — М.: ИНФРА-М, 2016. — 336 с.
4. Кибалов А.О. Повышение эффективности использования финансовых ресурсов на предприятии [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://scienceforum.ru/2017/article/2017040081> (дата обращения 23.11.2018)
5. Савицкая, Г.В. Анализ финансового состояния предприятия / Г.В. Савицкая. — М.: Издательство Гревцова, 2014. — 200 с.
6. Шайхутдинова Н.А., Белоусова Е.Н. Управление прибылью предприятия // Экономика и социум. — 2015. — № 2—5 (15). — С. 22—25.

Увеличение продаж с сайта компании

Белковский Евгений Владимирович, студент
 Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Сразу после создания сайта у каждого предпринимателя последовательно появляются две задачи: привлечение посетителей и получение заказов от этих посетителей. Первая решается с помощью платных и бесплатных инструментов. В роле платных выступают такие инструменты, как поисковое продвижение, контекстная реклама, медийная реклама (баннеры) и маркетинг в социальных сетях.

В качестве бесплатных инструментов рассматриваются форумы, социальные сети, сайты вопросов и ответов, блог платформы и тематические сообщества. Вторая задача зависит от целого ряда факторов, направленных именно на восприятие посетителем ресурса: удобство, цена, продукция, наличие удобных способов оплаты, доставки и способов связи, гарантия, положительные отзывы и т. д.

Если на сайте есть посетители, но нет заказов, это говорит о наличии на нем ошибок, которые мешают продажам и вынуждают уходить к конкурентам. В этом случае нужно как можно скорее выявить и устранить их.

С каждым годом в маркетинге фирмы наблюдается рост значения и роли поискового трафика, который обладает огромным потенциалом. Первое место в мире по объему трафика занимает США — 25% мирового трафика, на втором месте располагается Великобритания, на их долю приходится 5.5%, Россия в свою очередь занимает третье место с показателем 5%.

На рисунке 1 видно, что основным каналом трафика в мире являются прямые заходы на сайт (43%), что говорит о важности развития бренда. На втором месте — трафик из поиска, на долю которого приходится почти треть мирового трафика — 28% [3].

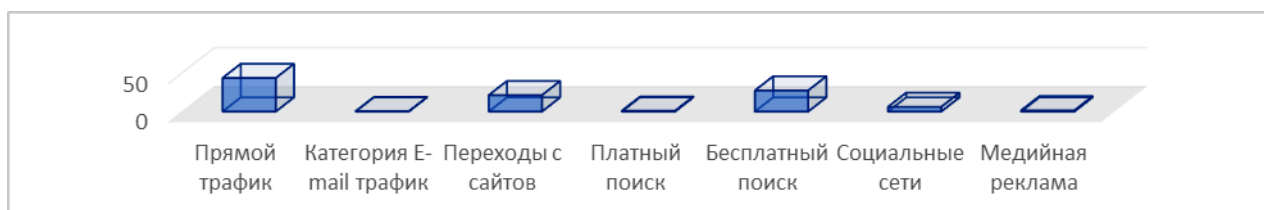


Рис. 1. Каналы трафика в интернете

Прошел тот период, когда поиск основывался только на технических факторах, когда в первых строках выдачи были сайты, которые наиболее результативно манипулировали ссылочной массой, плотностью ключевых слов и оптимизацией кода сайта. В 2011–2012 годах на первый план вышло удобство взаимодействия с сайтом, то есть поиск обратился в сторону пользователя. В настоящее время эта тенденция набирает все большие обороты, при ранжировании сайтов определяющими становятся такие важные для пользователя факторы, как удобство просмотра с мобильного устройства, быстрые ответы и коммерческие факторы. Все это относится к такому понятию, как web — юзабилити. Юзабилити сайта — это способность продукта быть понимаемым, изучаемым, используемым и привлекательным для пользователя в заданных условиях [4].

В 2018 году прослеживается несколько основных тенденций в поиске:

Всеобщая «мобилизация». Мобильные гаджеты настолько плотно вошли в нашу жизнь, что на сегодняшний день мы не представляем мир без планшета, смартфона, или умных часов. Этому способствует быстрое распространение интернета. Высокоскоростной Wi-Fi есть в торговых центрах, парках, общественном транспорте и на улице, а там, где его нет, 4G интернет обеспечивают мобильные операторы сотовой связи. Все это дает еще больше возмож-

ностей для контакта с потенциальным потребителем в любое время и в любом месте. Это же тенденция подтверждается статистикой — доля мобильного поискового трафика в 2018 году составила 48%, против 52% с персонального компьютера [1]. При чем этот разрыв стремительно сокращается, еще в 2016 году соотношение органического мобильного трафика к трафику с персонального компьютера составляло 41% к 59%. Совсем скоро Google введет алгоритм, который будет выше ранжировать сайты, дружественные к мобильным устройствам.

Если мы не хотим потерять до 48% потенциальных клиентов, то нашим сайтом должно быть удобно пользоваться как с персонального компьютера, так и с мобильного устройства. В первую очередь, при разработке сайта, стоит ориентироваться на пользователей смартфонов и планшетов. Для этого наилучшим образом подходит адаптивный дизайн, который сам автоматически подстраивает сайт под размеры экрана, с которого его просматривает пользователь [2].

1. Сайты-ответы. Опираясь на предыдущий пункт, хочется отметить, что «мобилизация» пользователей привела к тому, что в настоящее время поисковые системы стремятся предложить пользователю в выдаче готовые ответы, а не просто списки сайтов, где эти ответы можно найти. Например, на рисунке 2 можно увидеть, как при вводе в по-

иск запроса «пробки», поисковая система автоматически определяет наше местоположение и в выдаче сразу же по-

казывает оценку пробок на данный момент в городе, где мы находимся.

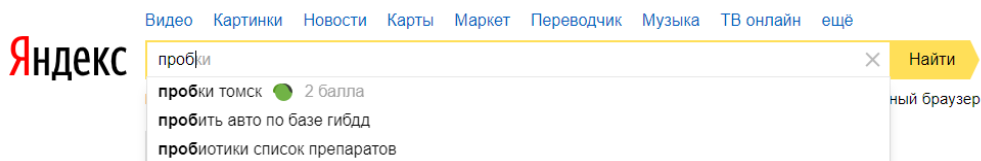


Рис. 2. Готовый ответ поисковой системы «Яндекс»

Превращение сайта в ответ на вопросы пользователей становится одной из наиболее эффективных тактик при поисковой оптимизации (SEO), а помогут в этом микроразметка сайта и качественный контент.

2. «Острова» Яндекса. Данный сервис находился в разработке и на сегодняшний день приостановлен, но уже в ближайшем будущем пользователи интернета смогут решать свои вопросы непосредственно в выдаче поиска, им

не нужно будет переходить на сайты, чтобы совершить какую-либо покупку или забронировать место в кафе. Интерактивные формы непосредственно в выдаче помогут им в этом [5]. Когда сервис выйдет в полную версию, сайт компании обгонит конкурентов, предоставив этот единственный в своем роде сервис одним из первых. На рисунке 3 продемонстрированы интерактивные формы сервиса «Острова» от поисковой системы «Яндекс».

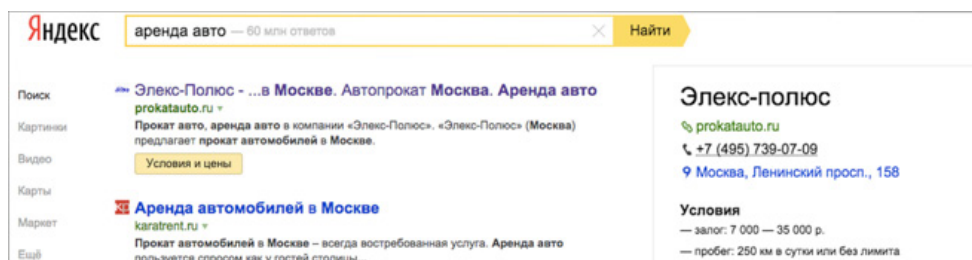


Рис. 3. «Острова» поисковой системы «Яндекс»

3. Коммерческие факторы. На сегодняшний день поисковый фрагмент текста — сниппет дает нам большое количество информации, влияющей на наше решение о переходе на сайт: данные доставки, адрес фирмы, цена, часы работы, ассортимент и другое. Это именно те факторы, ко-

торые первоочередно интересуют потребителя, пытающегося найти необходимый ему товар через поиск. На рисунке 4 можно увидеть фрагмент текста рекламы компании «Защитные тенты РФ», в котором указана информация о производстве и доставке товара.

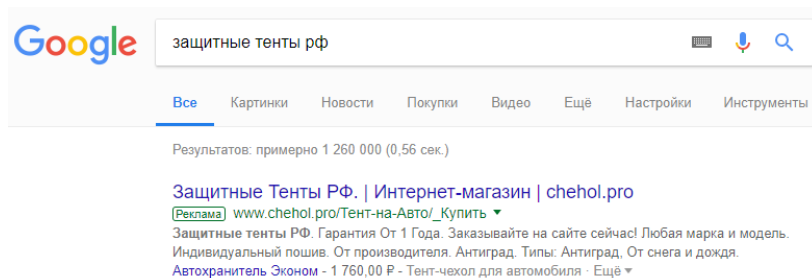


Рис. 4. Сниппет фирмы ООО «Защитные тенты РФ» при поиске в Google

Также, коммерческие факторы крайне важны не только для потребителя, но и для самих поисковиков, сайты с хорошими коммерческими факторами всегда ранжируются выше.

4. Многое другое... По-прежнему важны такие факторы, как уникальность, время отклика страницы, безопасность сайта, структурированность контента, и многое другое.

Подводя итог, можно сказать, что поисковый трафик растет быстрыми темпами. Основными тенденциями его

роста являются проникновение интернета в повседневную жизнь и увеличение мобильного трафика. Органический поиск не просто увеличивает объем трафика, он привлекает качественный трафик, который затем приводит к более высокому проценту конверсии, чем другие каналы. Юзабилити сайта во многом базируется на человеческой психологии и человеческих привычках. Зная стандарты в области построения сайтов в российском сегменте интернета, можно быстро обнаружить и исправить ошибки в удобстве

использования ресурса. Благодаря этому можно сохранить до 48 % потенциальных клиентов, пользующихся мобильными устройствами, а также, следуя основным тенденциям в поиске, привлечь новых.

Литература:

1. Продвижение самостоятельно. Быстрая и самостоятельная оценка // Пиксель Плюс Интернет агенство. URL: <https://pixelplus.ru/samostoyatelno/sovety/19.html> (дата обращения: 8.11.2018).
2. Почему нет продаж, или 10 основных ошибок на сайте // SPARK. Тусовка технологических проектов. URL: <https://spark.ru/startup/nethouse/blog/32142/pochemu> (дата обращения: 8.11.2018).
3. iSEO. Поисковая оптимизация сайтов // 28 % мирового трафика приходит с поиска. URL: https://www.iseo.ru/press/blog/28_mirovogo_trafika_pr.. (дата обращения: 8.11.2018).
4. Бакаев М. А. Современные тенденции в автоматизированной оценке юзабилити и поведенческие факторы в алгоритмах поисковых систем // Программные продукты и системы. — 2017. — № 3. — С. 447–455.
5. Яндекс. Острова // Википедия. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Яндекс.Острова> (дата обращения: 8.11.2018).

Операционные риски в условиях диджитализации банковской деятельности

Белоброва Ангелина Андреевна, студент магистратуры
 Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (г. Москва)

Данная статья затрагивает тему потребности усовершенствования подходов к выявлению операционных рисков в связи с появлением инновационных объектов операционного риска в условиях диджитализации банковской деятельности.

Ключевые слова: операционные риски, диджитализация, банкинг.

В настоящее время наблюдается переломный момент банковской системы. В эпоху, когда мобильным телефоном и интернетом пользуются чаще, чем смотрят телевизор, когда книжные магазины, видеопрокаты и другие столпы традиционной розничной торговли быстро сдают позиции, банки просто устарели и отстали от жизни.

В мире, где вместо того, чтобы зайти в отделение банка, человек воспользуется приложением, перемены, которые обрушились на банки, были не просто кризисом самоопределения банковской системы, делающим прозрачность деятельности и борьбу за общественное мнение необходимым, — они стали и кризисом способа существования этой системы. Розничному банкингу следует в корне менять методы работы во взаимоотношениях с потребителем, взаимодействии с помощью цифровых технологий уже оставило далеко позади общение с клиентами непосредственно в отделениях банка.

Именно в такой обстановке возникает новый банкинг, который уже не определяется и не ограничивается сетью физических отделений.

Хотя до «гибели наличных» пройдут долгие годы, влияние смартфонов и интернета привело к огромным переменам в банковской практике, моделях распределения ресурсов и конкурентном пространстве.

Стало ясно: одно из давних высказывания Билла Гейтса о том, что всем нам нужен банкинг, но не банки, чистая истина. Этому способствовали возникновение новых технологий и преобразование банковской системы, вызванное из-

менением поведения клиентов. Теперь не банки выбирают себе клиентов, устанавливая свои правила, а клиенты делают свой выбор, основываясь на удобстве, простоте, доступности и мобильности предоставляемых услуг [1].

В основе взаимоотношений клиента и банка заложено взаимовыгодное сотрудничество на основе понимания роли банковских продуктов и услуг в жизни клиента с целью удовлетворения потребностей клиентов.

В условиях повышенного требования клиентов к удобству, банком надо использовать данную возможность, монетизируя желание людей исключить рутину из своей жизни: оплата мобильной связи, транспорта, налогов, штрафов, коммунальных услуг и т. д.

В условиях возрастания требований клиентов к удобству обслуживания и конкуренции со стороны финтех-компаний и более технологичных участников банковской сферы, банки вынуждены проводить технологическую трансформацию: автоматизировать бизнес-процессы, внедрять инновационные технологии, разрабатывать инновационные банковские продукты и услуги для сохранения своих позиций на рынке банковских услуг.

Любые преобразования создают новые возможности для развития и одновременно порождают вызовы, к которым нужно адаптироваться и мгновенно находить ответы, причем зачастую в ситуации ограниченных ресурсов и множества неопределенностей.

Для построения управления операционными рисками, в первую очередь, необходимо определить какие ключевые

возможности приобретает банк в условиях цифровизации, и как они повлияют на операционные риски. По прогнозам компании КPMG к 2030 году банки станут невидимыми, переродившись в личные помощники, сервисы и всевозможные приложения.

Диджитализация банковской деятельности влечет за собой внутреннюю перестройку всей операционной архитектуры, повышение вероятности реализации рисков, связанных с хранением, обработкой и передачей данных.

На смену традиционному построению процессов в банке приходят оцифрованные бизнес-процессы, которые перекрывает риски ошибок персонала, но порождает технологические риски ИТ-оборудования и программного обеспечения.

Смарт-контракты на базе блокчейн упрощают процедуру составления и исполнения договоров.

Современный клиент уже не мыслит своей жизни без использования бесконтактной оплаты продуктов или услуг. Такие удобства в свою очередь могут привести к реализации мошенничества. Для предотвращения негативных последствий банки разрабатывают технологии безопасности-профилактики и противодействия мошенничеству по банковским картам.

«Так Тинькофф Банк получил награду Outstanding Fraud Management System от международной платёжной системы Mastercard за достижения в области технологий безопасности — профилактики и противодействия мошенничеству по банковским картам. Этой наградой Mastercard отметила сразу два инновационных решения Тинькофф Банка в области эффективного управления фрод-менеджментом» [2].

Одним из ключевых изменений в обслуживании клиентов банка выступает появление Единой биометрической системы — это цифровая платформа для удаленной биометрической идентификации, которая позволяет предоставлять новые цифровые коммерческие и государственные услуги для граждан в любое время и в любом месте. «Ростелеком» — разработчик и оператор Единой биометрической системы.

Система позволяет создать биометрический шаблон клиента для последующего получения услуг без заключения договоров и посещения отделений банка.

В настоящее время банками применяется различные биометрические параметры для идентификации клиентов. К статическим относятся отпечатки пальцев, геометрия кисти рук, рисунок вен руки, сетчатка и радужка глаза, геометрия лица, код ДНК и тепловое изображение. К динамическим относят рукописный почерк, темп и ритм работы на клавиатуре, воспроизведение подписи, движение губ при воспроизведении кодового слова, голос и речь, походка.

Единая биометрическая система предотвращает ряд ошибок со стороны сотрудников банка и мошеннических схем по предоставлению поддельных документов удостоверяющих личность для получения услуг, но, как и любая система может привести к реализации группы рисков. К такой группе рисков относится риск снижения операционной

эффективности вследствие повышения нагрузки на банковскую сеть, а также компрометация образцов, загруженных в единую систему и принятие на обслуживание мошенника.

Безопасность системы тоже может оказаться под угрозой. Путем нащупывайся слабых сторон, мошеннические схемы будут только совершенствоваться, к которым необходимо адаптироваться всем участникам от Ростелекома до Банка России.

Помимо этого, сейчас заметна тенденция передачи части процессов сторонним организациям на аутсорсинг, что порождает дополнительные риски, ответственность за которые несет сам банк. Во избежание конфликтных ситуаций и потерь от реализации рисков, связанных с деятельностью третьих лиц, банкам необходимо тщательно выбирать компании, обладающие высококвалифицированными кадрами, поддерживая риск-менеджмент на должном уровне, непрерывно контролируя все процессы, переданные сторонним лицам на исполнение [3].

В целях регулирования передачи выполнения бизнес — функций (процессов) сторонним организациям — поставщикам услуг 01.07.2018 г. введен Стандарт Банка России «Обеспечение ИТ-безопасности организаций банковской системы Российской Федерации: управление риском нарушения информационной безопасности при аутсорсинге».

В процессе принятия решений возникают определенные риски по принятию неверных решений. Именно для повышения эффективности менеджмента и минимизации рисков банки используют большие данные (BigData), которые в свою очередь, могут привести к реализации ряда рисков: риск потери данных, риск переполнения хранилищ данных, риск снижения эффективности BigData и риск ошибок больших данных

Для удовлетворения непрерывно изменяющихся потребностей клиентов, банкам на постоянно основе необходимо разрабатывать новые продукты и услуги только в цифровом виде и ориентированные на самообслуживание клиентов, что повышает риск инновационных проектов.

Еще одним из ключевых прорывов в обслуживании клиентов занимает экосистема. Это открытая системная архитектура банка, которая позволяет партнерам банка разрабатывать различные сервисы и интегрировать их с продуктами и услугами банков, например, предоставление услуг по ремонту при оформлении ипотеки. Негативным последствием построения такой архитектуры — риск деятельности третьих лиц.

«Облачные» технологии позволяют банку отказаться от создания и поддержки собственной вычислительной инфраструктуры. В данном случае ни программное обеспечение, ни оборудование не принадлежит банку. Вместо этого банк получает от провайдера уже готовый продукт.

Использование возможностей «облачных» технологий потенциально может усугубить вероятности реализации операционных рисков, а именно технологического риска.

Применение блокчейн-технологий позволяет банкам пользоваться рядом преимуществ:

- Повышение уровня прозрачности операций;
- Точное отслеживание операций;
- Постоянный, изменяющийся в реальном времени реестр операций;
- Сокращение затрат на услуги третьих сторон

При рассмотрении применения данной технологии банки могут столкнуться с проблемой доверия. Для крупномасштабного применения блокчейна необходимо пройти через этап постепенно перехода доверия от сегодняшних эффективных, но дорогостоящих услуг централизованного контрагента к распределенной модели. Без эффективного решения «вопроса доверия» многим банкам не удастся реализовать выгоды, возникающие перед бизнесом.

Использование технологии блокчейна усугубляет риск хакерских атак и риск сговора участников с целью мошенничества и манипуляции реестром.

Ожидаемое распространение «интернета вещей» связано с новыми рисками и проблемами, которые требуют пристального внимания. Под «интернетом вещей» понимают увеличение числа физических объектов, в которых содержатся сенсоры или программное обеспечение и у которых есть возможность обмена информацией.

Литература:

1. Банк 3.0. Почему сегодня банк — это не то, куда вы ходите, а то, что вы делаете / [Пер. с англ. М. Мацковской]. — М.: Издательство «Олимп-Бизнес», 2017. — 520 с.
2. Новости: Тинькофф Банк получил награду Mastercard за разработки в области технологий безопасности. — URL: <https://www.tinkoff.ru/eng/news/19032018-tinkoff-bank-x-mastercard-award> (дата обращения: 15.11.2018).
3. Sound Practices: implications of fintech developments for banks and bank supervisors — URL: <https://www.bis.org/bcbs/publ/d431.pdf> (дата обращения: 01.10.2018).

Основные критерии выбора апартаментов в качестве инвестиций

Богданова Марина Анатольевна, студент магистратуры
Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университет

В статье рассматриваются особенности апартаментов и причина набирающей обороты их популярности. А также основные критерии, на которые стоит обращать внимание при выборе апартаментов, для получения наибольшей выгоды.

Ключевые слова: апартаменты, управляющая компания, инвестиции, коммерческое помещение, аренда, доходная программа.

Рынок апартаментов представляет собой новую тенденцию развития рынка недвижимости. Для Российской Федерации этот сегмент достаточно новый, но с каждым годом появляется все больше предложений по приобретению апартаментов — коммерческих по статусу помещений, которые используют для сдачи в аренду или для собственного проживания.

Существует ряд причин, по которым строительство апартаментов активно набирает обороты. В больших го-

С этой технологией связаны потрясающие возможности, например, банкомат или другая панель самообслуживания сможет назначить проведение собственного ремонта, когда обнаружит, что скоро произойдет поломка какого-либо компонента.

Однако в каждой цепи есть слабое звено, и компании, занимающиеся ремонтом, могут не так сильно беспокоиться о должной защите программного обеспечения, как банк.

В последнее время банки все чаще создают партнерства с производителями носимых электронных устройств, чтобы у клиентов была возможность проводить мобильные платежи, используя свои часы или фитнес-браслеты.

Кибербезопасность — основная проблема на пути распространения технологии «интернет-вещей», так как незащищенные интерфейсы повышают риск несанкционированного доступа.

Таким образом, по мере распространения феномена гиперподключенности и перехода все большего числа банков на цифровые каналы, риск недобросовестных действий, несанкционированного вторжения и доступа к данным, а также других форм киберуязвимости продолжит возрастать. Угроза технологического риска и киберриска станут одними из ключевых рисков для банков.

родах, в особенности с богатой промышленной историей, мало свободных участков, отвечающих требованиям к возведению жилых зданий. Другие авторы говорят об экономическом кризисе, который способствовал переориентации офисных помещений в апартаменты. Со стороны застройщика также существуют преимущества. Данный формат строительства недвижимости не нагружен обязательствами обеспечения социальной инфраструктуры (поликлиник, детских садов, школ) в отличие от жилого сегмента. Это

значительно влияет на затраты и, соответственно, на стоимость квадратного метра [1].

Для инвесторов формат апартаментов привлекателен в первую очередь потому, что он все больше пользуется спросом и обеспечивает хорошую доходность. Покупателей привлекает более низкая стоимость в сравнении с квартирой: например, стоимость одного квадратного метра апартаментов и квартиры, которая находится по соседству в этом же районе, может достигать 10–15% [2].

Многие эксперты отмечают, что рынок еще не перенасыщен проектами такого формата, поэтому интерес инвесторов будет только расти. В последнее время апартаменты развиваются активнее других сегментов рынка: например, в петербургской недвижимости за прошлый год их доля выросла с четырех до восьми процентов. Но покупатели все еще в большинстве не знают, каковы главные критерии выбора апартаментов и как образом они могут приносить доход.

Рассматривать выгоду вложения в апартаменты нужно с точки зрения будущего потребителя. Основная доля апартаментов приходится на долгосрочную аренду или посуточную сдачу жилья. То есть необходимо определить портрет потенциального арендатора. Прежде всего апартаменты ориентированы на две категории арендаторов: компании, снимающие жилье для своих сотрудников, и предпринимателей, предпочитающих в бизнес-поездках комфорт и гостиничный сервис.

С другой стороны, можно оперировать преимуществами, о которых заявляет застройщик при строительстве апартаментов:

1. Апартаменты наиболее ликвидны для сдачи в аренду. Услуги по сдаче апартаментов в аренду оказывает управляющая компания в среднем за 10% от арендной ставки в месяц, а собственник только получает доход;

1. Жителям апартаментов оказывается ряд дополнительных сервисных услуг: ресепшн, консьерж-служба, гоут-сервис, услуги химчистки и прачечной, трансферные услуги, курьерская служба и т. д.;

2. Все апартаменты (за редким исключением) продаются с дизайнерской отделкой «под ключ», при этом в некоторых проектах помимо финишных материалов, в стоимость включена установка кухни с техникой и полное оборудование ванной комнаты. Дополнительно возможно приобретение у застройщика мебели, техники и элементов декора;

3. Развитая инфраструктура, которая может включать в себя бизнес центры, фитнес-клубы, бассейны, рестораны, кафе и частные детские сады;

4. Осуществление постоянной охраны и контроля доступа;

5. Владелец апартаментов может проживать в них сам, либо сдать в аренду. В последнем случае УК не только об-

служивает апартаменты и оказывает дополнительные сервисные услуги, но и подыскивает арендаторов, таким образом, обеспечивая собственнику доходность.

Исходя из портрета потребителя и вышеперечисленных параметров данного типа недвижимости можно определить основные параметры, на которые следует обращать внимание при выборе апартаментов.

Ряд экспертов советуют потенциальным покупателям узнавать про действующие объекты компании, пообщаться с собственниками — продавцами апартаментов, посмотреть рейтинги объекта на Booking, Airbnb и других агрегаторах бронирования гостиниц и жилья. И почитать отзывы гостей, потому что доходность инвестора зависит в большей степени от удовлетворенности гостя, проживающего в этом номере.

Но если идет речь о вложении в строящийся объект, то отзывов на этот момент вы не найдете. Поэтому в первую очередь, важно изучить историю застройщика и ознакомиться с его репутацией, чтобы не стать «жертвой долготроя». Во-вторых, одним из главных критериев всегда будет местоположение. Наиболее привлекательными являются апартаменты в центре города или в пешей доступности от метро и с развитой транспортной инфраструктурой. Время бесценный ресурс, и люди, которые приезжают решать бизнес-вопросы, не готовы тратить часы в пробках по дороге домой.

Многие специалисты отмечают, что нужно обращать внимание на оснащение самого номера. В договоре должны быть четко указаны все отделочные материалы, которые будут использованы застройщиком. Желательно наличие шоу-рума, чтобы будущий инвестор видел, каким будет номер, по какому стандарту он будет меблирован, какая будет бытовая техника, предусмотрен ли кондиционер — без него к вам никогда не поедут туристы.

И самый важный критерий выбора — наличие профессиональной управляющей компании, и обязательно на стадии проектирования и заключения договора. Ведь именно управляющая компания договаривается с туристическими компаниями, которые приводят группы, что позволяет обеспечивать высокий уровень доходности для инвестора. Сдавая свой номер самостоятельно, такой уровень загрузки выдержать почти невозможно [3].

Еще одной особенностью апартаментов являются программы доходности. Многие застройщики гарантируют со стороны управляющей компании полную ответственность за поиск арендаторов, контроль оплаты и состояние жилья. Разрабатывают различные программы гарантированного дохода. Поэтому при выборе инвестору следуют внимательно изучить предлагаемые условия и выбрать для себя наиболее перспективный вариант.

Литература:

1. Кострикин П. Н., Буадзе Е. Р. Апартаменты перспектива девелопмента // Недвижимость: экономика, управление. № 2. 2013. С. 131–136.

2. CRE — Портал коммерческой недвижимости Москвы и России [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.cre.ru/analytics/70307> (дата обращения: 28.11.2018).
3. Портал БН.ру — Бюллетень недвижимости Санкт-Петербурга [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://gazeta.bn.ru/articles/2018/11/27/249704.html> (дата обращения 28.11.2018).

Анализ эффективности внедрения ERP-систем в организациях строительной отрасли

Власова Марина Игоревна, студент магистратуры;
Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университет

В данной статье рассмотрены подходы к анализу эффективности внедрения ERP-систем в организациях строительной отрасли. Для принятия решения о применении автоматизированной системы управления в организации в первую очередь необходимо определить измеримые цели и задачи проекта, а также оценить эффективность процесса внедрения.

Ключевые слова: ERP-система, эффективность, KPI, строительство, бизнес-процесс

Существующая в строительной отрасли жесткая ценовая конкуренция и нестабильная макроэкономическая ситуация приводят к тому, что в большинстве организаций невозможно компенсировать последствия избыточных затрат, возникающих при ее неотлаженных бизнес-процессах, за счет повышения стоимости продаваемой продукции. В связи с этим, одной из основных задач менеджмента будет являться снижение внутренних издержек компании с помощью оптимизации бизнес-процессов [3, с.7].

В последнее время в строительстве нашли широкое применение автоматизированные системы управления, такие как ERP-системы. ERP-система (англ. Enterprise Resource Planning, планирование ресурсов предприятия) — это набор интегрированных приложений, позволяющих создать интегрированную информационную среду (ИИС) для автоматизации планирования, учета, контроля и анализа всех основных бизнес-операций предприятия. ERP включает в себя (но не ограничена):

- Управление финансами;
- Управление материальными потоками;
- Управление производством;
- Управление проектами;
- Управление сервисным обслуживанием;
- Управление качеством;
- Управление персоналом.

ERP-система позволяет решить следующие задачи, стоящие перед организацией строительной отрасли:

- Вести учет договоров с генеральными подрядчиками и подрядчиками.
- Автоматически формировать сетевые план-графики поставки на объекты материалов, оборудования, техники, графики производства работ, а также отслеживать их выполнение;
- Учитывать фактическое выполнение работ с заказчиком и подрядчиком и фактическом и финансовом выражении;

- Вести управленческий учет движения денег в разрезе как одной компании, так и холдинга

- Вести взаиморасчеты с заказчиками, подрядчиками, поставщиками.

- Автоматически формировать финансовые планы как одной строительной компании, так и всей группы компаний.

- Планировать выполнение собственных работ и автоматически рассчитывать потребности в ресурсах.

- Формировать сводную карточку объекта, включающую все взаимоотношения с заказчиками и подрядчиками в рамках объекта (по финансам и выполненным работам).

- Вести учет деятельности любого количества предприятий, входящих в группу компаний.

- Получать своевременные напоминания о различных событиях: сроках договоров, их этапов, отдельных видов работ, а также о предстоящих и просроченных платежах.

- Контролировать сроки визирования, хранение и перемещение экземпляров документов между сотрудниками [2, с.142].

Реализация мероприятия по автоматизации системы управления позволит согласовать цели и задачи, стоящие перед компанией с целями и задачами, стоящими перед отдельными подразделениями и топ-менеджерами, четкое понятие функции, ответственность и требования к сотрудникам для построения эффективной системы управления компанией, сформировать целевую бизнес-модель компании для внедрения корпоративной информационной системы.

Для оценки эффективности внедрения ERP-системы используется большое количество методик и подходов, предложенных компаниями-разработчиками ERP-систем: показатели оценки результатов, методы инвестиционного менеджмента и экономического анализа, методика C/SCSC, ресурсный анализ, процессный подход, сбалансированная карта оценок и др. [1, с.57].

Проблема оценки эффективности ERP-систем состоит в том, что точно оценить экономические выгоды от внедрения не всегда представляется возможным, в связи с тем, что положительный результат внедрения виден не сразу и зависит от многих факторов [5]. Помимо этого, не все экономические выгоды можно оценить в количественном выражении. Соответственно, любая оценка экономической эффективности ERP-системы носит условный характер.

Для оценки эффективности внедрения ERP-систем более целесообразным является подход, основанный на четкой постановке измеримых целей перед началом проекта и контроле их достижения по его результатам. Четко поставив цели и сформулировав задачи внедрения информационной системы в начале проекта, организация тем самым сама определяет результаты, которых необходимо достигнуть. Если команда, занимающаяся реализацией проекта внедрения ERP, точно не представляет, какие цели должны быть достигнуты путем внедрения системы, то эти цели и задачи не найдут своего отражения в подходе к организации проекта, в функциональных возможностях и дизайне программы. Повышение внимания к целям проекта гарантирует его успех и дальнейшее эффективное ведение бизнеса [4].

В качестве плановых показателей эффективности внедрения интегрированной системы могут выступать: сокращение срока строительства, увеличение выручки, уменьшение оборотных средств в запасах, снижение себестоимости и т. д.

Распределение таких показателей на «подцели» по уровням управления и функциональным бизнес-процессам, функциональным вертикалям (группам однородных функций на различных уровнях управления организации) позволит лучше представить возможные риски и опреде-

лить точные показатели эффективности для каждого подразделения и сотрудника.

Ключевые показатели результата деятельности (KPI):

KPI — управленческий инструмент контроля за деятельностью функциональных подразделений (вертикалей) компании. KPI позволяют производить контроль деловой активности сотрудников, подразделений и компании в целом. Для термина «key performance indicators (KPI)» зачастую используется русский перевод «ключевые показатели эффективности».

— KPI позволяют контролировать эффективность процессов, подразделений, сотрудников;

— KPI должны быть четко определены для всех участников бизнес-процесса и соответствовать матрице ролей и ответственности;

— ответственность за разработку KPI в рамках своего функционального подразделения (вертикали) несет ее руководитель;

— каждый KPI должен иметь четкий алгоритм расчета значения;

— реестр KPI представляет собой агрегированный перечень всех KPI верхнего уровня;

— реестр KPI является базой для системы мотивации соответствующих подразделений и сотрудников вертикалей.

Построения эффективной организационной модели с множеством функциональных вертикалей необходимо каскадирование целей на все уровни функциональных вертикалей с помощью пирамиды целей функций (KPI), а также определение взаимосвязей функциональных вертикалей с показателями TSR (EBITDA, Долг/EBITDA, IRR портфеля, ценность портфеля компаний, прибыль на акцию). Схема каскадирования целей и определение взаимосвязей функциональных вертикалей с показателями TSR представлена на рисунке 1.

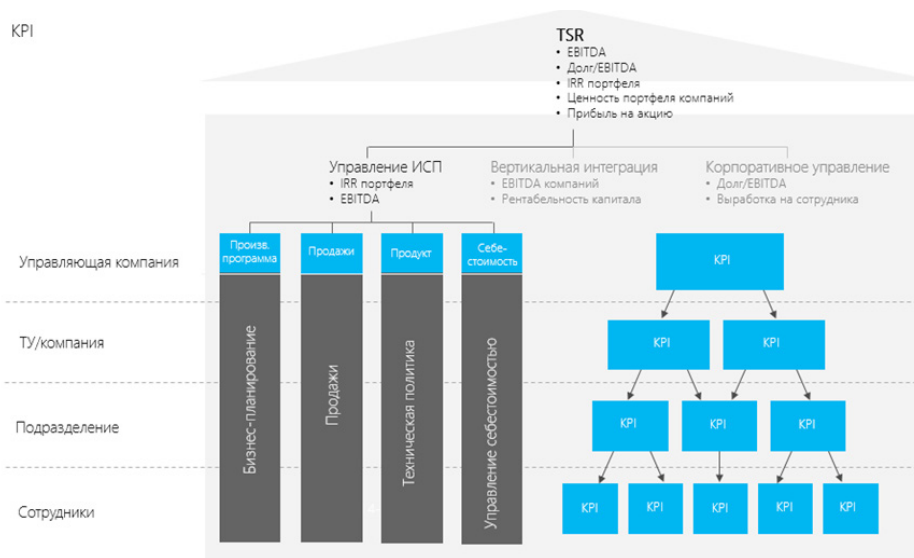


Рис. 1. Схема каскадирования целей организации и определение взаимосвязей функциональных вертикалей с показателями TSR (доработано автором)

Кроме измеряемых показателей отслеживают также качественные эффекты внедрения системы, к которым относят: возрастание инвестиционной привлекательности предприятия, увеличение капитализации за счет внедрения современных информационных технологий, формирование единой информационной среды, повышение организационной дисциплины [4].

Таким образом, несмотря на имеющиеся практические сложности, оценка экономической эффективности внедрения ERP-систем — важный этап, позволяющий выявить

оптимальный уровень затрат предприятия. Полученная в итоге система будет способствовать повышению эффективности управления предприятием [5].

Оценка эффективности дает не только возможность рассчитать бюджет будущего проекта и реально оценить все ресурсы, которые потребуются для его реализации, но и успешно реорганизовать бизнес-процессы организации и усилить контроль за функциональностью системы — определения вовлечения бизнеса и детального описания требуемых функций для решения поставленных целей и задач.

Литература:

1. Бабенчук С. П. Методологии внедрения ERP-систем и управления проектами. Подходы к оценке эффективности внедрения ERP // Открытое образование. 2011. № 6. — С. 51–59.
2. Ларин В. И., Волков Я. А. Функции и внедрение, анализ ошибок ERP-систем в строительстве // Материалы X Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум — 2018». — М.: 2018. — С. 141–150.
3. Савельев, И. В. Модель принятия решения о внедрении ERP-системы на предприятии: дис... канд. экон. наук: 08.00.13 — Математические и инструментальные методы экономики / Мск. гос. ун-т экономики статистики информатики. М.: 2013. 157 с.
4. Целесообразность внедрения ERP: экономическая выгода и прибыль // Корпоративный менеджмент. URL: <https://www.cfin.ru/itm/kis/expedience.shtml> (дата обращения: 3.12.2018).
5. Экономический эффект от внедрения ERP-систем «1С» // 1С: ERP Управление предприятием 2. URL: <https://tab-is.ru/1s-erp-upravlenie-predpriatiem-2-2/jekonomicheskij-jeffekt-ot-vnedrenija-erp-sistem-1s/> (дата обращения: 3.12.2018).

Инновации и тренды в мировом маркетинге

Волжина Дарья Вячеславовна, студент магистратуры;

Домнич Дарья Олеговна, студент магистратуры

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

В предпринимательстве маркетинговые тренды являются неотъемлемой и очень важной частью, поэтому инновации в данной сфере помогут увеличить доход предпринимателей и увеличить число новых технологий.

Ключевые слова: *маркетолог, квантовый маркетинг, цифровая реклама, верхний сектор воронки продаж, эффективный способ рекламы, продвижение продукции, инновация, клиент, тренд.*

Последние несколько лет в мире рекламы царит завидная стабильность, ведь темпы роста на рекламу с 2011 года растут каждый год на 3–4%. Исключением не стал и 2018 год, который подарил нам новые тренды и новшества [1].

В этом году был скачок в развитии новых технологий, реклама в привычном понимании «по телевизору», отошла на второй план. Мы наблюдаем всю большую привлекательность цифровой рекламы, а также заинтересованность клиентов инновациями. В этой статье мы постарались проанализировать основные тренды уходящего года и понять, что готовит нам новый.

В ходе исследования, мы заметили тенденцию бизнеса к концентрации, самые большие затраты на цифровую рекламу приходится исключительно на развитые страны и крупные города. Самые большие digital-платформы оста-

ются в США и Китае, однако, на рынке также уверенно себя чувствуют Япония, Великобритания и Германия [2].

Какие же инновационные инструменты появились в этом году?

Искусственный интеллект в общении с клиентами. По мере развития технологий, крупные компании все чаще начинают использовать чат-ботов. Им не нужен сон и отдых, они всегда готовы прийти на помощь. Несмотря на то, что технология не новая, именно благодаря техническому развитию крупные компании смогли перейти от живых людей к машинам, поскольку раньше бот не мог дать полноценную консультацию по запросу клиента, а практически сразу переводил на горячую линию. Сейчас боты способны отвечать на самые распространяемые клиентские вопросы. Успешно подобную технологию использует AliExpress [2]. Стоит отметить, что появилась тенденция

к росту инвестиций в маркетинговое программное обеспечение, как инноватиков нас это не может не радовать, так как отчетливо видна тенденция к развитию инструментов продвижения.

Набирает обороты и квантовый маркетинг. Инновация 2011–2012 года снова набирает популярность. Его определяют, как совокупность подходов для определения самых эффективных способов продвижения продукта. Многие маркетологи, которые работают в первую очередь с информацией и данными считают, что этот метод способен упростить их работу. Unilever и Kraft уже используют квантовый маркетинг для продвижения своих продуктов [3]

Instagram укрепил свои позиции, как платформа для продвижения продукции. По статистике почти миллион человек использует платформу раз в месяц. В Instagram перешли не только крупные бренды (Zara/Audi/и тд), но и маленькие компании, начиная от местных ТРЦ и закачивая домашними кондитерскими. Кроме того, online-трансляция, стала новым трендом в продвижении продукции. Маркетологи готовы увеличивать трансляции, так как на личном опыте убедились, что это один из самых эффективных способов рекламы [2]. А вот старый добрый Twitter теряет свою аудиторию и становится совсем не привлекательной платформой. Снижение аудитории в 2017 году, не останавливается до сих пор, платформа вместо развития борется за выживание.

Апгрейд технологий b2b. Пару лет назад маркетологи столкнулись с тем, что скорость ответа на сообщение по e-mail начало снижаться (и снижается до сих пор), клиенты фильтруют свою почту и не обращают внимания сообщения. Маркетологи уже начали смешивать между собой различные виды продвижения, чтобы привлечь внимание клиента любым, даже самым необычным способом. Например, облачная платформа «Twilio», позволяет маркетологам отправлять сообщения в дополнение к электронной почте, чтобы в дальнейшем отправить клиента на свою платформу [4].

В 2018 году инновации произошли и у самих маркетологов. Acquisio и Tgarica разработали платформы, благодаря которым целый штат маркетологов можно сократить до пары, а может и одного человека. Автоматизация привела к тому, что маркетологу нужно лишь вбить в программу основные параметры компании, а приложение уже само начнет поиск целевой аудитории и самые эффективные способы рекламы. Программа еще не успела полно-

стью внедриться в бизнес, однако, прогнозы по дальнейшему развитию самые положительные [4].

Оптимизации должны создавать удобство для людей. Так решили маркетологи из Califa Farms и были правы. При продвижении в социальных сетях, компания не использует обилие хэштэгов, а создает оригинальный и актуальный контент, в результате увеличивается охват аудитории. Тенденция отказа от множества хэштегов или сведения их к минимуму сохранится и в 2019 году.

Социальный маркетинг стал самой яркой фишкой года. Почти половина потребителей (40%) убеждена, что бренд должен проявлять социальную активность. Как результат-повышение лояльности у клиентов, помощь окружающим, а также реклама.

Изменение ориентации на клиента. В 2018 году ориентация на «миллениалов» стала немного меньше, все больше крупных покупательских решений принимают люди, рожденные в поколении «Z». Как правило, люди, рожденные в конце 90х и в начале 00 годов, в более чем 80% случаев узнают о новом продукте или услуге через социальные сети, кроме того, они проводят практически час в день (32%) за просмотром видео-контента [2,4]. А в совокупности 47% проводят online 10 часов в день. Маркетологи уже принимают во внимание потребности молодого поколения. Так, в рекламах все чаще можно встретить обычных людей, а не звезд.

Инновации коснулись и верхний сектор воронки продаж, оптимизация данного сектора [4]. Проблема в том, что большинство потенциальных покупателей находятся в верхнем секторе воронки продаж, однако маркетологи относятся к ним, как к представителям нижнего сектора, таким образом, люди не понимают, что им нужен именно этот товар.

Сохранилась и тенденция к продвижению личного бренда, напомним, что именно он стал основным направлением 2017 года, кроме того, большинство пользователей утверждают, что отпишутся от бренда, если его личность является неприятной или раздражает.

2018 год принес нам очень много маркетинговых, а также улучшенные старые тренды, возможно 2019 год внесет свои коррективы в развитие маркетинговых направлений, ведь желания потребителей меняются постоянно, но мы можем ожидать, что маркетинг все больше будет ориентирован на аналитику, голосовой поиск и социальные сети.

Литература:

1. URL: <https://www.sostav.ru/publication/8-globalnykh-trendov-marketinga-v-2018-godu-ot-zenith-30308.html> (дата обращения: 19.11.2018)
2. URL: <https://kontur.ru/articles/5015> (дата обращения: 19.11.2018)
3. URL: <http://ads-profile.com/blog/84/> (дата обращения: 19.11.2018)
4. URL: [4. https://rusability.ru/internet-marketing/11-marketingovyh-trendov-2018-kotorye-zasluzhivayut-vashego-vnimaniya/](https://rusability.ru/internet-marketing/11-marketingovyh-trendov-2018-kotorye-zasluzhivayut-vashego-vnimaniya/) (дата обращения: 19.11.2018)

Формирование фактической стоимости импортных товаров

Гончарова Ольга Анатольевна, студент магистратуры

Ростовский государственный экономический университет «РИНХ» (г. Ростов-на-Дону)

Федеральный закон «Об аудиторской деятельности» от 30.12.2008 № 307-ФЗ определяет цель аудита как выражение мнения о достоверности данных бухгалтерской отчетности. В свой черед аудит импортных операций представляет собой выражение независимого мнения о достоверности учёта импортных операций во всех существенных отношениях, в том числе, об их соответствии нормам действующего законодательства, о надёжности и эффективности средств внутреннего контроля. Учитывая данные цели, можно сформировать задачи аудита импортных операций, их детализацию в зависимости от вида и особенностей проведения сделки. Осуществляя проверку импортных операций, аудиторская компания особое значение уделяет правильности формирования первоначальной стоимости импортных товаров (оборудования), по которой они будут отражаться в учёте. На формирование фактической стоимости оказывают влияние следующие причины:

— дата совершения операции (в пункте 6 ПБУ 3/2006, датой совершения операции по импорту материальных ценностей считается дата признания расходов по их приобретению. Однако в ПБУ 10/99 «Расходы организации» отсутствует четкий критерий для определения конкретной даты признания расходов, которые связаны с приобретением товаров (в пункте 7 ПБУ 10/99, признаются частью расходов по обычным видам деятельности). В Гражданском кодексе РФ, датой принятия товаров к бухгалтерскому учету является дата перехода права собственности на товары от поставщика к покупателю, согласно условиям договора, заключенного между ними. Более того, этой датой может выступать не только дата фактического поступления товаров на склад покупателя или дата отгрузки товара поставщиком, а также любая другая дата, которую участники сделки могут установить и закрепить в контракте);

— порядок включения в фактическую себестоимость импортируемых ТМЦ таможенных пошлин и сборов за таможенное оформление (необходимо учитывать уплаченные сборы и пошлины за каждый отдельный вид ТМЦ. В случае, если эти расходы учитывать в совокупности, то происходит искажение данных бухгалтерского учета, что влечёт за собой формирование недостоверной фактической себестоимости ввозимых ценностей и соответствующих налоговых вычетов);

В договоре импорта товаров может быть предусмотрен порядок перехода права собственности на приобретаемые материальные ценности, который отличается от порядка, предусмотренного Гражданским законодательством РФ (в частности, право собственности переходит к покупателю не в момент отгрузки, а в момент оплаты). В данном случае аудитору необходимо принять во внимание возможность возникновения дополнительных рисков по импорт-

ной операции. Велика вероятность того, что, в случае неуплаты в срок, предусмотренный договором, переданного импортного имущества, продавец может потребовать от покупателя вернуть ранее поставленные импортные ценности. Более того, покупатель не сможет распоряжаться полученным товаром или оборудованием до момента его оплаты.

Зачастую, при проведении аудита импортных операций, возникает ситуация, когда во внешнеэкономическом договоре отсутствуют условия определения момента перехода права собственности по совершаемой сделке, однако при этом есть ссылка на регулирование правилами Инкотермс.

Инкотермс регулирует только оплату транспортных расходов, переход рисков от продавца к покупателю, условия поставок и страхования грузов, но не определяет момент перехода прав собственности на товар. Иначе говоря, если в договоре импорта российская сторона не определила момент перехода прав собственности на иностранный товар или оборудование, то возникнет спорная ситуация, в которой можно признать этим моментом можно назвать выполнение обязательств по поставке импортных ценностей или урегулировать данный вопрос в соответствии с нормами международного частного права.

Для предотвращения разногласий с налоговыми органами в прочтении некоторых статей контракта и искажений порядка отражения операции в бухгалтерском учёте в договоре импорта рекомендуется выделять дату перехода права собственности на материальные ценности и указывать документ, фиксирующий её.

При возникновении подобных ситуаций аудитор должен проверить, что российская компания не отразила полученных на таких условиях товар на счете 41 «Товары» до момента перехода права собственности. НДС, который был уплачен на таможне при ввозе товара, не должен учитываться покупателем, а расходы российской компании по таможенному оформлению импортного имущества должны быть признаны затратами иностранного контрагента.

Более того, до момента оплаты организация не имеет права реализовать товар, так как не является его собственником. В случае если аудитор устанавливает факт продажи товара до перехода права собственности на него, то данная операция может быть расценена как реализация комиссионного товара, которая повлечет уплату НДС и налога на доходы за иностранного контрагента.

Следовательно, в контракте целесообразно определить момент перехода прав собственности на ввозимый товар и допустимые действия с импортными материальными ценностями до наступления этого момента.

Дальнейшим этапом аудиторской проверки импортных операций является определение таможенной стоимо-

сти импортных товаров. Для определения стоимости основополагающим первичным документом является грузовая таможенная декларация. Проверка исчисления таможенной стоимости преследует цель подтверждения следующих моментов:

- выбранный метод расчёта таможенной стоимости объективен и реален;
- таможенные платежи рассчитаны правильно, включены в себестоимость импортной ценности и в полном объёме перечислены таможенным органам.

При проверке полноты и достоверности расчёта таможенных платежей, аудитор необходимо проверить, что базой для исчисления таможенных платежей и пошлин является таможенная стоимость ввезённых товаров. Также аудитор обращает внимание на то, что декларант может их оплачивать до принятия или одновременно с принятием таможенной декларации в рублях или в иностранных валютах, курсы которых котируются ЦБ РФ.

Аудитор должен убедиться в правильности исчисления таможенных платежей, проверив изменение курса валют в течение срока оформления ГТД и своевременного внесения доплат при необходимости.

Импортные материальные ценности, перевозимые через таможенную границу РФ» подлежат обложению таможенной пошлиной в соответствии с Законом РФ «О таможенном тарифе» 21.05.1993 № 5003—1 (ред. от 03.08.2018). Таможенная пошлина должна исчисляться в той же валюте, которая заявлена в ГТД. Таможенные тарифы для исчисления таможенных пошлин утверждены постановлением Правительства РФ вместе с товарной номенклатурой, применяемой при осуществлении внешнеэкономической деятельности.

Важным элементом таможенных платежей, формируемых на основе таможенной стоимости ввозимых товаров, являются таможенные сборы.

Задача аудитора заключается в проверке достоверности расчётов импортера, которые составляют 0,15 % от таможенной стоимости, за исключением частных случаев, предусмотренных законодательством. При этом

0,1 % взимается в валюте РФ» а 0,05 % — в иностранной валюте по курсу ЦБ РФ. Импортер может уплачивать сборы за хранение и сопровождение груза, а также сборы за оформление товаров. Эти сборы должен учитывать аудитор при проведении проверки расчётов. Особое внимание аудитор должен обратить на то, что что сборы уплачивают только в том случае, если таможенным органом было принято решение об организации такого сопровождения. Иначе это приведет к искажению фактической стоимости ввозимого товара.

Важным инструментом государственного регулирования внешнеэкономической деятельности является наложение ряда ограничений на ввозимый товар. Одним из видов ограничений является разделение продукции на подакцизную и безакцизную. У подакцизных товаров акцизы включаются в стоимость импортных ценностей. Стоимость акцизов, как и НДС, взимается одновременно с оплатой резидентом поставок товаров, но не позднее момента таможенного оформления ввезенного товара.

При обложении товара таможенными пошлинами и акцизами, входящих в таможенную стоимость, меняется порядок расчёта НДС. От достоверности определения таможенной стоимости, платежей и акцизов зависит правильность начисления НДС. При проведении аудита импортных операций необходима также проверка отражения таможенной стоимости, акцизов, пошлин и сборов, НДС на арифметические ошибки.

При осуществлении аудиторской проверки может выявиться, что стоимость транспортировки товаров не учитывается в таможенной стоимости. Предприятия — импортеры могут не включать транспортные расходы в цену поставки и составлять для этого отдельный договор с иностранным поставщиком или грузоперевозчиком о поставке товаров. Эти действия позволяют организации снижать таможенную стоимость импортного товара, что повлечет за собой уменьшение таможенных платежей.

В данной ситуации аудитор должен проверить наличие договоров с грузоперевозчиком и обоснованность исчисления таможенной стоимости.

Литература:

1. Федеральный закон «Об аудиторской деятельности» от 30.12.2008 № 307-ФЗ;
2. Закон РФ «О таможенном тарифе» 21.05.1993 № 5003—1 (ред. от 03.08.2018);
3. Положения по бухгалтерскому учёту — URL: <http://www.garant.ru/doc/pbu/> (дата обращения 1.12.2018).
4. Кулинина Г. В. Учёт, анализ и аудит внешнеэкономической деятельности организаций: учебное пособие/ Г. В. Кулинина, Н. Т. Шалашова, С. Д. Юшкова — М.: Бухгалтерский учет, 2005. — 157 с.
5. Кулинина Г. В. Аудит импортных операций: учебное пособие/ Г. В. Кулинина, С. Д. Юшкова — М.: Юнити, 2004. — 131 с.
6. Леонтьева Е. В. Экспорт и импорт услуг.: учеб. для вузов/ Е. В. Леонтьева, Л. С. Барышникова — М.: Информационно-издательский дом «Филинъ», 2008—225 с.
7. Патров В. В. Учёт операций по импорту товаров: учеб. пособие/ В. В. Патров, Н. В. Пчёлкина — М.: Бухгалтерский учёт, 2007. — 167 с.

Экономическое понятие доходов и расходов предприятия

Закурдаева Анна Игоревна, студент магистратуры;
Дьяконова Ольга Семеновна, кандидат экономических наук, доцент
Государственный университет управления (г. Москва)

В статье рассмотрены понятия доходов и расходов в целях бухгалтерского и налогового учета, их различия, а также эволюция этих понятий в высказывания ученых и закрепление их в нормативных актах.

Ключевые слова: *доходы, расходы, бухгалтерский учет, налоговый учет.*

С принятием и вступлением в действие Налогового кодекса РФ учет подразделился на: учет для целей бухгалтерского учета и учет для целей налогообложения. С этого момента доходы и расходы также подразделились на доходы и расходы для целей учета и налогообложения.

Доходы и расходы для целей учета регламентируются соответствующими ПБУ, а именно: ПБУ 9 «Доходы организации», ПБУ 10 «Расходы организации». Для целей налогообложения эти же экономические категории регламентируются Налоговым кодексом РФ.

Под доходами организации понимают доходы от обычных видов деятельности, то есть отраженные в Уставе предприятия, и прочие доходы — это доходы, полученные предприятием от совместной деятельности, от получения штрафов по договорам по хозяйственной деятельности, от положительных курсовых разниц, от реализации ненужного имущества и других действий предприятия, которые не прописаны в Уставе для получения дохода.

Под расходами предприятия понимают в зависимости от позиций в Учетной политике расходы предприятия, необходимые для производства и реализации продукции, оплаченные или неоплаченные им в зависимости от применения методов «по отгрузке» или «по оплате».

Понятие доход было употреблено в трудах К. Маркса, который отмечал, что «прибыль — это «прибавочная стоимость», созданная трудом и присвоенная предпринимателем». К. Маркс также отмечал, что «товарный продукт возмещает стоимость авансированного капитала и выступает в форме доходных поступлений» [3].

Советскими и российскими учеными много внимания было уделено этому понятию. Так, А. Д. Шерemet приводит следующую формулировку термина «доход»: «это приращение экономических выгод в течение отчетного года, происходящее в форме притока или увеличения активов либо уменьшения финансовых обязательств, что выражается в увеличении капитала, не связанного с вкладами участников» [7].

Похожее определение термина «доход» приводит в своих трудах и В. Б. Ивашкевич: «Доходы — это увеличение экономических выгод в результате поступления активов или погашения обязательств в процессе обычной деятельности, приводящее к увеличению капитала собственника этого предприятия, за исключением их вкладов» [2].

В соответствии с ПБУ 9/99 «Доходы организации» они делятся на доходы от обычных видов деятельности, то есть от реализации продукции, товаров и прочие доходы, то есть

от прочей реализации, не прописанной в Уставе предприятия, но имеющую место на практике.

В теории трудовой стоимости К. Маркс определил, что расходы — это совокупность производственных затрат и издержек обращения. В свою очередь в производственные затраты включают заработную плату, издержки на материальные ресурсы и амортизацию, составляющие стоимость продукции. Издержки обращения — это расходы организации на процессы реализации, которые состоят из чистых и дополнительных затрат. Под чистыми затратами понимают торговые расходы, а под дополнительными — затраты на хранение, транспортировку и упаковку товара [3].

П. С. Безруких утверждает, что в бухгалтерском учете необходимо различать затраты и расходы. Затраты представляют собой расходы предприятия в целом, а расходы — это понятие обуславливает затраты на изготовление продукта, реализацию товара или оказание услуги [1].

А. Д. Шерemet считает, что расходы — это уменьшение экономической выгоды, связанных с сокращением активов или повышением обязательств, которые можно измерить в бухгалтерском учёте [7].

Таким образом, под расходами нужно понимать себестоимость производимой продукции или себестоимость реализуемого товара. Понятия «доходы» и «расходы» в действующих нормативных документах в целях учета и налогообложения трактуются практически одинаково. Согласно п. 2 ПБУ 9/99 «Доходы организации» — доходы организации для целей бухгалтерского учета определяются, как увеличение экономических выгод в результате поступления активов (денежных средств, нематериальных активов и иного имущества) и (или) погашения обязательств, приводящее к увеличению капитала этой организации, за исключением вкладов участников (собственников имущества) [5]. Получается, что доходом организации является увеличением ее активов за счет поступления за определенное время денежных средств или иного имущества.

В целях налогового учета (ст. 41 «Принципы определения доходов» НК РФ) доходы определяются, как получение экономической выгоды, которая может выражаться в денежной или натуральной форме, учитываемая в случае возможности ее оценки и в той мере, в которой такую выгоду можно оценить, и определяемая в соответствии со следующими гл. НК РФ: «Налог на доходы физических лиц», «Налог на прибыль (доход) организаций», «Налог на доходы от капитала» [4].

Из этого можно сделать вывод, что для целей бухгалтерского и налогового учета (ПБУ 9/99 и НК РФ соот-

ветственно) доход определяется как экономическая выгода. Разницей является только то, что в НК РФ в отличие от ПБУ 9/99 экономическая выгода не связана с увеличением капитала организации. Это объясняется тем, что объединение между собой получения доходов и прироста капитала влечет необходимость законодательного определения понятия «капитал».

Существуют определенные ситуации получения экономических выгод, которые не относятся к получению дохода. Например, к этим операциям можно отнести поступление в организацию таких денежных и неденежных средств, как залог, задаток, предоплата, взносы в уставной капитал, поступление сумм НДС, кредиты и займы, поступление сумм в пользу комитента или принципала.

С понятием «расход» для целей бухгалтерского и налогового учета ситуация обстоит другим образом, так как присутствуют явные отличия между определениями.

В соответствии с п.2 ПБУ 10/99 «Расходы организации» расходом считается уменьшение экономических выгод, которые происходят в результате выбытия активов (денежных средств, иного имущества) и (или) возникновения обязательств, которые приводят к уменьшению капитала этой организации, за исключением уменьшения вкладов по решению участников (собственников имущества) [6].

Все расходы для целей бухгалтерского учета обязательно должны иметь непосредственное отношение к производству или торговле и отражены в первичной документации, то есть иметь подтверждение. Операции, не имеющие подтверждение являются ничтожными. Кроме того, для целей бухгалтерского учета расходы могут быть списаны в объемах фактических затрат, то есть в себестоимость для целей бухгалтерского учета расходы списываются по фактическим затратам.

Для целей налогового учета лимитируемые расходы в составе себестоимости списываются только в пределах установленных лимитов, а превышение по ним перено-

сится на следующие отчетные периоды. К таким расходам относятся: представительские расходы, расходы на рекламу, суточные в составе командировочных и другие. Они также подтверждаются первичными документами, но учет по ним ведется в налоговых регистрах.

Торговля, являясь отдельной отраслью народного хозяйства, имеет специфичные характерные для нее доходы и расходы, а именно:

1. Доходами в торговле следует признавать разницу между выручкой от реализации товара за минусом НДС расходами организации по приобретению товара для реализации;

2. Расходами в торговле следует признавать расходы организации по процессу реализации, а именно: расходы на содержание штата торговой организации, транспортировку, налоги, страхование, посреднические услуги, таможенные пошлины и издержек, связанных с хранением товаров.

В современных условиях организации торговли должны быть готовы к переходу учета на МСФО. В ПБУ и МСФО все доходы классифицируются на 2 вида: от обычных и прочих видов деятельности фирмы. Регламентация учёта в соответствии с ПБУ и МСФО базируется на единых принципах, что позволяет организациям одновременно вести учёт по требованиям данных положений.

Вывод: изучая понятия «доходы» и «расходы» в бухгалтерском учёте непосредственно в торговых организациях, с нашей точки зрения, доходы в торговой отрасли можно определить как совокупность поступлений, формирующих финансовый результат торговой компании за счёт прибыли от перепродажи готовой продукции, а «расходы» в торговой отрасли — это совокупность затрат на реализацию товаров, которые имеют место как непосредственно в торговой организации, так и расходов на продажу, связанных с доставкой, обработкой и другими расходами по доведению товаров до потребителя.

Литература:

1. Безруких П. С. Бухгалтерский учёт. — 4-е изд., перераб. и доп. — М.: КНОРУС, 2016. — 719 с.
2. Ивашкевич В. Б. Бухгалтерский управленческий учёт. — М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2015. — 448 с.
3. Маркс К. Капитал [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://libking.ru/books/sci-/sci-politics/156557-karl-marks-kapital.html>.
4. Налоговый кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 года № 146-ФЗ [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19671/.
5. Положение по бухгалтерскому учёту «Доходы организации» ПБУ 9/99 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_6208/1f46b0f67e50a18030cbc85dd5e34849b2bf2449/.
6. Положение по бухгалтерскому учёту «Расходы организации» ПБУ 10/99 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12508/0463b359311dddb34a4b799a3a5c57ed0e8098ec/.
7. Шеремет А. Д. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций. — М.: ИНФРА-М, 2008. — 208 с.

Проблема безработицы в современной России

Калининская Юлия Дмитриевна, студент
Санкт-Петербургский государственный экономический университет

Проблема занятости и безработицы — одна из основных в развитии экономики во всем мире. От уровня безработицы зависит многое, например, такие факторы как уровень жизни населения, уровень эмиграции, уровень преступности, наличие квалифицированной рабочей силы.

В каждой стране без исключения существует определенный уровень безработицы, но если он окажется слишком высоким, это может привести к отрицательным последствиям. Поэтому одной из основных задач каждого государства является минимизация уровня безработицы.

Безработица — социально-экономическое явления, при котором часть рабочей силы (экономически активного населения) не занята в производстве товаров и услуг. Она представляет собой макроэкономическую проблему, оказывающую наиболее прямое и сильное воздействие на каждого человека.

192 миллиона 700 человек во всём мире официально считаются безработными по итогам прошлого года. Такую цифру озвучила международная организация труда. По сравнению с 2017 число безработных выросло на два с половиной миллиона человек. Согласно прогнозам, в следующем году ещё около миллиона человек окажется не у дел.

Мировая экономика переживает период такой серьёзной реструктуризации, связанной с появлением новых форм занятости, продолжающимся воздействием так и не за-

канчивающегося экономического кризиса, с отставанием по-прежнему темпов роста ведущих экономических стран мира.

Все эти вещи друг на друга накладываются и поэтому сейчас картина по-прежнему не совсем благоприятна. Хотя существует ряд светлых моментов, в частности связанных с тем, что стабилизируется и начинает снижаться молодежная безработица.

Безработица обладает такими отрицательными последствиями как:

- 1) Утрата и неполное использование экономических возможностей общества;
- 2) При длительной безработице работники теряют навыки к работе;
- 3) Снижает уровень жизни населения;
- 4) Ведет к политической неустойчивости общества;
- 5) Увеличивает психологическое напряжение населения.

Для того чтобы справляться с безработицей должна быть сформирована определенная программа по восстановлению экономики страны с точными действиями [3, с. 129].

В России прогноз позитивный. Согласно документу международной организации труда, безработицы в стране всё меньше. К концу 2018 года число безработных должно уменьшиться на 100000, а в следующем году — ещё на 200000 человек. Эту тенденцию позволяет оценить график динамики уровня безработицы за 2018 год (рисунок 1) [2].



Рис. 1. Динамика уровня безработицы за 2018 г.

Количество безработных в России уменьшилось на 100 тысяч человек с начала этого года — это данные Росстата. Тем не менее проблема трудоустройства больше остальных

продолжает волновать наших граждан. Вот как распределились цифры: 24 % респондентов уверены, что если будут уволены, то с легкостью найдут другое место работы,

34 % россиян не сомневаются, что они надут новое место работы, хоть и придётся приложить некоторые усилия, ещё 28 % — готовы к трудностям, а 12 % опрошенных сомневаются, что смогут устроиться на новую работу, сохранив должность или деньги.

Эксперты составили группу риска и в ней оказались, в первую очередь, сотрудники сферы услуг. Причём, это касается в равной степени так называемых «белых воротничков» и низкооплачиваемых работников.

По уровню занятости Россия входит в число мировых лидеров. Для примера: в Канаде безработица выше 7 %. Ещё больше в Польше, Швеции, Испании. В России же чуть больше 5 %.

К слову, числу вакансий, заявленных компаниями в службу занятости, составляет более полутора миллионов позиций.

Лидерами по снижению безработицы стали Татарстан, Карелия и Башкирия. А вот в Ленинградской области и Чеченской республике ситуация ухудшилась [2].

Александр Сафонов — проректор академии труда и социальных отношений утверждает, что ситуация с безработицей неоднородна в Российской Федерации. Если Москва отличается динамичным развитием рынка труда в силу особенностей нашей экономики, то высокий уро-

вень безработицы, выше 10 %, во многих республиках Северного Кавказа. А в Ингушетии уровень безработицы достигает 30 %

Так, например, в Москве будет меняться система переобучения людей без работы. Ориентир будет, в первую очередь, на востребованность работодателями, а не как сейчас — на вакансии на бирже труда.

Согласно докладу всемирной организации труда, уровень безработицы в России снижается из года в год.

Безработица представляет собой сложное социально-экономическое явление и выступает в качестве постоянного спутника рыночной экономики. Ее невозможно устранить, в лучшем случае она может быть сведена к естественному уровню. Несмотря на существенное снижение числа безработных, ее уровень по-прежнему достаточно велик.

Таким образом, на сегодняшний день, безработица является неотъемлемой частью жизни государства, которая оказывает существенное влияние на социально-экономическую и политическую обстановку в стране. Она остается во внимании и у обычного населения, и у научной общественности.

Данное явление может отрицательно сказаться на общем экономическом положении страны и населения и повлиять на дальнейшее развитие.

Литература:

1. Трудовые ресурсы: занятость и безработица // Федеральная служба государственной статистики. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/wages/labour_force/# (дата обращения: 2.12.2018).
2. Уровень безработицы и дефицита достойного труда в 2018 году останется высоким, считает МОТ // Международная организация труда. URL: https://www.ilo.org/moscow/news/WCMS_616001/lang—ru/index.htm (дата обращения: 2.12.2018).
3. Седов В. В. Макроэкономика: учебное пособие. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2011. — 346 с.

Бенчмаркинг и маркетинг территорий

Кирияк Лилия Васильевна, кандидат экономических наук, доцент
Технический университет Молдовы (г. Кишинев, Молдова)

Райлян Елена Фёдоровна, кандидат экономических наук, доцент
Молдавская экономическая академия (г. Кишинев, Молдова)

The benchmarking represents a possibility to apply the excellence, the innovation and the performance of the localities that are recognized as more developed and, as result to obtain the growth of the competitiveness of the own locality. The benchmarking is the instrument that may help the localities to elaborate a viable strategy of development and attraction of the investments in the territory.

Бенчмаркинг является инструментом, способствующим достижению целей, изложенных в стратегии развития и привлечению инвестиций в городскую и сельскую местность путем выявления конкурентных преимуществ данной территории и определения задач стратегического развития.

Понятие «benchmark», переведенное с английского языка, означает стандарт, точку отсчета. В коммерческой

деятельности бенчмаркинг состоит в поиске и изучении передового опыта организации и осуществлении конкурентной деятельности предприятий, которые, в последствии, рассматриваются как стандарт (эталон), после которого предприятие решает, какие меры необходимо предпринять для достижения данного стандарта, возможно, с минимальными затратами и ресурсами. В специализирован-

ной литературе существует несколько определений термина «бенчмаркинг», среди которых наиболее соответствующим, по нашему мнению, является определение, данное представителями Rank Xerox, «бенчмаркинг — непрерывный процесс измерения продуктов, услуг и деловой практики компании в сравнении с сильнейшими конкурентами и с компаниями, признанными как самые эффективные [1, с. 15]».

Согласно определению American Productivity and Quality Center «бенчмаркинг является процессом непрерывного измерения и сравнения организации с другими лучшими результатами в мире с целью получения информации, которая поможет организации принять меры для повышения её производительности [5, с. 135]». Бенчмаркинг определяется как «инструмент для оказания помощи предприятиям, промышленности и государственным органам с целью повышения их производительности в критически важных процессах, параметрах и областях, которые влияют на конкурентоспособность [1, с. 16]».

К концу 70-х, началу 80-х годов двадцатого века, бенчмаркинг стал востребованным и часто используемым инструментом достижения производительности, по сравнению с конкурентами. Бенчмаркинг это стратегия, направленная на улучшение производительности, повышения эффективности, качества, базирующаяся на принятии изменений. Он основан на количественных показателях и качественном анализе «наилучшей практики». Бенчмаркинг указывает уровень производительности, цель которой нужно достигнуть и способ достижения данной цели. Наличие наилучшей практики может служить моделью для изучения возможности оптимизации своей деятельности и даже превышения производительности модели.

Бенчмаркинг представляет собой набор норм, который ориентирует на наилучшую практику; анализ, который обеспечивает ключевые показатели и помогает улучшить производительность; набор действий, направленных на улучшение своей собственной деятельности и внедрение изменений; концепция непрерывного обучения, которая заставляет вас осознать, что вы отстали от лучших практик и показать вам пути сокращения разрыва, стимулируя процесс совершенствования своей деятельности [2, с. 430].

Подобно руководству предприятия, местная публичная администрация пытается решить проблемы, стоящие перед населенным пунктом на разных стадиях развития. Бенчмаркинг это инструмент, который облегчает развитие жизнеспособной стратегии для развития и привлечения инвестиций в городскую и сельскую местность. Так, отправной точкой могут служить населенные пункты, как в стране, так и за рубежом, которые достигли успеха в различных областях деятельности и сопоставимые по экономическим, природным, демографическим, географическим условиям и т. д. с населенным пунктом, для которого разрабатывается стратегия по повышению инвестиционной привлекательности. Руководство насе-

ленных пунктов набирается опыта из практики успешных административно — территориальных единиц в управлении развитием и достижением непрерывной производительности. Поставленная цель в процессе бенчмаркинга, на уровне городских и сельских населенных пунктов, должна благоприятно влиять на жителей этих населенных пунктов и не использоваться им в ущерб. Это необходимо для выявления лучших достижений других населенных пунктов, их изучение, и затем — совершенствование и применение методов деятельности, с целью эффективной мобилизации имеющихся ресурсов и достижения лучшей производительности в развитии и росте инвестиционной привлекательности собственных населенных пунктов.

Следует отметить, что концепция бенчмаркинга основывается не только на сборе информации для сравнения и выбора наилучшей практики, что считается стандартным, но также и на создании такой поведенческой культуры в рамках местной публичной администрации, бизнес-среды, населения, которые способствовали бы принятию наилучших методов работы. Организация деятельности бенчмаркинга на уровне населенного пункта является процессом, который может быть схематично представлен в виде четырех этапов: планирование, сбор, анализ и адаптация (рисунок 1).

На стадии планирования процесса бенчмаркинга населенного пункта важно правильно определить показатели для оценки степени развития данного населенного пункта. На практике существует несколько возможностей для оценки уровня развития населенных пунктов, среди которых отметим: исследование семейных бюджетов через анкетирование, реализация заказных тематических исследований для организаций или инвесторов, перепись населения и т. д. Помимо преимуществ, полученных после завершения данных исследований, необходимо учитывать такие недостатки, как использование различных категорий показателей и частота реализации. Исследования, организованные с низкой частотой, или лишь единожды, не позволяют использовать данные, полученные на длительный период времени. Полученные данные становятся устаревшими, и расчет различных категорий показателей не допускает их использования в иных целях, чем те, для которых они были созданы.

Из проведенных выше результатов вытекает необходимость описания механизма, с помощью которого можно судить о развитии населенного пункта и то, что является отправной точкой для разработки стратегий их среднесрочного и долгосрочного развития. Бесспорно, что разработка стратегии развития местности должна быть основана на наборе показателей, сосредоточенных в информационных базах данных, которые станут основой для построения системы показателей. Данная система позволит выразить как количественно, так и качественно различные аспекты состояния, структуры, динамики и поведения анализируемых процессов.



Рис. 1. Схема процесса бенчмаркинга на уровне населенного пункта. Источник: адаптировано авторами [1, с. 25]

Желательно разработать набор показателей, которые в совокупности определяют синтетический показатель населенного пункта, включающий компоненты показателей отслеживания условий и измерения прогресса в достижении целей сообщества. Примечательно, что показатели развития населенного пункта включают в себя как те, которые относятся к категории «человеческого развития», так и те, которые относятся к экономике и удобствам для населения. Требования к показателю надлежащего качества являются следующие: Логический характер — должен быть ясным, легко понимаемым; Сопоставимости — можно сравнить с другими аналогичными показателями, как в статике, так и в динамике; Доверие — содержит как можно меньше возможных ошибок; Полнота — должен быть репрезентативным для всей анализируемой территории; Прозрачность — должны быть известны источники информации и методы ее обработки; Соответствующей и достаточной глубины.

Показатели развития населенного пункта являются важным инструментом для количественного знания развития данной территории, незаменимым механизмом для со-

здания базиса для стратегий и политик развития городских и сельских территорий.

Деятельность в области бенчмаркинга населенных пунктов дает возможность применения передового опыта, инноваций, производительности не только для бизнеса, но и для местной публичной администрации. Бенчмаркинг принесет пользу местным органам власти, бизнеса, ответственности и в конечном итоге повысит конкурентоспособность страны.

Применение бенчмаркинга территорий несет ряд преимуществ, а именно: получение исходной информации, необходимой для проведения их тестирования; знание инструментов, которые позволили достичь производительности и их применение в собственном населенном пункте; пути повышения инвестиционной привлекательности населенных пунктов с минимальными усилиями, расходами и экономией ресурсов; выявление недостатков в развитии территории; получение возможности для повышения привлекательности территории; информирование участников рынка о достигнутых успехах, тем самым способствуя продвижению населенного пункта.

Литература:

1. Scurtu, V. Benchmarking: teorie și aplicație. / V. Scurtu, C. Russu, I. Popescu. — București: Economica, 2006. — 219 с.
2. Stanciu, I. Managementul calității totale / I. Stanciu. — București: Cartea universitară, 2003. — 537 с.

3. Бондаренко, В. А. Маркетинг территорий: Аспекты финансовой привлекательности инвестирования в территориальную инфраструктуру. / В. А. Бондаренко // Практический маркетинг. — 2007. — № 3 (121). — С. 38–44.
4. Жердева, О. В. Методы и приемы маркетингового анализа территории. / О. В. Жердева // Маркетинг и маркетинговые исследования. — 2006. — № 2 (62). — С. 110–119.
5. Михайлова, Е. А. Основы бенчмаркинга. / Е. А. Михайлова // Менеджмент в России и за рубежом. — 2001. — № 1. — С. 134–139
6. Панкрухин, А. П. Маркетинг территорий. 2-е изд., дополн. / А. П. Панкрухин. — СПб.: Питер, 2006. — 416 с.

Мотивация персонала в организации в условиях изменений

Климанева Анна Александровна, студент магистратуры;
 Лымарева Ольга Александровна, кандидат экономических наук, доцент
 Кубанский государственный университет (г. Краснодар)

В данной статье рассматривается система общения и мотивирования персонала в условиях изменения. Способность к изменениям является конкурентным преимуществом всех успешных компаний, а сотрудники — ее важной частью. Поэтому важно уделять большое внимание сотрудникам, их развитию и пониманию изменений, проходящих в компании.

Ключевые слова: стратегия развития компании, видение компании, мотивация персонала, организация в условиях изменений, способность к изменениям.

В настоящее время в стремительно развивающемся и меняющемся мире организациям необходимо обладать способностью к быстрому принятию решений, быть гибкими, чтобы отвечать потребностям рынка, быстро реагировать на изменения рыночных условия. Поэтому, важным конкурентным преимуществом является способность предприятия к изменениям. Успешные компании быстро реагируют на изменение предпочтений потребителя, стараются быть гибкими к изменяющимся условиям рынка. Повсеместно внедряются стандарты работы согласно всеобщему управлению качеством, реинжиниринг бизнес-процессов и т. д. При этом стоит отметить, что изменения в компании происходят, когда около 75 % менеджеров компании искренне убеждены в неприемлемости старых методов ведения бизнеса [2, с. 11].

Для успешного прохождения через этап изменений необходимо пройти 8 этапов организационных преобразований:

1. Создание атмосферы безотлагательности действий.
2. Формирование влиятельной команды руководителей.
3. Создание видения
4. Пропаганда нового видения.
5. Создание условия для претворения нового видения в жизнь
6. Планирование и достижение ближайших результатов
7. Закрепление достижений и расширение преобразований.
8. Институционализация новых подходов [1, с. 63].

Важно понимать, что топ-менеджмент, руководящие всем процессами в компании и знающие положение компании на рынке, способны понимать происходящие бизнес процессы как внутри организации, так и за её пределами, в то время как рядовые сотрудники организации не предполагают возможность изменения подходов работы компа-

нии. Но преобразования в компании невозможны без изменений мышления каждого сотрудника. Необходимо, чтобы каждый сотрудник начал мыслить и действовать по-другому. На каждом этапе внедрения изменений необходимо выделять ресурсы для мотивации сотрудников прохождения через изменения и принятия их. Необходимо помнить, что человеческие ресурсы являются определяющими в работе организации, поэтому крайне важно, чтобы сотрудники принимали проходящие в компании изменения, изменяли своё мышление и способы работы.

Рассматривая представленные выше этапы успешного прохождения компании через период изменений важно определить те методы мотивации персонала, которые будут наиболее применимы для каждого этапа преобразований.

Первый этап организационных преобразований обусловлен изучением рыночной ситуации и конкурентных позиций компании. На основе этого проводится анализ реальных и потенциальных кризисов и благоприятных возможностей. Руководство компании принимает решение о проведении преобразований и необходимо, чтобы все сотрудники компании знали о будущих преобразованиях и понимали их важность. Для этого рекомендуется проводить встречи руководства компании с сотрудниками организации. Данные встречи позволяют:

1. Информировать сотрудников о необходимости изменений и дальнейших планах компании.
2. Получить ответ от руководства компании на все возникающие вопросы от сотрудников.
3. Понять реакцию сотрудников на перемены.

По результатам встреч сотрудники получают необходимую информацию и будут понимать, чем вызваны преобразования в компании. Важно создать ощущение «крайней необходимости», что зародит определенные ожидания пре-

образований у сотрудников. Личное общение руководства компании и сотрудников окажет свой мотивационный эффект в том, что сотрудники получают возможность задавать все возникающие вопросы руководству компании, а также почувствуют свою значимость в компании [3, с.35].

На втором этапе необходимо определить состав команды реформаторов. При формировании команды необходимо убедиться в том, что во главе изменения стоит сильная команда, обладающая лидерскими, коммуникативными и аналитическими навыками, имеющая авторитет и доверие сотрудников компании. Для эффективной работы команды по изменениям рекомендуется провести тренинг по сплочению команды и развитию личных навыков. Тем самым, инвестируя в свой персонал компания мотивирует их к развитию и саморазвитию. По средствам этого инструмента происходит удовлетворение высших ступеней потребностей по пирамиде Маслоу [1, с.37].

Третий этап предполагает создание видения компания с целью активизации преобразований и разработка стратегий достижения видения. На данном этапе необходимо уделить внимание подробному доказательству необходимости перемен для персонала организации. Подробная и достоверная информация создаст ощущение необходимости перемен. Необходимо убедить сотрудников, что ничего не менять — еще опаснее, чем рисковать, осуществляя изменения. Для руководителей необходимо четко обозначить, чем будущее должно отличаться от настоящего, и как вы можете сделать его настоящим.

На следующем этапе необходимо донести информацию до каждого сотрудника, понять его реакцию на изменения и начать формирование новых моделей поведения на основе команды реформаторов. На этом этапе происходит подрыв базовых потребностей человека — потребности в безопасности, вызванной стабильностью рутинной работы. Поэтому, на этом этапе важна роль линейных руководителей. Именно они способны донести подробную информацию до сотрудников, понять их опасения и возражения и начать работать с ними. Необходимо сделать так, чтобы как можно больше людей понимали и принимали новое видение и стратегию развития компании. Помимо работы с персоналом необходимо чтобы менеджмент организации принимал изменения в компании и давал правильную модель поведения для сотрудников. Наблюдая за изменением поведения руководителей предприятия, сотрудники будут вдохновляться их примером и начнут реализовывать новое видение компании в соответствии со стратегией развития компании.

Пятый этап преобразований предполагает развитие нового поведения в компании, устранение препятствий, блокирующих нововведения, корректировку систем и структур, противоречащих новому видению. Одним из инструментов работы по устранению препятствий нововведениям в создании сотрудников является проведение командных встреч, на которых руководители и члены команды высказывают свои опасения и ожидания, делятся с членами команды ре-

зультатами работы согласно новому видению, даже самыми незначительными. Это даст сотрудникам понимание того, что они не одни сталкиваются со сложностями в период перемен и даст ощущение заботы и безопасности от того, что компания уделяет внимание своим сотрудникам и дает возможность высказать свое мнение, свои опасения и ожидания на пути изменений.

Важно понимать, что на данном этапе происходит сегментация сотрудников персонала по лояльности к переменам. Основная масса сотрудников противится изменениям или не понимают их необходимость и важность. Страх изменений и потеря ощущения стабильности порождают сомнения, сотрудники ищут внутренние и внешние ограничения, сохраняющие прежний порядок дел. Необходимо призвать сотрудников поменять своё поведение. Затем, с ростом результативности, придут воодушевление, и вера в необходимость перемен.

Шестой этап предполагает планирование мер повышения результативности деятельности компании, осуществление данных мер, поощрение и вознаграждение сотрудников, участвующих в преобразованиях. Необходимо рассказывать о первых результатах всем сотрудникам компании, они должны видеть, что изменения, которые претерпела их работа и сознание, не прошли даром. Результаты способны вдохновить и замотивировать сотрудников продолжить внедрять изменения, менять сознание и вновь создадут ощущение стабильности и уверенности. Определяющим действием на данном этапе является пересмотр системы вознаграждения сотрудников в соответствии с новой стратегией развития компании. При изменении системы стимулирования персонала сотрудники будут понимать, какая модель поведения является определяющей в организации, они будут иметь практический пример реализации новых моделей поведения в компании, который поможет им лучше принимать новую корпоративную культуру компании и будет служить мотивом к изменениям [3, с.98].

Лучшее понимание сотрудниками новой стратегии развития компании, принятие корпоративной культуры и действие согласно новой миссии компании позволит организации легко пройти через последние этапы преобразований. В ходе данных этапов необходимо провести корректировку существующих процессов в соответствии с новой стратегией развития компании, уделять внимание сотрудникам, поддерживающих новое видение компании и применяющих новую модель поведения в компании, осуществлять их продвижение по службе и развитие. Важно уделять внимание сотрудникам, пропагандирующим новое видение компании, выделять ресурсы для развития сотрудников. Четкая формулировка взаимосвязей между новым стилем работы и финансовым успехом компании даст четкое понимание того, что все изменения были не напрасны. Признание заслуг работников, успешно проходящих через период изменения, будет мотивом для них и для их коллег к дальнейшему развитию и принятию изменений.

При внедрении новых процессов в компании, переосмотре существующих устойчивых процессов и процедур работы необходимо дать сотрудникам понимание того, насколько важны и крайне необходимы изменения в компании, дать им всю необходимую информацию о принятии решения проходить путь изменения вместе с компанией или покинуть ее. Важно заботиться о всех сотрудниках, по-

казывать их значимость для компании, уделять внимание переживаниям сотрудников, рушить стереотипы и опровергать все страхи. Необходимо показывать практическое применение новой модели поведения в компании, давать реальные примеры действия в новых условиях и поощрять всех, кто принимает и активно помогает компании проходить через период изменений.

Литература:

1. Управление изменениями / Пер. с англ. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. — 227 с. — (Серия «Классика Harvard Business Review»). — ISBN 978–5–9614–0535–4.
2. Коттер Дж. Наш айсберг тает, или Как добиться результата в условиях изменений / Дж.коттер; [пер. с англ. М. Поповой, А. Кушниренко]. — М.: Эксмо.2008. — 128с. ISBN 0–97093–370–3.
3. Озерникова Т.Г. Системы мотивации и стимулирования трудовой деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие / Т.Г. Озерникова. — Иркутск: Изд-во БГУ, 2016. — 183с. — Режим доступа: <http://lib-catalog.isea.ru>
4. Дедкова И. Ф., Лымарева О. А. Коучинг в системе управления персоналом. — Краснодар, 2017.
5. Слепцова Е. В., Туманова М. Ю. Формирование стратегии развития персонала в системе государственной службы // Экономика устойчивого развития. 2018. № 1 (33). С.207–212.

Меры по улучшению технического состояния домов в Санкт-Петербурге

Ковальчук Яна Сергеевна, студент магистратуры
 Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университет

Ключевые слова: капитальный ремонт, Санкт-Петербург, техническое состояние, аварийный жилищный фонд, общее имущество, Жилищный комитет.

Санкт-Петербург — это город с уникальными в своем роде домами, которые сочетают в себе разнообразные архитектурные стили: классицизма, барокко, неоклассики, модерна. Более 80 % зданий находится под защитой государства. Содержание и поддержание таких домов требуют колоссальных денежных затрат, которые формируются за счет бюджета, а также за счет собственников, для сохранения облика здания и внутреннего убранства.

Современная проблема жилищного фонда Санкт-Петербурга, а также и других регионов России — это высокая

степень физического износа здания и как следствие необходимость в разработке механизмов улучшения его технического состояния.

Из статистических данных доля ветхого и аварийного жилищного фонда (физический износ составляет от 30–60 %) в различных регионах России неодинакова. Северо-Западный регион находится на 4 месте, уступая Дальневосточному, Южному, Сибирскому регионам.

Согласно статистическим данным процент, где физический износ составляет более 60 %, в Адмиралтейском районе города Санкт-Петербург составляет более 60 %.

Таблица 1. Площадь ветхого и аварийного жилищного фонда по районам (согласно статистике Петростата)

Ветхий и аварийный жилищный фонд		в том числе		Доля ветхого и аварийного жилищного фонда в общей площади жилищного фонда района, %
		ветхий	аварийный	
Санкт-Петербург	472,0	172,8	299,2	0,4
Адмиралтейский	77,6	10,9	66,7	1,9
Василеостровский	22,9	16,1	6,8	0,4
Выборгский	51,9	24,2	27,7	0,4
Калининский	40,8	—	40,8	0,4
Кировский	25,0	1,5	23,5	0,3
Колпинский	10,5	7,0	3,5	0,3

Ветхий и аварийный жилищный фонд		в том числе		Доля ветхого и аварийного жилищного фонда в общей площади жилищного фонда района, %
		ветхий	аварийный	
Красногвардейский	11,2	5,0	6,2	0,2
Красносельский	25,5	14,9	10,6	0,3
Кронштадтский	32,6	21,2	11,4	3,7
Курортный	44,9	8,0	36,9	2,2
Московский	0,4	—	0,4	0,0
Невский	8,1	1,0	7,1	0,1
Петроградский	23,4	—	23,4	0,6
Петродворцовый	25,1	5,7	19,4	0,9
Приморский	30,7	24,0	6,7	0,2
Пушкинский	27,2	27,0	0,2	0,6
Фрунзенский	4,5	0,3	4,2	0,1
Центральный	9,7	6,0	3,7	0,2

Возникла острая необходимость в реформировании жилищной системы. Стратегической целью государственной жилищной политики в России является создание рынка доступного и комфортного жилья, удовлетворяющего жилищные потребности основной части собственников, а также создание механизмов участия государства в поддержке развития и функционирования этого рынка в целом. С экономической точки зрения жилье можно рассматривать как благо, для удовлетворения человеческих потребностей. Т. е. оно должно быть благоприятным для проживания. Для этого нужно правильно, качественно поддерживать техническое состояние дома.

Каждое здание имеет технико-экономический паспорт, в котором отражены такие параметры как:

- информация о параметрах доме (год постройки, год реконструкции (если была) и т. д.)
- состояние инженерных сетей
- техническое состояние дома (данные о конструктивных элементах и т. д.)

Полная инвентаризация объектов жилищного фонда Санкт-Петербурга проводилась институтом «ЛенжилНИИпроект» в 1969–1980 годах.

Впоследствии сведения о техническом состоянии домов не обновлялись, а в ходе реформирования городского жилищно-коммунального хозяйства часть технической документации вовсе была утрачена, что повлекло за собой отсутствие достоверной информации о техническом состоянии домов.

Необходимо было возобновить деятельность по сплошному обследованию домов и документальному отражению всех параметров домов и их технического состояния.

На основании ведомости оценки технического состояния даны рекомендации на проведение текущего и капитального ремонта дома. За текущий ремонт отвечают управляющие организации, ТСЖ, а также иные формы управления жилищным фондом, предусмотренные Жилищным кодексом.

Один из мер по контролю состояния дома в 2007 году Жилищным комитетом была разработана автоматизиро-

ванная информационная система «Паспортизация объектов жилищного фонда» (АИСУЖФ).

Внедрение АИСУЖФ и оборудование рабочих мест в Жилищном комитете, в администрациях районов, в государственных казенных учреждениях «Жилищное агентство» (ГКУ ЖА), объединенных в единую сеть, позволяет проводить актуализацию информации и обмен ею в процессе деятельности по управлению МКД.

Необходимо отметить, что сегодня программа позволяет:

- получать информацию о фактическом техническом состоянии многоквартирного дома в текущий момент времени и необходимых к выполнению видах и объемах работ по текущему или капитальному ремонту;
- наиболее точно и, самое главное, абсолютно объективно выстраивать адресные программы капитального ремонта жилищного фонда по приоритетности, проведя ранжирование всего фонда по степени износа;
- в любой момент времени оценить потребность в ремонте, как отдельного конструктивного элемента, так и дома в целом, в том числе определить необходимые финансовые затраты. [3]

На основе данной программы была сформирована Региональная программа капитального ремонта общего имущества в многоквартирных домах Санкт-Петербурга.

В 2014 году была образована некоммерческая организация «Фонд — региональный оператор капитального ремонта общего имущества в многоквартирных домах» (далее — Фонд), действующая на основании и закона Санкт-Петербурга № 690–120 от 04.12.2013 и жилищного кодекса Российской Федерации и осуществляющая функции, предусмотренные Жилищным кодексом РФ, Законом Санкт-Петербурга и уставом регионального оператора.

Основная цель Фонда — осуществление деятельности, направленной на обеспечение качественного и своевремен-

ного проведения капитального ремонта общего имущества многоквартирного дома.

Основные функции:

1. Аккумуляция взносов на капитальный ремонт, уплачиваемые собственниками в многоквартирных домах, в отношении которых фонды капитального ремонта формируются на счете, счетах Фонда;

2. Открытие на свое имя специальных счетов и совершение операций по этим счетам в случае, если собственники помещений в многоквартирном доме выбрали Фонд в качестве владельца специального счета;

3. Осуществление функции технического заказа услуг и (или) работ по капитальному ремонту;

4. Финансирование расходов на капитальный ремонт, с привлечением при необходимости средств, полученных из иных источников, в том числе из бюджета Санкт-Петербурга;

5. Взаимодействие с органами государственной власти Санкт-Петербурга и органами местного самоуправления в целях обеспечения своевременного проведения капитального ремонта;

6. Взаимодействие с юридическими и физическими лицами в целях реализации функций Фонда;

7. Реализация программы модернизации жилищно-коммунального хозяйства Санкт-Петербурга;

8. Предоставление гарантий (поручительств) при кредитовании кредитными организациями проектов по капитальному ремонту;

9. Субсидирование части процентной ставки по кредитам (займам), полученным на проведение капитального ремонта;

10. Оказание консультационной, информационно-методической помощи по вопросам организации и проведения капитального ремонта, а также реализации иных программ в сфере модернизации жилищно-коммунального хозяйства. [2]

Согласно отчетам за 5 лет существования Фонда, капитальный ремонт был выполнен почти в 7000 многоквартирных домах и по более чем 9800 видам работ.

Таким образом, мы наблюдаем тенденцию проведения эффективных мер по улучшению технического состояния жилого фонда города Санкт-Петербург.

Литература:

1. С. И. Круглик, Ю. П. Панибратов, В. Ф. Корчуков. Совершенствование системы управления жилищной сферой городов России. — СПб.: 2008. — 78 с.
2. <http://fkr-spb.ru/>. URL: (дата обращения: 7.12.2018).
3. <https://gorod.gov.spb.ru/>. URL: (дата обращения: 7.12.2018).

Проблемы межфункционального и межорганизационного взаимодействия в цепях поставок автомобилей

Кошпаева Марина Руслановна, студент

Поволжский государственный технологический университет (г. Йошкар-Ола)

В статье проанализированы проблемы межфункционального и межорганизационного взаимодействия. Для того чтобы решить данную проблему, необходимо проанализировать и оценить финансовый ущерб.

Ключевые слова: логистика, логистическая деятельность, межфункциональная и межорганизационная координация.

Problems of inter-function and inter-organization interaction in automobile supply circuits

Koshpaeva M. R., master

Povolzhsky State Technological University, Yoshkar-Ola

The problems of interfunctional and interorganizational interaction are analyzed in the article. In order to solve this problem, it is necessary to analyze and assess the financial damage.

Key words: logistics, logistics, interfunctional and interorganizational coordination.

Описание недостатков межфункционального и межорганизационного взаимодействия.

Таблица 1. Уровень взаимодействия

Уровень взаимодействия	Объект конфликта / недостаток взаимодействия	Участники
Межфункциональный	Длительность цикла выполнения заказа	Отдел логистики Отделы планирования Отделы продаж
Межфункциональный	Уровень логистического сервиса	Отдел логистики Отделы продаж Отделы маркетинга
Межфункциональный	Задержка поставок на рекламные мероприятия	Отдел логистики Отделы маркетинга Управляющий парком компании
Межфункциональный	Задержки в оплате счетов логистическим посредникам	Отдел логистики Финансовый отдел
Межорганизационный	Недозагруженность паромов автомобилями в некоторых ситуациях	Отдел логистики
Межорганизационный	Невозможность вывезти небольшое количество автомобилей в дальние города при определенных условиях	Отдел логистики Перевозчики

По мнению Е. А. Дынина: «Одной из проблем межфункционального взаимодействия является длительность цикла выполнения заказа. Учитывая тот факт, что автомобили относятся к сегменту премиум класса, люди редко приезжают и покупают уже готовый автомобиль. Таким образом, чтобы сократить время от поступления заказа до его выдачи клиенту необходимо снижать непосредственно время доставки автомобилей. К сроку производства обычно добавляется еще около месяца на доставку. Это проблема, конечно, особенно затрагивает отделы продаж и планирования. Выполнение планов зависит не только от способности дилерского центра продать автомобиль, но и от присутствия автомобиля в месте продажи. Маркетинг и продажи через дилерские центры обещают клиентам доставку автомобиля в течение двух месяцев, а потом срок доставки просто медленно откладывается. Однако отделы продаж и планирования могут требовать срочной доставки автомобиля, а доставить автомобиль быстрее может быть невозможно из-за различных обстоятельств, в том числе отсутствия документов, неисправного автомобиля, определенной частоты отправок паромов из Великобритании. В данном случае причинами является установленный порядок доставки, то есть схема доставки автомобилей» [3].

В качестве другого важного вопроса выступает проблема уровня логистического сервиса, на который оказывают влияние факторы своевременности доставки и ответственности необходимой комплектации прибывшего продукта заказанному, а также правильность оформления документации и надлежащее хранение груза в пути. Помимо того, что подход к выполнению задачи и мнение у подразделений по продажам и логистических подразделений крайне расходятся, существует еще одна важная проблема, которая заключается в том, что эти показатели никак не отслеживаются. Поэтому, отсутствие необходимого комплекса оце-

ночных критериев деятельности в сфере логистики плохо влияет на взаимодействие между функционалом.

Подразделения по маркетингу, как правило, требуют поставок автомобилей на различные мероприятия. Хотя все мероприятия обычно планируются заранее, тем не менее, партия автомобилей, а также их индивидуальные характеристики будут определены ближе к дате проведения. По этой причине, подразделения по логистике, обычно, в самый последний момент узнают о необходимости внесения тех или иных корректировок. Поэтому, в этих случаях, а наиболее часто в зимнее время, происходят различного рода задержки. Такого рода проблемы имеют прямую связь с ограниченностью ресурсов. Организация располагает ограниченным числом автомобилей, которые используются не только на мероприятиях, но и на тест-драйвах важными клиентами и журналистами. Поскольку последнее входит в сферу влияния отделов продаж, в которых разные люди отвечают за взаимодействие с клиентами и журналистами, то за автомобили начинается некоторая борьба, и как следствие, возникает необходимость переноса и изменения сроков доставки [4].

Одним из важных факторов также являются темпы роста затрат в логистике, которые могут вызвать вопросы у подразделения по финансам, распределяющим бюджет. В организации данный комплекс работает таким образом: выделяется определенное количество средств, а затем резервируется под некоторыми определенными номерами, для того чтобы оплатить счета. Если на оплату необходимых счетов не хватает средств, то возникает необходимость создания нового отдела по развитию, либо оплаты счетов с уже существующего. Данные процедуры требуют проведения специальных мероприятий по согласованию с отделом по финансам, либо по подготовке заявки на формирование нового отдела развития. Последняя процедура может длиться сроком вплоть до одной рабочей недели.

Поэтому, процедура по оплате счетов может быть отложена на несколько дней. Данный факт может вызвать недовольство среди небольших контрагентов, а также начисление пени от крупных контрагентов [2].

Работа с перевозчиком также иногда может стать источником проблем. Как правило, в специальном приложении при договоре заранее установлены все стандартные ставки по ключевым направлениям организации. Бесспорно, при подписании договора, компания, отвечающая за перевозки, может предполагать, что автовоз будет полностью загружен. В том случае, когда в дальние пункты назначения, где уровень продаж достаточно низок, приходит две-три машины, перевозчик может не забирать их и ждать, когда найдется какой-либо конкурент организации, который также имеет желание доставить партию своих автомобилей в данный населенный пункт. Если данная модель автомобиля не в приоритете, то несколько дней простоя могут оказаться вполне приемлемыми, однако, если упустить контроль над ситуа-

цией, то продукт может простоять на складе достаточно длительный срок. В том случае, когда модель автомобиля приоритетна, организация может добиться повышения ставки по определенному направлению и на конкретную модель. Может быть, при рассмотрении внесения длительного времени на выполнение тех или иных заказов в комплекс критериев деятельности по логистике, больше внимания будет уделено процессам по отслеживанию таких автомобилей.

В. Лихачев писал: «Уровень логистического сервиса — это объект конфликта между отделами логистики и маркетинга. Низкий уровень логистического сервиса является следствием повреждений, длительного цикла выполнения заказа и проблемами с документацией» [5]. В целях решения данных проблем есть необходимость улучшения процессов по доставке автомобилей и межорганизационному взаимодействию. Поэтому, для отсутствия конфликтов между организациями, также есть необходимость по модификации процесса доставки [1].

Таблица 2. Причины возникновения межфункциональных и межорганизационных конфликтов

Объект конфликта / недостаток взаимодействия	Причина
Время исполнения заявки	Невыгодный бизнес-процесс при выполнении заявки
Качество сервиса по логистике	Не лучший бизнес-процесс по доставке Дефицит структуры по показателям в деятельности логистики
Превышающее время ожидания прибытия поставки на мероприятия по рекламе	Дефицит общего проекта
Приоритет в пользу Ленд Ровер при поставках из Великобритании	Недочеты в структуре организации
Заминка оплаты счетов посредникам по логистике	Нехватка ресурсов при совместном планировании
Недозаполненность перевоза автомобилей по определенным случаям	Нехватка общей системы информации
Невозможность вывезти небольшое количество автомобилей в дальние города при определенных условиях	Отсутствие системы показателей логистической деятельности

Чтобы избавиться от межфункциональных столкновений логистики и маркетинга нужно усовершенствовать общий механизм планировки мероприятий по маркетингу между отделами логистики и маркетинга. Прежде всего, следует откорректировать организационную форму, чтобы избежать дальнейшего приоритета в пользу автомашин при транспортировке. Более того, следует избегать различного рода разногласий с потребителями и отделом финансов по поводу оплаты счетов необходимо детальнее подхо-

дить к составлению затрат логистики и уже в течение года самостоятельно вносить некоторые правки с учетом изменений планов производства.

Тем временем, осуществляя все представленные мероприятия, удастся повысить качество сервиса логистики и поднять выручку. Для этого необходимо сопоставить цели организации с местными целями локального отдела логистики и личными целями работников при помощи создания различных систем мотивации.

Литература:

1. Федеральный закон от 30 декабря 2005 года № 225-ФЗ «О соглашениях о разделе продукции» // СЗ РФ. 2006. № 1. Ст. 18. (с посл. изм. и доп.)
2. Об утверждении Программы повышения эффективности управления общественными (государственными и муниципальными) финансами на период до 2018 года: Распоряжение Правительства РФ от 30.12.2013 N 2593-р // Собрание законодательства РФ. — 2014. — № 2. — Ст. 219.
3. Дынин, Е. А. Риски бизнеса в частно-государственном партнерстве // Общество и экономика. — 2007. — № 5–6. — С. 111.

4. Инвестиционный фонд Российской Федерации [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.minregion.ru/WorkItems/> дата обращения 03.09.2018.
5. Лихачев В., Азанов М. Практический анализ современных механизмов государственно-частного партнерства в зарубежных странах [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://council.gov.ru/media/files/41d44f243d8be7603d1f.pdf> дата обращения 03.09.2018.

Анализ логистической деятельности дилерского центра

Кошпаева Марина Руслановна, студент

Поволжский государственный технологический университет (г. Йошкар-Ола)

В статье проанализированы проблемы задержки в доставке транспортной логистики, поскольку компания осуществляет только координационную деятельность, то первоначально необходимо усовершенствование межфункциональной и межорганизационной координации.

Ключевые слова: логистика, логистические услуги, межфункциональная и межорганизационная координация.

Analysis of logistic activity of the dealer center

Koshpaeva M. R., master

Povolzhsky State Technological University, Yoshkar-Ola

The article analyzes the problems of delays in the delivery of transport logistics, since the company carries out only coordination activities, it is first of all necessary to improve cross-functional and interorganizational coordination.

Key words: logistics, logistics services, interfunctional and interorganizational coordination.

Основной вектор деятельности компании — оптовая продажа автомобилей на территории Российской Федерации, и поэтому, бесспорно, появляется необходимость прибегать к услугам логистов. На предприятии сформирована логистическая группа, задача которой может быть описана следующим высказыванием Дрыниной Е. А.: «Обеспечить оптимальную, креативную и эффективную цепь, которая будет не только удовлетворять, но и превышать ожидания бизнеса» [3]. Таким образом, можно сказать, что основной целью отдела является своевременная доставка, минимизация потерь при ней, а также поиск различных способов по уменьшению стоимости данного процесса и улучшение его качества. В организации присутствует стратегия по логическому аутсорсингу. Это значит, что координационная деятельность осуществляется только в логистическом отделе.

Структура по управлению логистикой в организационном плане состоит из: менеджер отдела, координатор отдела, три специалиста по логистике и ассистент. В обязанности координатора входит примерно тоже самое что и в обязанности специалиста, с тем отличием, что степень ответственности координатора меньше. Все сотрудники логистического отдела находятся под руководством директора по продажам, несмотря на то, что отдел занят перевозкой двух брендов автомобилей. Обработка запчастей происходит в отделе комплектующих и покупных, так же

как и их логистика, которая не может пересекаться с логистикой готовой продукции в виде целого автомобиля.

Система организации в логистическом отделе построена по тому же принципу, что система компании, то есть линейно-функциональному. Данный вид системы организации позволяет снизить ту вероятность, что некоторые логистические функции будут продублированы другими отделами предприятия. Также эта структура усиливает степень координации внутри каких-либо функций в логистике и может способствовать разделу полномочий и обязанностей. Тем не менее, в такой структуре может быть затруднен процесс межфункциональной координации.

Одной из самых эффективных информационных систем, которые поддерживают деятельность в сфере логистики является 1С: DiLogic. Данная подпрограмма 1С может помочь в отслеживании перемещения автомобилей, а также состояния необходимых на них документов. Непосредственно в работе с документацией, логисту может помочь модуль 1С: Accounting, в котором находятся и обрабатываются документы, связанные с таможенным контролем. Вся логистическая деятельность, как правило, находится на аутсорсинге, за координацию и организацию тех или иных процессов на предприятии несет ответственность отдел логистики. Тем не менее, организациями также часто используются и некоторые узкопрофильные программы, которые часто отвечают только за одну кон-

кретную функцию. К примеру, одна из программ дает возможность отследить перемещение грузовых барж с автомобилями данного предприятия, а также характеристики данных автомобилей (комплектация, VIN-номер, объем и мощность двигателя и так далее), другая программа предназначена для работы в отделе продаж, где должны быть возможности четкого отслеживания именно опций машин. Существуют также различные программы, которые связаны с работой с паспортом на транспортное средство (данный документ всегда сопровождает автомобиль), но обычно данные в таких программах всегда коррелируются с данными в 1С, и если представители организации, которая является контрагентом, при условии что они курируют эту программу, не забыли отметить статус соот-

ветствующей документации, то программы между собой будут считаться согласованными.

В итоге, все данные о продукции должны храниться в пакете из четырех программ, из которых три друг с другом никак не соотносятся. Как следствие, становится понятно, что такого рода поддержка недостаточна для необходимого уровня работы организации, так все процессы, включая контроль за характеристиками, документооборот, очередность выполнения той или иной операции, должны быть осуществлены на протяжении всего бизнес-проекта. Кроме того, вся необходимая информация должна обладать доступностью и оперативностью для всех подразделений. Решить описанные выше вопросы может интеграция единой информационной системы, что отражено в таблице 1.

Таблица 1. Статусы заказа в информационной системе компании

Статус заказа на английском языке	Статус заказа на русском языке
Order confirmed	Заказ подтвержден
Order being built	Заказ в обработке
Accepted by sales	Подтвержден отделом продаж
UKfactoryout	Вышел с завода
Customsin	Поступил на таможенную
Customsout	Вышел с таможни
Stockin	Поступил на хранение
Stockout	Вышел с хранения
Arrivedatdealer	Поступил к дилеру
Dealerout	Вышел от дилера
Customerhandover	Передан покупателю

Система показателей логистической деятельности в компании отсутствует, а мотивация персонала строится по принципу МВО (management by objectives) — управления по целям. Такие цели устанавливаются в начале финансового года и корректируются в середине, а к концу финансового года происходит самооценка и оценка руководством. На основе результатов оценки может быть повышена заработная плата или выданы премии. При проведении анализа деятельности отдела логистики учитываются показатели длительности логистического цикла в днях, однако логистический цикл при этом разбивается на определенные периоды. В информационной системе компании каждый автомобиль проходит одинаковый путь, который отражается в виде статусов [2]. Логистика отслеживает изменение длительности каждого этапа своей зоны ответственности, начиная со статуса UK Factory out. Однако

установленных нормативов нет, показатель отслеживается в динамике и сравнивается с предыдущим значением. Кроме того, в отделе логистики принято отслеживать процент повреждений, однако норматив, также, не установлен. Влияние этих КРІ на финансовые показатели компании не установлено, мотивация сотрудников на них не завязана.

Одной из важнейших частей по анализу деятельности логистики в организации также является и изучение тех или иных проектов. Интерес будут вызывать те, в которых непосредственно участвует подразделение по логистике. Поэтому, мы можем принять к рассмотрению проекты по проведению рекламных мероприятий и исполнению заказа клиента. Все эти процессы, отраженные в таблице 2, подразумевают участие логистического подразделения, а также являются межфункциональными.

Таблица 2. Бизнес-процесс по проведению рекламного мероприятия

№	Наименование этапа	Ответственный
1	Планирование рекламного мероприятия	Отдел маркетинга
2	Организация рекламного мероприятия	Отдел маркетинга Управляющий парком компании Отдел логистики
3	Контроль за проведением рекламного мероприятия	Отдел маркетинга

Бизнес-процесс проведения рекламного мероприятия укрупнено можно разделить на три части: планирование, организация, контроль за проведением. Однако, несмотря на участие в организации управляющего парком компании и отдела логистики, планирует мероприятия только отдел маркетинга. Это отрицательно сказывается на самом мероприятии и вызывает межфункциональные конфликты. Раннее вовлечение отдела логистики и управляющего парком компании в процесс проведения рекламного мероприятия позволит снизить количество межфункциональных конфликтов и обеспечит выполнение отделами необходимых действий в срок. Для проведения маркетинговых акций и рекламных тест-драйвов используются автомобили из пресс-парка компании. В случае проведения маркетингового мероприятия доставкой автомобилей на него и обратно также занимается отдел логистики. Для таких случаев кроме автобусов могут использоваться эвакуаторы [3].

Любые процессы по выполнению того или иного заказа начинаются с того, что дилер выкладывает заказ в специальной системе, из которой затем он попадает в систему ИС. Далее, когда заказ считается подтвержденным, через российский отдел продаж, ему присваивается свой VIN-номер на заводе, после этого заказ ставится в очередь и отправляется на производство. Когда автомобиль уже собран, российское логистическое подразделение проводит проверку корректности инвойса. Поставщики, в свою очередь, отправляют партию автомобилей в международный порт и далее перемещение уже не отслеживают. Все следующие процессы, связанные с доставкой, будут нахо-

диться под контролем логистических подразделений. После того, как автомобили поступают в порт, логист должен проверить всю необходимую документацию на корректность и сформировать партию для отгрузки. Пока осуществляется процесс таможенной очистки, специалисты по логистике отправляют заявку перевозчику. Далее, после прохождения процесса таможенного контроля, автомобили развозятся по дилерским центрам перевозчиками. Клиент может забрать автомобиль, как только он поступил в центр, но до этого дилер обязан выкупить товар у компании. Однако, в случае если автомобили заказывались дилером не под какого-либо конкретного клиента, а с целями найти клиентов уже под готовый товар, то можно не выкупать автомобили сразу, а дожидаться клиентуры.

В этом процессе, логистический отдел руководит доставкой продукта, и при этом несет ответственность за то, чтобы доставленные автомобили были необходимого качества. Уже после доставки товара может быть осуществлен ремонт, если возникли повреждения, а также контроль по использованию того или иного автомобиля дилерским центром. Процессом формирования и обработки каких-либо претензий, а также возможным взысканием с виновника средств занимается организация, которая специализируется на контроле убытков. Данные организации управляются через подразделения логистики, а управление, в свою очередь, осуществляется через проведение аудитов дилерских организаций. Вышеописанные данные отражены в виде диаграммы на рисунке 1.

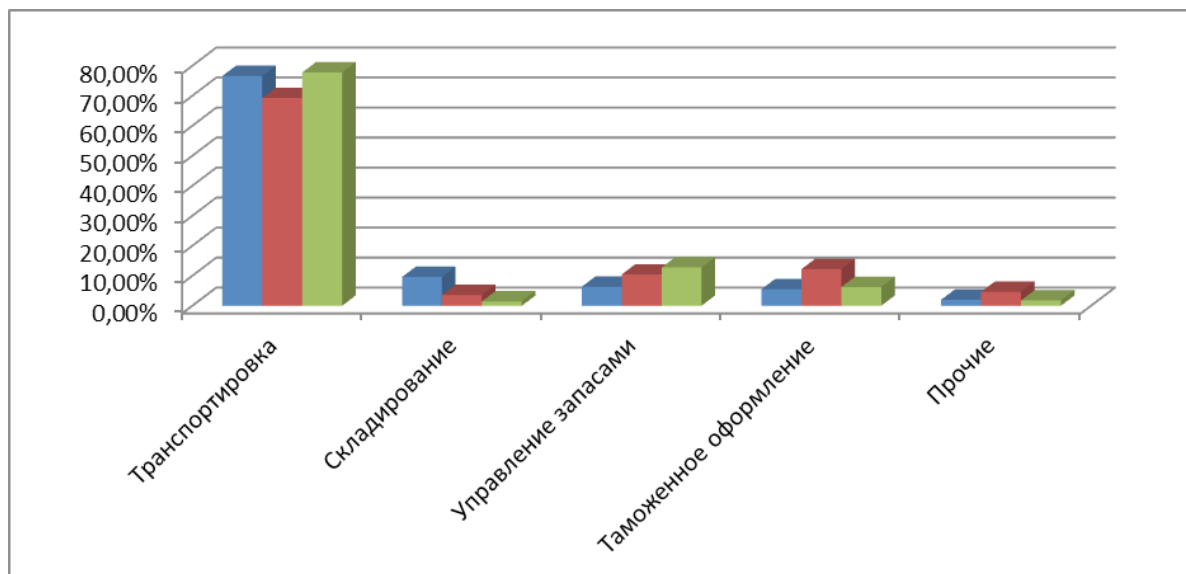


Рис. 1. Структура логистических издержек в 2014–2016 гг.

По мнению М. С. Азанова: «Уровень логистического сервиса можно измерить с помощью показателя процент «совершенных заказов». Его составляющими являются своевременность доставки, точность выполнения заказа: количество ассортиментных позиций в заказе, объем по каждой ассортиментной позиции, место доставки груза,

точность оформления документов и сохранность груза в пути» [5]. В случае, если перевозятся готовые автомобили, рассмотрим один в качестве заказа, тогда, его либо доставили, либо нет. Поэтому, в качестве идеальных составляющих заказа, стоит рассматривать исключительно: своевременность, соответствует ли автомобиль комплек-

тации, указанной в заказе, а также то, как точно были оформлены документы и в каких условиях осуществлялась перевозка.

Известным специалистом Дрыниным Е. А. отмечено, что в организациях никто не занят процессами измерения степени сервиса ссылаясь на проценты «идеальных заказов» и учета их составляющих, поскольку своевременность доставки зависит напрямую от скорости и мощности производства. То есть никто не занимается сравнением фактического цикла обработки тех или иных заказов с заявленным.

Сравнение происходит только между непосредственным временем доставки и некими установленными нормами [3].

Стоит также отметить, что степень сервиса в сфере логистики сильно упала одновременно с ростом спроса в автомобильной промышленности. Основная причина такой ситуации — задержка доставки, что также может указать на то, что данные процессы несовершенны. Поскольку в организации осуществляется лишь координация, то первоначально есть необходимость по усовершенствованию межфункциональной и межорганизационной координации.

Литература:

1. Федеральный закон от 30 декабря 2005 года № 225-ФЗ «О соглашениях о разделе продукции» // СЗ РФ. — 2006. — № 1. — Ст. 18 (с посл. изм. и доп.).
2. Об утверждении Программы повышения эффективности управления общественными (государственными и муниципальными) финансами на период до 2018 года: Распоряжение Правительства РФ от 30.12.2013 № 2593-р // Собрание законодательства РФ. — 2014. — № 2. — Ст. 219.
3. Дынин, Е. А. Риски бизнеса в частно-государственном партнерстве // Общество и экономика. — 2007. — № 5–6. — С. 111.
4. Инвестиционный фонд Российской Федерации [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.minregion.ru/WorkItems/> дата обращения 01.12.2017, дата обращения: 01.10.2018.
5. Лихачев В., Азанов М. Практический анализ современных механизмов государственно-частного партнерства в зарубежных странах [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://council.gov.ru/media/files/41d44f243d8be7603d1f.pdf>, дата обращения 01.10.2018.

Интернет-банкинг: современный вид сетевых финансовых отношений

Кравченко Юлия Олеговна, студент магистратуры
Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск)

В статье рассмотрены сущность понятия «интернет-банкинг» и его законодательное регулирование в РФ, рассмотрен ряд исследований, связанных со сферой интернет-банкинга, выделены преимущества и недостатки данного вида финансовых отношений, а также проанализированные проблемы и перспективы развития данной сферы на территории РФ.

Ключевые слова: интернет-банкинг, финансовые отношения, законодательство.

Internet banking: modern types of network financial relations

The article examines the essence of the concept of «Internet banking» and its legislative regulation in the Russian Federation, discusses a number of studies related to the field of Internet banking, highlights the advantages and disadvantages of this type of financial relationship, as well as the analyzed problems and prospects for the development of this area in the Russian Federation.

Key words: internet banking, financial relations, legislation.

В современном мире всё большее количество людей для приобретения товаров, услуг, а также информации прибегают к использованию систем интернет-банкинга.

Задачами данного исследования являются определение понятия «интернет-банкинг» и его законодательного ре-

гулирования на территории РФ, рассмотрение исследований, связанных со сферой интернет-банкинга, выделение преимуществ и недостатков данного вида финансовых отношений, а также анализ проблем и перспектив развития данной сферы на территории РФ.

Внедрение данной системы тем или иным банком позволяет существенно урезать дистанцию с клиентом, а также существенно увеличить свою конкурентоспособность.

В целом пол услугой интернет-банкинг принято понимать предоставление клиенту возможности прямого доступа к своему банковскому счёту через сеть Интернет с использованием любого браузера. Система предоставляет возможность осуществлять все стандартные операции, которые можно осуществить в офисе банка, кроме операций с наличностью.

К услугам, которые включает в себя интернет-банкинг, можно отнести:

- 1) внутренние переводы на счета банка;
- 2) переводы на счета в других банках;
- 3) конвертация денежных средств;
- 4) выписки по счетам;
- 5) предоставление информации по банковским продуктам;
- 6) заявки на получение кредитов, депозитов и пластиковых карт;
- 7) оплата товаров, услуг, а также информации [1, с. 27].

Стоит отметить, что в настоящее время сфера интернет-банкинга достаточно регулируется законодательством

РФ. Например, «Налоговым кодексом РФ (часть вторая)» от 05.08.2000 № 117-ФЗ статьёй 149 «Операции, не подлежащие налогообложению (освобождённые от налогообложения)». Оказание услуг, которые связаны с установкой и эксплуатацией системы «клиент-банк» не подлежат налогообложению на территории РФ.

Важнейшим регулирующим документом является «Приложение к письму Банка России от 31.03.2008 № 36-Т», в котором указаны рекомендации по организации управления рисками, возникающими при осуществлении кредитными организациями операций с применением систем интернет-банкинга.

Также в документе «Указание Банка России от 12.11.2009 № 2332-У «О перечне, формах и порядке составления и предоставления форм отчётности кредитных организаций в Центральный Банк РФ» указан порядок составления и предоставления отчётности по форме 0409070 «Сведения об использовании кредитной организацией интернет-технологий».

Также, система интернет-банкинга активно регулируется внутренними документами банков [2, с. 826].

Говоря об интернет-банкинге как о современном виде сетевых финансовых отношений, необходимо отметить его преимущества и недостатки (таблица 1).

Таблица 1. Преимущества и недостатки интернет-банкинга

Преимущества	Недостатки
1. Возможность открытия счёта.	1. Риск взлома системы банка.
2. Быстрый и эффективный способ управления банковским счётом.	2. Задержка банком денежных переводов.
3. Отслеживание операций с пластиковыми картами.	3. Риск потери денежных средств.
4. Доступ к счёту из любой точки мира.	
5. Экономия на банковских комиссиях.	

По мнению специалистов консалтинговой компании J'son & Partners Consulting величина оборотного рынка платежей через интернет-банкинг в 2015 г. составила 600 млрд руб., что на 39% больше, чем в 2011 г. Также по прогнозам специалистов среднегодовой темп роста в период с 2016 г. по 2018 г. составит 28%. [5]

В 2017 г. аналитическое агентство Marksw Webb Rank & Report представило результаты ежегодного исследования эффективности российского интернет-банкинга Internet Banking Rank 2017. В данном исследовании приняли участие системы интернет-банкинга 36 российских банков. По результатам исследования было выявлено, что максимально эффективная система интернет-банкинга с точки зрения удобства интерфейса и функциональности у Бинбанка, далее идут Тинькофф Банк, Промсвязьбанк и др. Стоит отметить, что за прошедший год из первой десятки рейтинга выбили такие банки как Запсибкомбанк, Банк Траст и Банк Русский Стандарт, а дополнили первую десятку Сбербанк России, Банк Уралсиб и Почта Банк. [4]

Если говорить о перспективах развития интернет-банкинга в РФ, то в последнее несколько лет он достаточно ак-

тивно развивается, однако существует и ряд препятствий для развития этой услуги.

Серьёзным препятствием для развития интернет-банкинга на территории РФ является проблема кадрового обеспечения. На сегодняшний день система интернет-банкинга нуждается в квалифицированных программах, юристах, маркетологах и др. Именно от них зависит качество и оперативность принимаемых решений. Решение данной проблемы предполагает проведение профессиональной переподготовки. Причем эффективнее проводить переподготовку IT-специалистов, чем сотрудников банка.

Также серьёзным препятствием для развития интернет-банкинга является недостаточная финансовая грамотность населения. В целях решения данной проблемы необходимо проводить бесплатные консультации и обучающие семинары по использованию услуг интернет-банкинга.

Серьёзной проблемой является аутентификация клиентов в системе интернет-банкинга, т. е. проблема безопасности. По мнению экспертов «Лаборатория Касперского» 62% пользователей интернет-банкинга во всём

мире сталкиваются с атаками на свои онлайн-счета. В РФ данный показатель составляет 72 %. В настоящее время для решения этой проблемы используется двухфакторная аутентификация с помощью USB-токенов или смарт-карт. [3] Однако и этого недостаточно для защиты своих онлайн-счетов. На сегодняшний день необходимо использовать многофакторную аутентификацию, что подразумевает дополнительное внедрение одноразовых паролей.

Подводя итоги всему вышесказанному, можно утверждать, что интернет-банкинг в РФ имеет мощнейший потенциал развития. Данная система услуг становится приоритетной для всё большего числа банков в качестве нового этапа привлечения клиентов, оптимизации затрат и получения дополнительного дохода. Однако существует ряд препятствий для развития данной услуги, такие как недостаток квалифицированных кадров, финансовая неграмотность населения и проблема аутентификации клиентов.

Литература:

1. Кудряшов, В. С. Интернет-банкинг в Российской Федерации: проблемы и перспективы развития / В. С. Кудряшов, Е. О. Загоскина // *Juvenis scientia*. — 2017. — № 4. — С. 27–31.
2. Назаренко, В. А. Интернет-банкинг как современная форма банковского обслуживания / В. А. Назаренко // *Концепт*. — 2016. — № 15. — С. 826–830.
3. *Buhgalteria* [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://www.buhgalteria.ru/article/n133313>
4. *Markswebb* [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://markswebb.ru/e-finance/internet-banking-rank-2017/>.
5. *Kioskssoft* [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://kioskssoft.ru/news/2013/06/18/3176.html>

Роль анализа и оценки конкурентоспособности организаций в современных рыночных условиях

Красавина Оксана Игоревна, студент

Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университет

В статье рассматриваются такие понятия, как конкуренция и конкурентоспособность, роль анализа и оценки конкурентоспособности организаций в современных рыночных условиях.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность.

Key words: competition, competitiveness.

Сегодня невозможно представить рынок и рыночные отношения без такого понятия, как конкуренция. Ежедневно покупатели, т. е. потребители делают выбор в пользу тех или иных продуктов, товаров и услуг. Это может быть выбор производителя молока, бренда, выпустившего линию одежды, торгово-развлекательного центра, завода-изготовителя автомобилей, туристического агентства, оператора сотовой связи, службы такси, салона красоты, телевизионного канала, интеллектуального журнала, высшего учебного заведения, консалтингового бюро, проектной или строительной организации и т. д. При этом у каждого потребителя есть свой минимальный перечень продуктов, товаров и услуг, производители которых вызывают доверие. Время от времени предпочтения потребителей могут меняться. Например, на протяжении длительного времени проектная организация А заказывала у компании Б питьевую воду в свой офис. Но вдруг сотрудники офиса стали замечать, что вода приобрела неприятный привкус, т. е. понизилось ее качество, затем участились случаи задержки сроков поставки воды, а в добавок увеличилась стоимость услуг по доставке питьевой воды. Проанализировав сложившуюся ситуацию, руководитель принял решение по-

менять поставщика и теперь успешно пользуется услугами другой организации.

На примере поставки воды становится понятно, что на рынке существует борьба между его участниками за тех или иных потребителей. В экономике этот процесс называется конкуренцией.

Рассмотрим более подробно, что такое конкуренция и конкурентоспособность.

Впервые понятие «конкуренция» было рассмотрено в работе Адама Смита «Исследование о природе и причинах богатства народов», опубликованной в 1776 году. Смит описывал данное понятие как соперничество между участниками рынка, которые заинтересованы в достижении одного и того же результата.

Карл Маркс в своих трудах описывал понятие конкуренция как свойственную товарному производству антагонистическую борьбу между частными производителями за более выгодные условия производства и сбыта продукции.

Также определение «конкуренция» изучалось и описывалось в работах таких экономистов, как Й. Шумпетер, Ф. фон Хайек, Г. Я. Киперман, Н. И. Перцовский, Р. А. Фатхудинов и др.

В настоящее время в Российской Федерации понятие «конкуренция» определено федеральным законом № 135-ФЗ от 26.07.2016 г. «О защите конкуренции». Согласно пункту 7 статьи 4 «Основные понятие, используемые в настоящем Федеральном законе»:

«конкуренция — соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке» [1].

Перейдем к следующему определению. Что же такое конкурентоспособность? Несомненно, понятия конкуренция и конкурентоспособность тесно связаны друг с другом. Конкурентоспособность — одна из важнейших характеристик, которая используется для оценки эффективности экономической деятельности хозяйствующих субъектов. В самом широком смысле конкурентоспособность понимается как способность опережать других, используя при этом свои преимущества для достижения поставленных целей.

В толковом словаре русского языка С. И. Ожегова дано толкование слову конкурентоспособный — «способный выдержать конкуренцию, противостоять конкурентам» [2].

Р.А. Фатхутдинов дает определение понятия конкурентоспособность как способность объекта выдержать конкуренцию в сравнении с аналогичными объектами на данном рынке. Автор подчеркивает, что при отнесении товаров, продуктов и услуг к конкурентоспособным или неконкурентоспособным важен конкретный рынок.

Какова же роль анализа и оценки конкурентоспособности организаций? В современном бизнесе глобализация и процессы, которая она порождает, вызывают активную конкурентную среду. Быстрый рост предпринимательства, изменения в законодательстве, новая практика деловых отношений, появление новых технологий стимулируют коммерческое развитие организаций, это в свою очередь приводит к тому, что руководство организаций вынуждено работать более агрессивно. Любая организация, работающая в той или иной сфере, имеет конкурентную стратегию. Эта стратегия может быть плановой или возникнуть стихийно в процессе деятельности различных функциональных отделов организации. Кон-

курентная стратегия предполагает такое позиционирование ведения деятельности организации, которое увеличит до максимума ее потенциал, что в свою очередь отличит ее от конкурентов и позволит эффективно вести свою деятельность. Сущность формирования конкурентной стратегии заключается в сопоставлении организации и ее окружения (конкурентов).

Подробный анализ деятельности конкурентов, изучение конкурентоспособности самой организации является сложной и комплексной задачей. Решение такой задачи позволит обеспечить устойчивое положение организации на рынке.

Для того чтобы получить конкурентную информацию, можно использовать множество различных методов, например, матричные методы (матрица БКГ, матрица Портера и др.); методы, основанные на оценивании конкурентоспособности товара или услуги организации; методы, основанные на теории эффективной конкуренции; комплексные методы.

Полученную конкурентную информацию можно использовать:

1. для анализа положения рассматриваемой организации на рынке;
2. для анализа деловой среды организации, включая государственную политику для делового сектора, ситуацию с действующим законодательством, финансовые показатели организации, анализ конкурентов рассматриваемой организации;
3. для разработки стратегии коммерческого развития рассматриваемой организации.

Получение и изучение информации об организации является детализированным исследованием в области управленческого, организационного и финансового устройства организации. Разнообразие методов и инструментов поможет составить ясную картину о рассматриваемой организации, что в свою очередь позволит определить ее конкурентные преимущества и слабости, возможности и угрозы для сегмента рынка, в котором организация ведет свою деятельность.

Таким образом, своевременный анализ и оценка конкурентоспособности помогут сформировать успешную конкурентную стратегию организации, что в свою очередь является залогом эффективной деятельности организации.

Литература:

1. Федеральный закон «О защите конкуренции» № 135-ФЗ от 26.07.2006 г., ст. 4, п.7 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61763/ (дата обращения: 02.12.2018 г.).
2. Толковый словарь русского языка С. И. Ожегова [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://slovarozhegova.ru/word.php?wordid=11698/> (дата обращения: 02.12.2018 г.).
3. Управление конкурентоспособностью организаций и территорий: учеб. пособие / Г.Д. Антонов, О.П. Иванова, В.М. Тумин. — М.: ИНФРА-М, 2016. — 347 с. — (Высшее образование: Бакалавриат).
4. Анализ деятельности конкурентов: учеб. пособие / Т.Н. Рыжикова. — М.: ИНФРА-М, 2015. — 267 с. — (Высшее образование: Бакалавриат).
5. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / Майкл Портер; Пер. с англ. — 7-е изд. — М.: Альпина Паблишер, 2017. — 453 с.

Организация перехода учреждений физкультурно-спортивной направленности на реализацию программ спортивной подготовки на примере ГБУ СШОР № 1 Фрунзенского района г. Санкт-Петербурга

Малинина Евгения Михайловна, студент магистратуры

Национальный государственный университет физической культуры, спорта и здоровья имени П. Ф. Лесгафта (г. Санкт-Петербург)

Подготовка спортивного резерва стала одним из приоритетных направлений политики Министерства спорта Российской Федерации. В 2013 году спортивным школам был дан инструментарий для реализации различных программ, в зависимости от целей и задач, которые ставит учредитель перед организацией. В статье рассматриваются программы в сфере физической культуры и спорта, а также их отличия. Представлены результаты анализа предварительных данных по переходу учреждений физкультурно-спортивной направленности на реализацию программ спортивной подготовки в России.

Минспортом России утвержден и реализуется План по модернизации существующей системы подготовки спортивного резерва и переводу действующих учреждений в организации нового типа — организации спортивной подготовки: спортивная школа (СШ), спортивная школа олимпийского резерва (СШОР).

В рамках реализации плана:

1. формирование новой нормативной правовой и методической базы в целях обеспечения единых подходов к организации спортивной подготовки, и четкого определения роли и задач каждого участника процесса;

2. включение мер социальной защиты работников сферы физической культуры и спорта в Отраслевое соглашение по организациям, подведомственным Министерству спорта Российской Федерации;

3. предложена «дорожная карта» мероприятий по преобразованию государственных (муниципальных) ДЮСШ и СДЮСШОР в организации спортивной подготовки (СШ и СШОР);

Разработан ряд подзаконных нормативно-правовых актов:

1) порядок осуществления экспериментальной и инновационной деятельности в области физической культуры и спорта;

2) порядок аттестации тренеров (методические рекомендации).

Основной целью подготовки спортивного резерва в современных социально-экономических условиях является —

вовлечение оптимального числа юношей и девушек в интенсивные регулярные занятия физической культурой и спортом, отбор и подготовка наиболее одаренных, имеющих перспективу достижения спортивных результатов международного уровня для пополнения спортивных сборных команд России.

На данный момент программы в сфере ФК и С подразделяются на следующие:

1. Профессиональные образовательные программы в области физической культуры и спорта;

2. Интегрированные образовательные программы в области физической культуры и спорта;

3. Дополнительные общеразвивающие программы в области физической культуры и спорта;

4. Дополнительные предпрофессиональные программы в области физической культуры и спорта;

5. Программы спортивной подготовки.

Основные отличия программ, реализуемых в организациях, осуществляющих спортивную подготовку, по этапам подготовки мы можем рассмотреть в таблице 1.

Организациям, осуществляющим спортивную подготовку, рекомендуется осуществлять планирование деятельности организации с учетом перечисленных ниже компонентов системы спортивной подготовки:

— организационно-управленческий процесс построения спортивной подготовки по этапам и периодам спортивной подготовки на основе программы спортивной подготовки;

— процесс научно-методического сопровождения;

— система отбора и спортивной ориентации;

— педагогический процесс;

— тренировочный процесс;

— соревновательный процесс;

— процесс медико-биологического сопровождения;

— процесс ресурсного обеспечения.

В таблице 2 рассмотрим целесообразность открытия этапов спортивной подготовки в организациях, осуществляющих спортивную подготовку.

Таблица 1. Отличия программ, реализуемых в организациях спортивной подготовки

Программы Этапы подготовки	Дополнительные общеразвивающие программы	Дополнительные предпрофессиональные программы	Программы спортивной подготовки
Спортивно-оздоровительный этап	Реализуются для детей и взрослых в срок, установленный организацией по согласованию с учредителем (рекомендуется 36 недель в году)	Не допускается	
Этап начальной подготовки	Не допускается	Реализуется в отношении детей в возрасте до 18 лет в сроки, определенные ФГТ из расчета не менее чем на 36 недель (по национальным и адаптивным видам спорта) и не менее чем на 42 недели (по остальным избранным видам спорта) в году	Допускается с учетом специфики подготовки
Тренировочный этап (этап спортивной специализации)		Допускается для завершения образовательного процесса только для детей, прошедших обучение на тренировочном этапе	Реализуется в отношении лиц, проходящих спортивную подготовку в соответствии с федеральными стандартами спортивной подготовки из расчета 52 недели в году
Этап совершенствования спортивного мастерства			
Этап высшего спортивного мастерства		Не допускается	

Таблица 2

Этапы спортивной подготовки	Срок подготовки	Центры (клубы) физической культуры и спорта	ДЮСШ и СШ	СДЮШОР (СДЮСШОР), специализированные отделения ДЮСШ	Профессиональные образовательные организации в области ФКиС	ЦСП
Этап высшего спортивного мастерства	С учетом спортивных достижений	Не рекомендуется		По согласованию с учредителем	Основная функция	
Этап совершенствования спортивного мастерства	С учетом спортивных достижений	По согласованию с учредителем		Основная функция		Основная функция
Тренировочный этап (этап спортивной специализации)	До 5 лет	Допускается	Основная функция		Допускается	
Этап начальной подготовки	До 3 лет	Основная функция		Допускается	По согласованию с учредителем	
Спортивно-оздоровительный этап	Без ограничения срока	При наличии лицензии на право ведения образовательной деятельности у организации или структурного подразделения организации, реализующего дополнительные общеразвивающие программы				

В Российской Федерации по каждому виду спорта (за исключением военно-прикладных, служебно-прикладных видов спорта, а также национальных видов спорта, развитие которых не осуществляется соответствующей

общероссийской спортивной федерацией), внесенному во Всероссийский реестр видов спорта, устанавливаются федеральные стандарты спортивной подготовки, обязательные при разработке и реализации программ спортив-

ной подготовки (в ред. Федерального закона от 23.06.2014 N 170-ФЗ).

Федеральные стандарты спортивной подготовки — совокупность минимальных требований к спортивной подготовке по видам спорта.

В настоящее время в Российской Федерации (по данным федерального статистического наблюдения по форме № 5-ФК за 2017 год) 5020 организации участвуют в подготовке спортивного резерва:

- училища олимпийского резерва;
- специализированные детско-юношеские спортивные школы олимпийского резерва;
- детско-юношеские спортивные школы;

- спортивные школы;
- спортивные школы олимпийского резерва;
- центры олимпийской подготовки;
- центры спортивной подготовки;
- иные организации: ШВСМ, ЭШВСМ, ЦСП-ШВСМ, ЦСП-УОР, ЦСП-ДЮСШ, ЦФК, ЦОВС, ЦИВС, СК, ДЮКФП, ДСШ, ДЮЦСП, КСДЮСШОР, СДЮСШ, ДЮСАШ, ЦРСВД и др.

На рисунке 1 показан анализ по данным федерального статистического наблюдения (по форме № 5-ФК за 2017 год) структуры учреждений, осуществляющих спортивную подготовку.

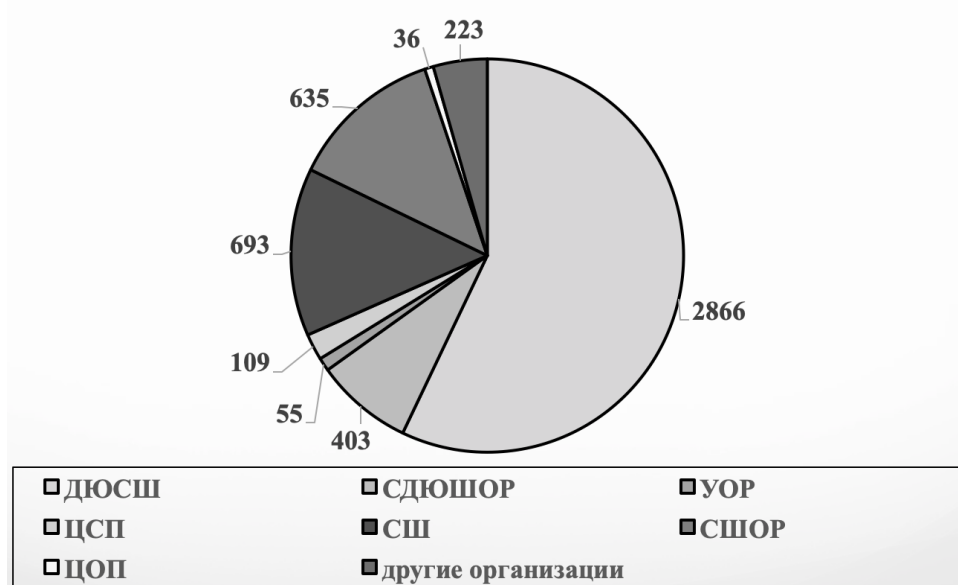


Рис. 1. Структура учреждений, осуществляющих спортивную подготовку в 2017 г.

Таблица 3. Сравнительный анализ организаций, осуществляющих спортивную подготовку за 2015–2017 гг.

Вид организации	2015	2016	2017
ДЮСШ	3668	3373	2866
СДЮШОР	981	741	403
УОР	56	56	55
ЦСП	182	158	109
другие организации	197	241	223
СШ	-	219	693
СШОР	-	238	635
ЦОП	-	10	36
ИТОГО	5084	5036	5020

Таблица 4. Переход на программу спортивной подготовки (количество учреждений) 2015–2017 гг.

	2015	2016	2017
Не перешли	3380	2811	2694
Частично перешли	1159	1359	824
Полностью перешли	545	830	1502

Проанализировав структуру учреждений, сравнительный анализ организаций, осуществляющих спортивную подготовку, можно сделать вывод о том, что больше 50 % учреждений не перешли на программу спортивной подготовки. Чтобы ускорить процесс перехода учреждения физкультурно-спортивной направленности на реализацию программ спортивной подготовки надо выполнить следующие организационно-методические мероприятия:

1. Внести изменения в Устав
2. Разработать программы спортивной подготовки по избранным видам спорта, реализуемым в организации

3. Разработать правила приема в физкультурно-спортивную организацию в соответствии с Порядком приема, утвержденным учредителем

4. Обеспечить соответствующее информационное наполнение сайта организации

5. Разработать и утвердить положение о формировании групп спортивной подготовки и переводе лиц, проходящих спортивную подготовку

6. Разработать и утвердить положение о критериях спортивного отбора лиц, проходящих спортивную подготовку

7. Разработать и утвердить положение об организации тренировочных мероприятий (сборов) по виду спорта.

Литература:

1. Федеральное статистическое наблюдение / Росстат — «Сведения о физической культуре и спорте» — форма № 1-ФК — № 562, 2015.
2. О деятельности региональных органов исполнительной власти по развитию физической культуры и спорта с учетом основных показателей, установленных Стратегией развития физической культуры и спорта в Российской Федерации на период до 2020 года: информационно-справочный материал / Минспорт России, 2015.
3. Стратегия развития физической культуры и спорта в Российской Федерации на период до 2020 года от 7 августа 2009 г. № 1101-р: проект / Правительство РФ, 2009.
4. Федеральный закон «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» от 04.12.2007 N 329-ФЗ в ред. от 22.11.2016 N 396-ФЗ
5. Письмо Росспорта от 12.12.2006 № СК-02—10/3685 «О методических рекомендациях по организации деятельности спортивных школ в Российской Федерации» (с дополнениями и изменениями).

Государственные закупки — инструмент поддержки малого предпринимательства в России

Матышева Валерия Вячеславовна, магистр;

Научный руководитель: Албастова Людмила Николаевна, кандидат экономических наук, профессор

Южно-Российский институт управления — филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (г. Ростов-на-Дону)

В данной статье государственные закупки рассматриваются как один из ведущих инструментов поддержки субъектов малого предпринимательства в России. Автором выявлены заложенные в законодательстве РФ варианты обязательного участия субъектов малого бизнеса в поставках товаров, или оказании услуг для обеспечения государственных нужд, а также определен резерв повышения эффективности использования государственных закупок как механизма поддержки субъектов малого предпринимательства через решение специфических проблем в данной сфере.

Ключевые слова: государственные закупки, субъекты малого предпринимательства, поддержка субъектов малого предпринимательства, направления совершенствования законодательства о контрактной системе.

Малый бизнес играет значимую роль в рыночной экономике. Субъектами малого бизнеса являются небольшие фирмы, которые занимаются неспециализированным бизнесом в границах локального рынка. Однако в современных условиях субъекты малого предпринимательства постоянно испытывают трудности и нуждаются в государственной поддержке.

И если о прямом содействии развитию малого предпринимательства в России в настоящих экономических условиях говорить не приходится, то единственной альтернативой становится использование косвенных каналов стимулирования предпринимательства, одним из которых является активное вовлечение субъектов малого предпринимательства в участие в государственных и муниципальных закупках.

Как справедливо отмечают О. В. Локота, Е. А. Попова, Е. М. Медякова, А. И. Морозова, законодательство о контрактной системе в России сегодня представляет собой динамично развивающуюся отрасль права, что позволяет обеспечить эффективность внедрения инновационных и электронных технологий. Модернизация механизма организации государственных закупок позволяет обеспечивать единство экономического пространства, расширять возможности для участия в закупках отдельных категорий поставщиков (подрядчиков, исполнителей), развивать добросовестную конкуренцию. [1, С.92]

Государственные закупки — это основной инструмент поддержки экономической и социальной стабильности российского государства, способ обеспечения экономического роста в стране. В условиях экономической нестабильности малому предпринимательству требуются более или менее гарантированные рынки сбыта продукции.

Президент РФ В. В. Путин, выступая 23 октября 2018 года на бизнес-форуме общественной организации предпринимателей «Опора России», отметил, что «по предварительным данным в 2018 году объем закупок у субъектов малого предпринимательства составит более 3 трлн руб. В предстоящий период «Корпорации МСП» совместно с бизнесом предстоит взять новую высоту — довести к 2024 г. объем закупок до 5 трлн руб». [2].

Все вышеизложенное обуславливает актуальность выбранной темы исследования и обосновывает необходимость проведения анализа государственных закупок как одного из инструментов поддержки и развития малого предпринимательства в современной России.

Российское законодательство о контрактной системе предусматривает несколько вариантов гарантированного участия субъектов малого предпринимательства в государственных закупках:

— Во-первых, положением пункта 4 статьи 3 Федерального закона от 05.04.2013 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» [3] (далее по тексту — ФЗ № 44) прямо предусматривается участие субъектов малого предпринимательства независимо от их от организационно-правовой формы. Успешность участия малого бизнеса в государственных закупках обуславливается относительно меньшими издержками производства и обращения своих товаров.

— Во-вторых, частью 1 статьи 30 ФЗ № 44 установлена обязанность для заказчиков покупать товары, работ или услуги в объеме не менее чем 15% от совокупного годового объема закупок непосредственно у субъектов малого предпринимательства и (или) социально ориентированных некоммерческих организаций.

— В-третьих, Постановлением Правительства РФ от 04.11.2006 № 642 четко определен перечень товаров, работ, услуг для государственных и муниципальных нужд, закупка которых осуществляется только субъектами малого предпринимательства.

— В-четвертых, законодательством предусмотрена также косвенная поддержка участия субъектов малого предпринимательства в государственных закупках через установление обязательного требования о привлечении в качестве субподрядчиков из числа субъектов малого предпринимательства и (или) социально ориентированных некоммерческих организаций.

— В-пятых, как справедливо отмечает В. И. Таланцев, одной из эффективных форм поддержки субъектов малого предпринимательства в рамках ФЗ № 44, является введенная в 2017 г. льготная система штрафов за неисполнение обязательств по контракту. [4]

— В-шестых, в качестве эффективной формы поддержки малого предпринимательства в рамках государственного заказа можно назвать и сокращенные сроки оплаты заказов поставщиками (подрядчиками, исполнителями) из числа субъектов малого предпринимательства.

Реализация указанных нормативных приложений привела к тому, что в первом полугодии 2018 года всего размещено 601,3 тыс. извещений о закупках, где участниками могут быть только субъекты малого предпринимательства и социально ориентированные некоммерческие организации, что в 1,5 раза больше, чем за аналогичный период 2017 года; общий объем закупок у субъектов малого предпринимательства и социально ориентированных некоммерческих организаций в первом квартале 2018 года составил 524,4 млрд рублей, что на 66,7% соответственно выше аналогичных показателей за первый квартал 2017 года. При этом средняя цена извещения таких закупок составила 872,07 тыс. рублей, что на 14,7% выше аналогичного показателя 2017 года (760,07 тыс. рублей). Основным способом определения поставщика среди субъектов малого предпринимательства в 2018 году остаются электронные аукционы, доля использования которых составляет 82,6% от общего числа извещений и 89,6% от общей стоимости извещений о закупках у данных субъектов. [5]

Несмотря на столь существенный перечень возможностей участия субъектов малого предпринимательства в государственных закупках и наглядной иллюстрации практических успехов статистическими показателями, мы полагаем, что в настоящее время использованы не все ресурсы системы государственных закупок как инструмента поддержки и развития малого бизнеса в Российской Федерации.

Резерв для повышения эффективности использования государственных закупок как механизма поддержки субъектов малого предпринимательства кроется, по нашему мнению, в решении проблем, которые возникают в процессе проведения государственных закупок с участием субъектов малого предпринимательства. Выявленные нами проблемы участия субъектов малого предпринимательства в государственных (муниципальных) закупках можно наглядно представить в виде таблицы.

Наименование группы проблем	Описание проблем
<i>Общие проблемы системы государственных закупок</i>	Низкий уровень конкуренции
	Недобросовестная конкуренция на торгах
	Отсутствие централизованного государственного органа контроля и аудита в сфере закупок
	Низкий уровень квалификации участников закупок (особенно со стороны субъектов малого предпринимательства)
<i>Финансовые проблемы</i>	Отсутствие авансирования по контракту
	Введение требований по обеспечению заявок и завышенные требования по обеспечению исполнения контракта
	Затраты на получение электронной подписи
<i>Специфические проблемы участия субъектов малого предпринимательства в государственных закупках</i>	Незначительный объем средств, предназначенных для закупок у малого бизнеса
	Формальный подход заказчиков к привлечению к участию в закупках субъектов малого предпринимательства
	Отсутствие реальной реализации принципа стимулирования инноваций

Для нашего исследования наибольший интерес представляют специфические проблемы участия субъектов малого предпринимательства в государственных закупках, ведь именно в их решении кроются перспективы повышения эффективности использования системы государственных закупок как инструмента поддержки субъектов малого предпринимательства.

Для решения данной группы проблем, по нашему мнению, необходимо:

- изменить как саму квоту по объему закупок у субъектов малого предпринимательства до 25 % (в настоящее время — не менее 15 % от общего объема закупок), так непосредственно формулировку, используемую при её определении;
- необходимо в ряде отдельных случаев в объем закупок у субъектов малого предпринимательства включать закупки у единственного поставщика;
- необходимо превратить в обязанность право заказчика устанавливать в извещении об осуществлении

закупки требование к поставщику (подрядчику, исполнителю) о привлечении к исполнению контракта субподрядчиков, соисполнителей из числа субъектов малого предпринимательства;

- необходимо определиться с размером доли цены контракта, которую исполнитель контракта обязан передать на субподряд субъектам малого предпринимательства, предусмотрев её в части 5 статьи 30 ФЗ № 44 (например, «20 % и более процентов от цены контракта»).

Подводя итог всему вышеизложенному еще раз подчеркнем, что участие субъектов малого предпринимательства в государственных закупках является значительным стимулом для обеспечения социально-экономического развития нашего государства. Представляется актуальным разработка программы преодоления выявленных проблем, которые ограничивают доступ к участию малого бизнеса в государственных и муниципальных закупках.

Литература:

1. Локота О. В., Попова Е. А., Медякова Е. М., Морозова А. И. Контрактная система. Управление государственными и муниципальными закупками: учебник. Ростов н/Д: ООО Альтаир, 2016.
2. Президент Владимир Путин подтвердил планы по поддержке малого бизнеса силами госкорпораций [Электронный ресурс] URL: <http://goszakaz.tv/news/details/759-prezident-vladimir-putin-podtverdil-plani> (Дата обращения: 25.11.2018 г.)
3. Федеральный закон от 05.04.2013 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» // «Российская газета», N 80, 12.04.2013.
4. Таланцев В. И. Контрактная система и ее роль в поддержке малого предпринимательства // Интернет-журнал Науковедение. — 2017. — № 6 (43). — С. 94–96
5. Официальный сайт Министерства финансов РФ [Электронный ресурс] URL: <https://www.minfin.ru/ru/performance/contracts/purchases/> (Дата обращения: 21.11.2018 г.)

Бухгалтерский учет лекарственных средств в аптечных организациях

Назарко Татьяна Ростиславовна, студент магистратуры
Московский гуманитарный университет

Аптечные организации в России относятся к учреждениям здравоохранения, их аптечная деятельность связана с изготовлением, фасовкой, анализом и продажей лекарственных средств. В статье рассмотрены виды аптечных организаций и нормативно-правовое регулирование организации и ведения бухгалтерского учета лекарственных средств в аптечных организациях, в соответствии с действующим законодательством.

Ключевые слова: аптека, аптека готовых лекарственных форм, производственная аптека, аптека с правом производства, аптечный пункт, аптечный киоск, минимальный ассортимент лекарственных препаратов.

Pharmacy organizations in Russia are health care institutions, their pharmacy activities are associated with the manufacture, packaging, analysis and sale of medicines. The article deals with the types of pharmacy organizations and legal regulation of the organization and accounting of medicines in pharmacy organizations, in accordance with the current legislation.

Keywords: pharmacy, pharmacy of finished dosage forms, production pharmacy, pharmacy with the right of production, pharmacy, pharmacy, minimum range of drugs.

В современных условиях основной задачей аптечного бизнеса становится не только получение максимальной прибыли, но и выполнение одной из главных социальной функции по обеспечению населения качественными и доступными по цене лекарственными средствами. Для достижения этих целей необходимо вести бухгалтерский учет.

Аптечные организации являются специализированными организациями, которые относятся к системе здравоохранения. Аптечная деятельность связана с изготовлением, фасовкой, анализом и продажей лекарственных средств.

Согласно приказу Минздравсоцразвития РФ от 27.07.2010 г. № 553н «Об утверждении видов аптеч-

ных организаций». Виды аптечных организаций представлены на рисунке 1.

От вида аптечной организации зависят требования, предъявляемые государством, в соответствии с действующим законодательством. Например, к аптекам производственным и аптекам с правом производства предъявляются особые технические требования и оснащения, так как именно в них происходит производство и реализация наркотических и психотропных лекарственных средств, а также изготовление лекарств (Например, для больниц и клиник). Для производственной аптеки с правом изготовления асептических лекарственных препаратов необходимо наличие асептического блока.

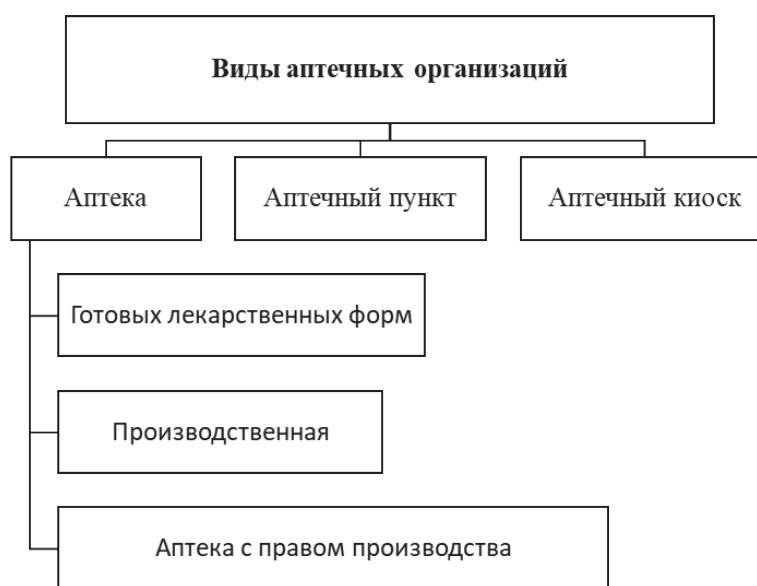


Рис. 1. Виды аптечных организаций

Асептический блок — это специальная стерильная комната, которая оборудуется таким образом, чтобы снизить проникновение микробиологических и других загрязнений. Требования к содержанию данной комнаты подчиняется

требованиям работы в операционной. К аптечным пунктам предъявляются требования к персоналу, к помещению, договорам обслуживания, но они гораздо менее жесткие, так как отсутствует производство лекарств, а также многие ле-

карства, относящиеся к наркотическим или психотропным, не продаются. Но в аптечном пункте разрешается продажа некоторых лекарств, продающихся только по рецепту, данные списки строго регламентированы определенными правилами и нормами отпуска лекарств. А в аптечном киоске в отличие от аптечного пункта не разрешается продажа лекарств по рецепту.

Организация и ведение бухгалтерского учета в аптечных организациях, регламентируется действующим законодательством. В настоящее время в Российской Федерации действует система нормативного регулирования бухгалтерского учета, включающая 4 уровня. Уровни нормативного регулирования представлены в таблице 1.

Таблица 1. Уровни нормативного регулирования бухгалтерского учета в аптечных организациях на территории России

Уровень регулирования	Документы, регулирующие учет
1. Законодательный	Федеральный закон от 06.12.2011 г. № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете», Указы Президента РФ, Постановления Правительства РФ
2. Концептуальный (Нормативный)	Приказ Минфина России от 29.07.1998 г. № 34н (ред. от 11.04.2018 г.) «Об утверждении Положения по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации», стандарты учета «Положения по бухгалтерскому учету», утвержденные Министерством финансов РФ.
3. Методический	Приказ Минфина РФ от 31.10.2000 г. № 94н (ред. от 08.11.2010 г.) «Об утверждении Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и Инструкции по его применению», Методические указания и рекомендации по организации бухгалтерского учета отдельных объектов бухгалтерского наблюдения.
4. Организационный	Организационно-распорядительная документация (приказы, распоряжения и т. д.); документы, регулирующие учетную политику организации

В соответствии с ПБУ 1/98 «Учетная политика организации» в каждой аптечной организации главным бухгалтером разрабатывается учетная политика.

При составлении учетной политика главные бухгалтера аптечных организаций руководствуются:

- законами и приказами Российской Федерации;
- нормативными актами;
- методическими указаниями и рекомендациями Минфина России, Минэкономразвития России;
- указаниями федеральной налоговой службы Российской Федерации.

Учетная политика аптечных организаций оформляется соответствующей документацией.

В соответствии с Федеральным законом № 402 «О бухгалтерском учете», все хозяйственные операции, которые осуществляет аптечная организация должны быть оформлены первичными документами.

Первичные документы утверждаются приказом генерального директора аптечной организации и являются неотъемлемой частью учетной политики. Законодательством регламентированы обязательные реквизиты первичных документов.

Обязательные реквизиты первичных документов представлены на рисунке 2.

Торговля лекарственными средствами регулируется Федеральным законом от 12.04.2010 г. № 61-ФЗ (ред. от 04.06.2018 г.) «Об обращении лекарственных средств». Данный закон регулирует отношения, связанные с обращением,

разработкой, исследованиями, производством и изготовлением, хранением и перевозкой, ввозом и вывозом на территории Российской Федерации, а также уничтожением лекарственных средств.

Порядок формирования цен на жизненно необходимые и важнейшие лекарственные препараты, прописаны в Постановлении Правительства РФ от 29.10.2010 г. № 865 (ред. от 08.10.2018 г.) «О государственном регулировании цен на лекарственные препараты, включенные в перечень жизненно необходимых и важнейших лекарственных препаратов».

Перечень жизненно необходимых и важнейших лекарственных препаратов и минимальный ассортимент аптечной организации на 2018 год прописан в распоряжении Правительства РФ от 23.10.2017 г. № 2323-р «Об утверждении перечня жизненно необходимых и важнейших лекарственных препаратов на 2018 год, а также перечней лекарственных препаратов для медицинского применения и минимального ассортимента лекарственных препаратов, необходимых для оказания медицинской помощи». За несоблюдение данного распоряжения в Российской Федерации предусмотрены штрафы.

В бухгалтерском учете аптечных организаций есть свои особенности, в отличии от других предприятий торговли. К особенностям учета можно отнести то, что аптечные организации могут продавать как готовые лекарства, так и могут их изготавливать самостоятельно, в соответствии с действующим законодательством.



Рис. 2. Обязательные реквизиты первичных документов в России

Аналитический бухгалтерский учет в аптеке, также отличается от других предприятий. Отличительной особенностью является специфическое разделение лекарственных средств на учетные группы, особое внимание уделяется сильнодействующим и наркотическим средствам.

Например, в магазине товар с истекшим сроком годности можно списать и утилизировать. А аптечная организация производит списание лекарственных с истекшим сроком годности в соответствии с Федеральным законом от 12.04.2010 г. № 61-ФЗ (ред. от 04.06.2018 г.) «Об обращении лекарственных средств» и другими действующими нормативными документами. На основании данного закона аптеки, имеющие соответствующую лицензию, должны вести предметно-количественный учет сильнодействующих и наркотических препаратов в специальном журнале регистрации операций, который должен соответствовать установленным законодательством требованиям:

- каждая страница журнала должны быть пронумерована;
- журнал должен быть прошнурован;
- скреплен печатью и подписью руководителя аптечной организации.

Журнал регистрации операций с сильнодействующих и наркотических препаратов имеет право заполнять только уполномоченное лицо. Данный журнал с документами по выдаче препаратов должен храниться в металлическом сейфе пять лет.

В аптечных организациях для систематизации и накопления информации, которая содержится в первичных документах, составляются учетные регистры.

Данные из учетных регистров аптечной организации используются для отражения информации на счетах. На основании данных из учетных регистров составляются и финансовые отчеты аптечной организации.

Бухгалтер аптечной организации заносит данные в учетные регистры бухгалтерского учета, одновременно проводя регистрацию первичной документации и осуществляет контроль за хозяйственной деятельностью предприятия путем анализа результатов.

Применяемые в аптечных организациях регистры бухгалтерского учета по характеру ведения записей делятся на (См. рис. 3):

- систематические — регистрация ведется по определенной системе, например, ведутся записи по счетам. К данной системе относится главная книга предприятия.
- хронологические — регистрация ведется в последовательности совершения операций по времени, например, записи ведутся по календарю без другой особой систематизации. Например, к данной системе относится: кассовая книга, журналы регистрации.
- синхронистические (комбинированные) — регистрация ведется смешанным способом, сочетающим признаки систематических и хронологических записей. К данной системе может относиться журнал-ордер.

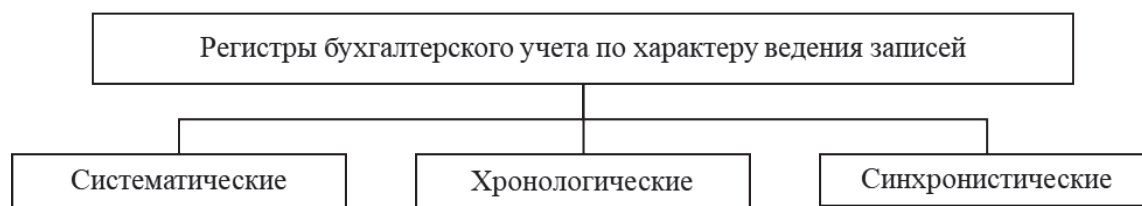


Рис. 3. Регистры бухгалтерского учета по характеру ведения записей

По объему содержания разделение регистров бухгалтерского учета на виды производится следующим образом (см. рис. 4):

- аналитические — в таких регистрах конкретизируются показатели определенного синтетического счета; они используются для контроля за состоянием и движением материальных ценностей, расчетов с контрагентами и пр.; синтетические — в них записи делаются на основе сгруппированных однородных документов в денежном эквиваленте и в обобщенном виде; примером может служить главная

книга; Бухгалтерском учете аптечных организаций есть свои особенности, в отличие от других предприятий торговли. К особенностям учета можно отнести, то что аптечные организации могут продавать как готовые лекарства, так и могут их изготавливать самостоятельно, в соответствии с действующим законодательством.

- комплексные — объединяют признаки первых двух подвидов, применяются преимущественно при журнально-ордерной разновидности учета.

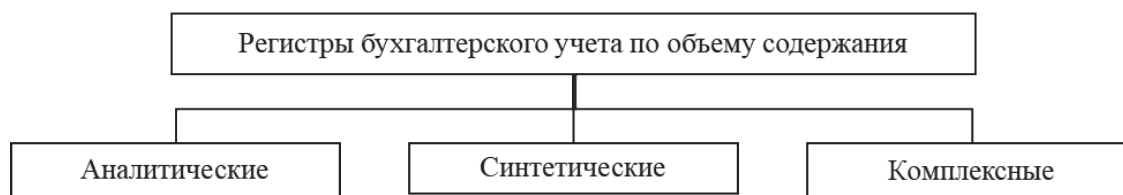


Рис. 4. Регистры бухгалтерского учета по объему содержания

Перечень применяемых в аптечной организации учетных регистров следующий: оборотно-сальдовая ведомость по счетам, карточки счетов бухгалтерского учета, главная книга, журналы операций по счету «Касса», с безналичными денежными средствами, расчетов с подотчетными

лицами, поставщиками и покупателями, по оплате труда, с прочими дебиторами и кредиторами, реестры карточек, инвентаризационные ведомости: расчетные, платежные ведомости по начислению и выплате заработной платы и многие другие.

Литература:

1. Федеральный закон от 06.12.2011 г. № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» // «Парламентская газета», 09–15.12.2011 г., № 54.
2. Федеральным законом от 12.04.2010 г. № 61-ФЗ (ред. от 04.06.2018 г.) «Об обращении лекарственных средств» // «Российская газета», 14.04.2010 г., № 78.
3. Приказ Минздравсоцразвития РФ от 27.07.2010 г. № 553н «Об утверждении видов аптечных организаций» // «Российская газета», 15.09.2010 г., № 207.
4. Приказ Минфина России от 29.07.1998 г. № 34н (ред. от 11.04.2018 г.) «Об утверждении Положения по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации» // «Российская газета», 31.10.1998 г., № 208.
5. Приказ Минфина РФ от 31.10.2000 г. № 94н «Об утверждении Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и Инструкции по его применению» // «Финансовая газета», 2000 г., № 46–47.
6. Мелехина Т. И. «Бухгалтерский учет и налогообложение: отраслевые особенности в здравоохранении»: МОНОГРАФИЯ // Т. И. Мелехина. — М.: Издательство Московского гуманитарного университета, 2016 год — 216 с.

Логистический подход к работе городского пассажирского транспорта

Неустроева Екатерина Андреевна, студент магистратуры
Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск)

Одной из важнейших задач в развитии городов России является создание надежно работающей, безопасной, экономичной и экологичной системы городского пассажирского транспорта, ориентированной на интересы каждого участника системы.

В настоящее время городской транспорт является одной из общественно значимых отраслей городского хозяйства. Работа городского пассажирского транспорта и меры по ее обеспечению рассматриваются государством как имеющие особую социальную значимость, что и обосновывает актуальность исследования.

Система городского пассажирского транспорта представляет собой структурированную экономическую систему, состоящую из совокупности предприятий и фирм, организующих потоки услуг и управляющих ими в процессе осуществления пассажирских перевозок, а также систему, сопутствующих им потоков информации и финансов, обеспечивающих обслуживание данного рынка [1].

Функционирование системы городского пассажирского транспорта направлено на удовлетворение спроса населения в перевозках общественным транспортом.

Основными видами городского пассажирского транспорта являются троллейбус, трамвай, автобус и маршрутное такси. Автобусный транспорт обладает большой провозной способностью и маневренностью, но значительно загрязняет окружающую среду. Выбросы вредных веществ в атмосферу одним автобусом в 5–6 раз, а уровень шума в 1,5–2 раза больше, чем у легкового автомобиля. Троллейбусный транспорт экологически чистый, имеет большую провозную способность и использует дешевое энергоснаб-

жение. Его недостаток — большие капитальные вложения в организацию пути, малая маневренность, снижение пропускной способности уличной сети в зависимости от частоты движения. Трамвай характеризуется большой провозной способностью, однако для организации движения трамвая требуется обособленное земляное полотно, которое занимает значительную часть улицы и затрудняет движение автомобильного транспорта. Маршрутное такси имеет низкую провозную способность, но более высокую скорость движения, большую маневренность [2].

На основе всестороннего изучения различных взглядов на роль общественного транспорта в инфраструктуре мегаполисов установлено, что деятельность городского пассажирского транспорта охватывает практически все слои населения Российской Федерации. Несмотря на то, что в последние годы увеличилось количество личных легковых автомобилей, все же в России огромная часть горожан зависит в своих ежедневных передвижениях от работы общественного пассажирского транспорта. В то же время, большинство пользующихся услугами системы общественных пассажирских перевозок недовольны его работой из-за постоянной переполненностью транспортного средства, длительными интервалами в движении, стоимостью проезда.

В нынешних экономических условиях для обеспечения функционирования системы городских пассажирских перевозок рекомендуется совершенствовать управление городским общественным транспортом с помощью введения логистического подхода. Структура системы городского пассажирского транспорта представлена на рисунке 1.

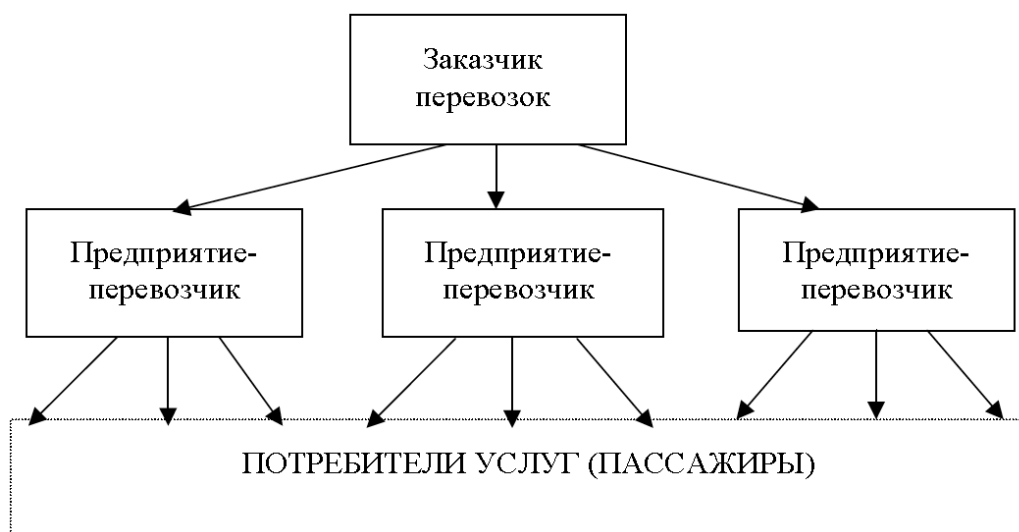


Рис. 1. Организационная структура системы городского общественного транспорта

Поскольку основной организационной единицей логистической системы городского пассажирского транспорта является маршрут, а перевозка пассажиров транспортом общего пользования осуществляется по заранее составленным постоянным маршрутам, то вся организация движения сводится к обеспечению регулярности и бесперебойности обслуживания населения на них, следовательно, грамотному определению маршрутной системы города.

Маршрутная система общественного городского транспорта представляет собой увязанную территориально и во времени совокупность маршрутов всех и отдельных видов городского пассажирского транспорта, обслуживающих городские пассажирские перевозки в пределах заданной транспортной сети. При этом под территориальной увязанностью маршрутной системы понимается согласованное с осваиваемыми пассажироперевозками размещение на плане города маршрутов какого-либо одного или разных видов городского пассажирского транспорта, их конечных станций, остановочных пунктов и других линейных сооружений; под увязанностью во времени — согласование режимов работы маршрутов во времени и расписаний движения транспортных средств, обслуживающих разные маршруты.

Основная задача логистики на рынке пассажирских перевозок состоит в максимально возможной адаптации потенциальных возможностей рынка к желаниям потребителей посредством грамотного выстраивания потоков информации, услуг и т. п. Выявлено, что пассажиры городского пассажирского транспорта предъявляют следующие требования к услугам, оказываемым им перевозчиками:

- стоимость перевозки;
- надежность перевозок;
- минимальная продолжительность поездки;
- регулярность движения транспорта;
- гарантированность движения по расписанию либо с соблюдением указанных интервалов;
- безопасность перевозок;
- наличие различных уровней транспортного обслуживания (муниципальные и коммерческие перевозки) и др.

Проанализировав рынок городских транспортных услуг, были выявлены следующие преимущества и недостатки в работе транспортной системы города Челябинска.

Преимущества общественной транспортной системы:

1. Общественный транспорт движется по утвержденной маршрутной карте города.
2. Транспорт движется по определенному расписанию, если нет пробок на дороге или неполадок с транспортным средством во время движения.
3. Хорошая вместительность подвижного состава транспортного средства, что обеспечивает умеренное количество пассажиропотока. Нет давки внутри транспортного средства даже в «час-пик», что повышает комфортность перевозки.

4. Надежность перевозки, доставка пассажиров в целостности и сохранности в нужное место.

5. Приемлемая стоимость перевозки пассажиров. Стоимость проезда в городе Челябинск по сравнению с другими городами Уральского региона самая низкая.

6. Возможность безналичной оплаты за проезд транспортной картой, для любой категории населения: школьников, студентов, для людей среднего и пенсионного возраста.

7. «Единый бесплатный пересадочный билет», с помощью которого, владельцы транспортных карт могут в течение часа ездить в общественном транспорте, делая неограниченное количество пересадок.

8. Система льготного проезда в общественном транспорте, для определенной категории людей: пенсионеры, студенты, школьники и др.

9. Наличие электротранспорта в городе (троллейбус и трамвай), это — экологично, как следствие абсолютное отсутствие вредных выбросов в атмосферу; пониженный уровень шума; низкая пожаро- и взрывоопасность при аварии и др.

Недостатки общественной транспортной системы:

1. Маршрутная карта города недостаточно развита. Есть отрезки дорог, где нет прямого маршрута до пункта назначения, без пересадок что было частично разрешено введением единого бесплатного пересадочного билета, который, однако не введен в маршрутных такси, которые часто являются единственным транспортом на маршруте.

2. Нет комплексного использования различных видов транспорта (взаимозаменяемых транспортных средств с одинаковым маршрутом, но разными преимуществами).

3. Нерегулярные отправления городского пассажирского транспорта (длительные ожидания на остановке).

4. Недостаточное количество единиц транспортных средств на линии (частота прибытия).

5. Из вышеперечисленных недостатков вытекает следующий — не оправдано дорогое ожидание транспорта, как говорится «время — деньги». В данном случае высокая вероятность задержаться или опоздать в назначенное место.

6. Высока вероятность не доехать на определенном виде транспорта. Это в большинстве случаев касается такого вида транспорта, как троллейбус и трамвай. Потому как подвижной состав транспорта очень старый, следовательно, часто требует выполнения ремонтных работ в пути.

7. Низкая проходимость транспортного средства в «час-пик», когда ремонтируют дороги или аварийная ситуация на дороге. Это касается в основном электротранспорта (троллейбус и трамвай), потому что данный вид транспорта не в силах объехать все преграды на своем пути, и, как следствие, преумножает при этом размер препятствия на пути других транспортных средств.

8. Отсутствует доступная актуальная информация о передвижении транспортного средства в режиме реального времени. Если транспортное средство где-то остановилось из-за неисправности подвижного состава или приостановилось движение из-за транспортной аварии или ре-

монта дорожного полотна, об этом потребитель может либо узнать, полагаясь лишь на так называемое «сарафанное радио» либо увидеть причину задержки транспорта на пути из окна другого, более маневренного, транспорта, что сопряжено чаще всего с движением с пересадками и прибытию в пункт назначения позже планируемого времени. Несмотря на то, что в интернет-источниках выкладывают информацию о предстоящих изменениях в работе общественного транспорта, не у всех потребителей транспортных услуг (пассажиров) есть возможность узнать об этих изменениях.

В Челябинске общественный городской транспорт считается убыточным, слишком затратным социальным благом. Есть категории льготников, которые платят лишь часть стоимости за проездной билет, а вторую часть компенсирует бюджет города. Однако, на сегодняшний день бюджет города не может в полном объеме компенсировать эти расходы и поэтому челябинский общественный транспорт терпит убытки.

На данный момент городской общественный транспорт представляет собой замкнутый круг: снижение количества пассажиров приведет к снижению выручки, снижение выручки приведет к уменьшению транспортного парка (то есть, поддерживать на ходу транспорт будет весьма тяжело), снижения выпуска машин на линию сократит количество потребителей и выручку. И все это приведет к постепенной деградации общественного транспорта как части инфраструктуры.

С каждым годом пассажиропоток в Челябинске снижается. Например, по данным ООО «ЧелябГЭТ» в 1975 году годовой пассажиропоток достигал 120,3 млн человек при населении города почти 1 млн человек. К 2012 году эта цифра снизилась до 50 млн. А по прогнозу к концу 2017-го года эта цифра достигнет 22 млн человек [3].

Уже сейчас наблюдается быстрый рост числа независимых перевозчиков, возникающих в форме предприятий малого и среднего бизнеса, совместных и арендных предприятий. На сегодняшний день, стоимость в маршрутном такси равняется стоимости в классическом общественном городском транспорте, и не исключено что город в скором времени может остаться без троллейбусов, автобусов и трамваев. На лицо видны преимущества маршрутных такси — высокая скорость перемещения по городу, даже в «час-пик», что позволяет экономить время; количество единиц транспортных маршрутных такси на линии (частота прибытия).

Одной из существенных причин неудач многих программ и попыток в направлении оптимизации работы городского пассажирского транспорта является слабое использование на практике развивающейся методологии, стратегии и тактики логистики.

Для более эффективного удовлетворения потребностей населения в повседневных поездках предложены основные направления развития городского пассажирского транспорта, а именно:

1. Увеличение числа транспортных единиц, работающих на линии.

Приобретение новых единиц транспорта для поддержания пассажиропотока или модернизация старого подвижного состава. Например, модернизировать троллейбусы радикально, то есть «отвязавшись» от проводов. На остановках установить специальные приборы, подъезжая к которым, троллейбус будет заряжаться. Или же приобрести электробусы — экологически чистый транспорт, который работает на аккумуляторах. Конечно, такая машина дороже, чем те, что эксплуатируются сейчас в городе. Для сравнения: электробус стоит — 20 млн руб., российский автобус на метане — 10 млн руб., автобус на дизеле — 6–7 млн руб., маршрутка — 2 млн руб. Но электробус менее затратен с точки зрения организации движения. Строительство контактной сети (для классического электротранспорта) в новые микрорайоны стоят дороже, чем электробус [4]. А загрязнение экологии вследствие использования маршрутных такси и автобусов приводит к снижению трудового потенциала мегаполиса.

2. Усовершенствование маршрутной системы (маршрутной карты города), для обеспечения перевозки пассажиров в любую точку города быстро и без пересадок.

Маршрутная система городского пассажирского транспорта (маршрутная карта) должна соответствовать, следующим основным требованиям [1]:

- должна соответствовать пассажиропотоку по направлениям и обеспечивать такое принудительное распределение его по сети, при котором наилучшим образом обеспечивалась бы прямолинейность пассажиропоездки, беспересадочность, минимальное транспортное время и полное соответствие интенсивности движения всех участков транспортной сети;
- должна быть оптимально координированной в пространстве и времени с системой городского, пригородного и междугороднего транспорта (железнодорожного, водного, воздушного и т. д.);
- не должна требовать больших капитальных затрат и эксплуатационных расходов, связанных с ее корректировкой и оптимизацией, необходимость в которых неизбежно возникает при территориальном развитии города, например, при постройке нового микрорайона, открытии или закрытии предприятий, торговых центров и других действий, вызывающих изменения пассажиропотоков. Подразумевается не полный отказ от троллейбусов и трамваев в пользу электробусов, а лишь рациональное использование средств. То есть, если на этом участке выгоднее электробус — то его и надо использовать, но троллейбусы и трамваи должны ездить, может и не везде, но полностью отказываться от них нельзя;
- необходимо также, чтобы маршрутная система допускала возможность корректировки в кратчайшие сроки и связанные с ней работы оказывали мини-

мальное мешающее влияние на жизнедеятельность города;

- обеспечивать максимально равномерное распределение пассажиропотока по длине маршрутов и во времени (в разные периоды движения) и требуемое саморегулирование распределения пассажиропотоков по маршрутам, районам движения и видам транспорта;
- допускать оптимизацию по критерию максимальной эксплуатационной экономичности, т. е. требовать максимально простой системы организации движения с применением, по возможности, средств автоматизированных систем управления движением, минимального штата линейных работников;
- обеспечивать минимальные нерентабельные пробеги и максимальное использование подвижного состава по вместимости в пределах, допускаемых требованиями комфортабельности транспортного обслуживания пассажиров.

3. Предоставление актуальной доступной информации о передвижении транспортного средства на остановочном пункте в режиме реального времени.

В процессе изучения проблемы и поисков ее решения было выявлено, что для предоставления информации о передвижении городского общественного транспорта можно использовать систему ГЛОНАСС (глобальная навигационная спутниковая система), которая помогает отслеживать перемещение транспортного средства. Челябинский транспорт уже начали подключать к этой системе, но отследить движение можно только через сайт управления транспорта города, ресурс Marsruty.ru и мобильное приложение «Транспорт Челябинска Online». Это приложение позволяет видеть общественный транспорт города на карте в режиме реального

времени. Отображаются маршруты в черте города: трамваи, троллейбусы, автобусы, маршрутки. Покрытие — примерно 80% официального общественного транспорта [5].

В заключении можно сказать, что в процессе изучения рынка городских пассажирских перевозок было установлено, что с применением логистического подхода задачи городского пассажирского транспорта будут сведены к достижению таких целей, как максимизация прибыли каждого отдельного транспортного предприятия при наиболее полном удовлетворении спроса пассажиров, эффективное использование транспортных средств предприятий за счет оптимального распределения их на маршруте, поведение фирм на рынке с учетом его постоянно меняющейся конъюнктуры.

С применением логистики возможно повышение технической оснащенности пассажирского транспорта и частоты движения, уменьшение максимальной наполняемости подвижного состава в «час-пик», использование современных компьютерных систем и изучение информационных потоков, что должно привести к совершенствованию организации перевозок пассажиров.

Таким образом, суть реализации логистической концепции на рынке пассажирских перевозок состоит в разработке и внедрении логистических систем управления, то есть таких систем синхронного управления потоками услуг (перевозки пассажиров), сопутствующими им финансовыми и информационными потоками, которые основываются на логистических принципах и методах.

Использование логистического подхода при организации движения городских пассажирских перевозок позволяет повысить эффективность перемещения населения в нужное время в нужное место при минимальных издержках всех видов.

Литература:

1. Мальчикова, А. Г. Организация логистических потоков в системе городских пассажирских перевозок / А. Г. Мальчикова. — СПб, 2000.
2. Перепелица, Н. М. Логистический подход при организации городских пассажирских перевозок / Н. М. Перепелица // Проблемы управления в социально-гуманитарных, экономических и технических системах. Сборник научных трудов ТвГТУ. — 2014. — С. 293–299.
3. Агентство новостей Челябинск.ру. От деревянных машин к беспроводным зарядкам: как изменился Челябинский троллейбус за 75 лет. — <http://chelyabinsk.74.ru/text/gorod/372554485518336.html>.
4. Комсомольская правда. На дорогах Челябинска испытают электробус. — <https://www.chel.kp.ru/daily/26741/3770302/>.
5. Челябинцы смогут узнать о ближайшей маршрутке через интернет. — <http://chelyabinsk.74.ru/text/transport/370706559025152.html>.

Социальное проектирование как механизм реализации Стратегии социально-экономического развития Воронежской области

Новикова Екатерина Дмитриевна, студент магистратуры;
Шепелев Александр Алексеевич, студент магистратуры
Воронежский филиал Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова

В статье исследуются вопросы проектного управления в социальной сфере Воронежской области.

Ключевые слова: социальное проектирование, социальный проект, стратегия социально-экономического развития.

Социальное проектирование сегодня трактуется как особая разновидность научно-практической деятельности, направленной на реконструкцию уже имеющихся или создание новых объектов, несущих важную социальную миссию, а также на создание прообразов намеченного и возможного в случае осуществления вполне конкретных управленческих мероприятий будущего состояния таких объектов. Это подход к социальному проектированию «объективно-ориентированный», но кроме него выделяют проблемно-ориентированный, проблемно-ситуационный, проблемно-целевой [1, с. 102].

По мнению Стегния В. Н. «Социальное проектирование — это проектирование социальных объектов, социальных качеств, социальных процессов и отношений. В отличие от проектирования объектов, при изменении которых не учитывается субъективный фактор, при проектировании социальных объектов этот фактор должен учитываться.

Его учет во многом предопределяет специфику социального проектирования» [2, с. 141].

Прямое назначение социального проекта — идеальное формирование социальной жизни, жизненного пространства в желаемом направлении. Поэтому социальный проект является нормативной моделью. Однако, сам по себе он не обязывает к действию, хотя и способен побуждать к нему. Только принятие проекта к его реализации придает ему директивный характер.

Развитие и совершенствование государственного управления социальными проектами требует повышенного внимания к происходящим изменениям в социально-экономической жизни в стране, обобщения и распространения передового опыта современного решения общих возникающих проблем, оперативной корректировки нормативно-правового регулирования и повышения эффективности текущей политики [3, с. 12].

Социальное проектирование имеет следующие параметры (рис.1).

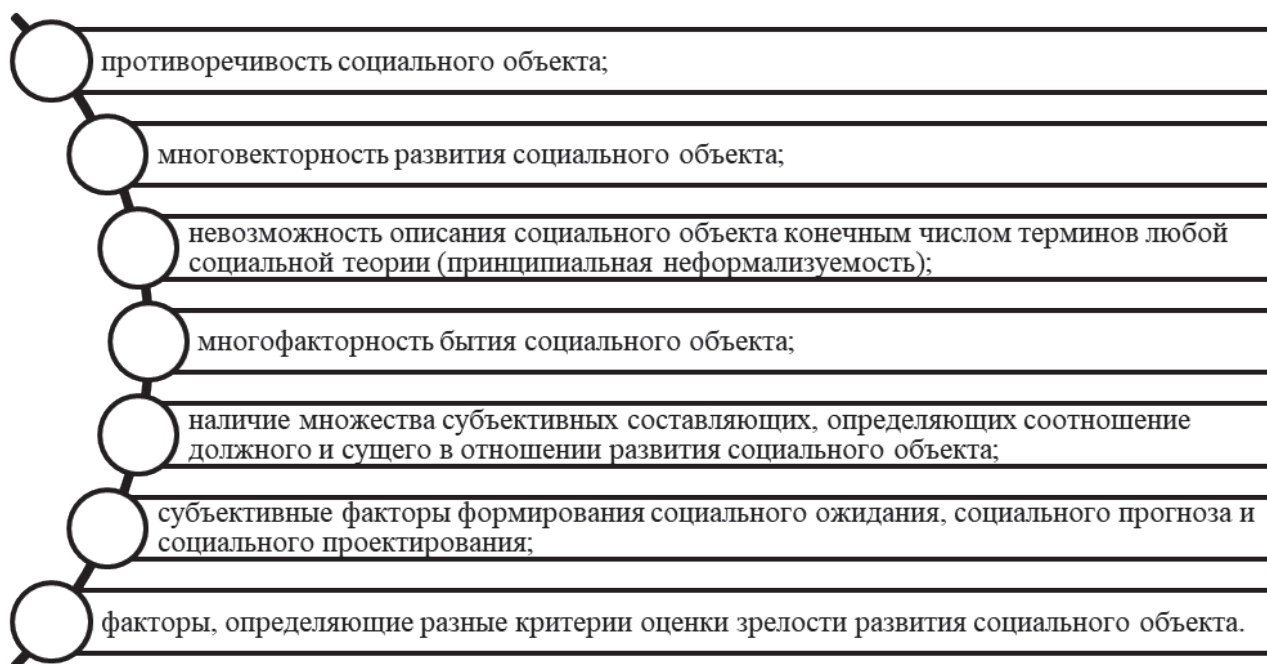


Рис. 1. Параметры социального проектирования

В Воронежской области по состоянию на 1 января 2018 года проживает 2,34 млн человек. Сеть учреждений социального обслуживания населения Воронежской области на 01.01.2018 года включает 81 организацию. Сред-

неписочная численность работников, занятых в сфере социального обслуживания Воронежской области, по состоянию на 01.01.2018 составляет 9675 человек (соотношение мужчин и женщин составляет 12/88), в том числе

1816 социальных работников. Общее количество граждан, получающих социальные услуги, составляет по состоянию на 1 января 2018 года 98345 человек (4% населения области). Их число по сравнению с 2000 годом возросло в 1,4 раза, в том числе несовершеннолетних с 9,6 тысячи человек до 13,1 тысячи человек [4].

Целевой сценарий Стратегии СЭР отличается определением траектории развития Воронежской области с учетом стратегических рубежей, на которые в долгосрочной перспективе могут выйти другие российские регионы-лидеры по качеству жизни и уровню развития экономики (по большинству показателей ориентира будут задавать субъекты РФ, входящие в ЦФО). Для того чтобы Стратегия 2035 начала работать необходимо расширение спектра целевой направленности разрабатываемых государственных программ, ориентированных на реализацию конкретных проектов, связанных с социальными вопросами. Сегодня, приоритетом социально-экономической политики регионов должно являться формирование нового качества жизни, которое соответствует социальной рыночной экономике [5, с. 347].

С точки зрения научно-практических исследований необходимо учитывать, что социальные проекты во многом

являются новым явлением для современной России. Социальные потребности общества во многом будут зависеть от того, как будет формироваться социально-правовой механизм их регулирования. Стратегия государства в отношении гражданского общества, реализуемая в деятельности PR-услуг органов государственной власти, проявляется, прежде всего, в определенной информационной политике. В настоящее время она имеет большое значение в деятельности государственных органов, что связано с вступлением человечества в новый этап развития — информационное общество.

В этих условиях трудно переоценить важность работы PR-служб и управления PR-поддержкой социальных проектов в государственном секторе, а названия и спектр таких услуг могут быть разными. PR-службы призваны обеспечивать регулярное предоставление информации о результатах деятельности органов власти, планах и принимаемых решениях, а также реализовывать образовательную и информационную функцию, направленную на просвещение общественности в сфере ответственности этих органов, а также сопутствующих социальных проектов [6].

Литература:

1. Прогнозирование, проектирование и моделирование в социальной работе: учебник и практикум для СПО / О. В. Солодянкина. — 4-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 206 с.
2. Социальное прогнозирование и проектирование: учебник для академического бакалавриата / В. Н. Стегний. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 182 с.
3. Селезнев, П. С. Управление социальными проектами / П. С. Селезнев, С. С. Жук, Монография <https://rucont.ru/file.ashx?guid=95168aed-cba1-46b0-aa92-6e044c3f5df1>
4. Данные Воронежстата. — URL: http://voronezhstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/voronezhstat/ru/statistics/ (дата обращения: 03.12.2018)
5. Шубина Е. А. Качество жизни как критерий социальной эффективности управления регионом российской федерации / Е. А. Шубина, Н. В. Шабуцкая // European Social Science Journal (Европейский журнал социальных наук). — 2014. — № 8—1 (47). — С. 338—347.
6. Нисневич Ю. А. Государственная информационная политика и ее роль в деятельности. — URL: PR-служб <https://www.hse.ru/data/2012/12/04/1301970333/PR.pdf> (дата обращения: 03.12.2018)

Различия между рынками жилья в России и Канаде

Порханова Алина Владимировна, студент

Поволжский государственный технологический университет (г. Йошкар-Ола)

Существуют ли различия между рынками жилья в России и Канаде? Если да, то в чем причина? Как возникает спрос в этих странах на архитектуру?

Ключевые слова: архитектура, максимизация прибыли, инвестиции в жилищном строительстве, формирование качества продукта, спрос на жилье, дефицит предложения.

Различия между западной архитектурой и архитектурой России, безусловно, есть, и это объясняется различиями в процессах развития стран и географическим расположением. Но что насчет Северной Америки? На-

пример, Канада, страна, находящаяся в тех же климатических поясах.

На жилища в Канаде долгие годы оказывала влияние европейская культура. Но все меняется быстрыми

темпами, границы восприятия размываются, архитектура становится более динамичной. Теперь это совокупность модернистских идей. Во всем этом, конечно же, замешана экономика.

Стремление к «высоким технологиям» существует и в нашей стране, достаточно лишь взглянуть на офисные центры в Москве и в других крупных городах — административных центрах, куда и стекаются все средства с округов. Однако, что касается жилищного строительства, здесь дела могут обстоять несколько хуже из-за отсутствия инвестиций в технологии.

В России активно ведется «штамповка» типовых зданий, при этом нередко с использованием менее качественных материалов подрядчиками с целью удешевить процесс строительства. Одним из примеров может служить надстройка мансарды в «хрущовке». Вместо того, чтобы отстраивать новые удобные и многофункциональные жилищные комплексы, многим фирмам выгоднее строительство многоквартирных домов высокой этажности с минимальными тратами на землю или реконструкция уже существующих зданий без покупки земли и вовсе. В то время как в Канаде уже крепко утвердилось освоение территорий малоэтажным жильем, к тому же экологически чи-

стым и с применением новых технологий в строительстве. Помимо всего этого, в Канаде существует огромное разнообразие данного продукта на рынке. К плюсам малоэтажного жилья относятся: привлекательный внешний вид, невысокая плотность застройки, отсутствие проблем с парковкой. Факторы, влияющие на малоэтажное строительство в Канаде:

- 1) рост инвестиций в жилищное строительство,
- 2) предпосылки для массовой субурбанизации,
- 3) меры финансово-кредитной политики страны.

Во многих западных странах тенденция на малоэтажную жилую архитектуру увеличивается. Высокие здания преобладают лишь в сфере строительства офисных центров. На рис. 1 представлены показатели многоквартирного малоэтажного строительства, взятые на примерах трех стран. Учитывая стремление жителей Соединенных Штатов приобретать частные дома, а не квартиры (это связано с менталитетом страны обладать собственным домом для личного пространства и семьи), столбец можно отбросить для рассмотрения, что нельзя сделать с процентным показателем многоквартирного малоэтажного строительства в России. Почему в России малоэтажное строительство менее развито, чем в Канаде?

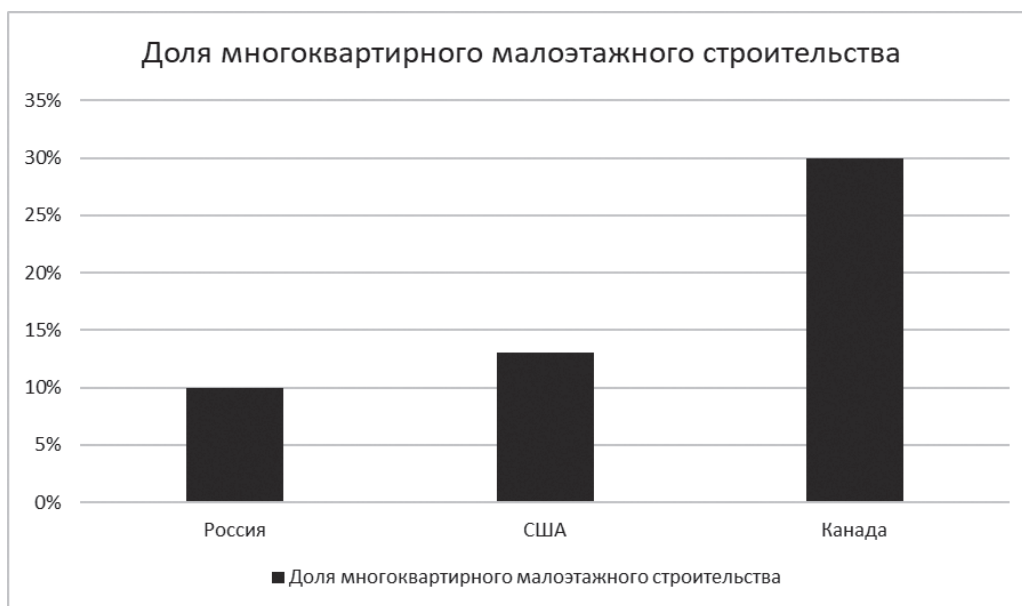


Рис. 1

Дело в том, что, будучи созданной еще в Советском Союзе, данная ситуация домостроения ориентирована на строительство зданий с низким уровнем регулирования в градостроительстве и максимизации прибыли застройщика. Это объясняет массовые типовые застройки с однообразным внешним видом. Несмотря на низкое качество продукта, на него все еще есть спрос, он будет существовать до тех пор, пока отсутствует альтернатива жилья и преобладает дефицит предложения. При этом цены на жилье варьируются в зависимости от качества, но остаются более-менее доступными благодаря ипотечному кредитованию. В Ка-

наде же рост технологий и цен прямо пропорциональны друг другу и постепенно увеличиваются. Чем больше технологий, больше современных методов создания комфортабельности и удобств, тем больше становится ценник. А с увеличением цены, соответственно, сильно снижается спрос как на аренду, так и на покупку жилья.

Таким образом, сравнивая качество жилищного строительства, можно прийти к выводу, что Россия сильно отстает от Запада, однако, как ни парадоксально, это способствует развитию экономики на рынке недвижимости. Несмотря на желание общества иметь жилье высокого

уровня, люди выбирают низкое и среднее качество благодаря доступным ценам. Так происходит формирование мо-

нотной архитектурной среды районов массовой застройки в нашей стране, такой отличной от канадской.

Литература:

1. <https://www.polpred.com>
2. <https://rg.ru>
3. <http://instituciones.com>

Об инвестициях в финтех-компании: анализ российской и зарубежной практики

Савенко Ольга Александровна, студент магистратуры;

Научный руководитель: Рудакова Ольга Степановна, доктор экономических наук, профессор
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

В статье обобщается практика инвестирования финтех-стартапов в высокотехнологичных отраслях как в России, так и по всему миру. Рассмотрены проблемы, препятствующие развитию отрасли финтеха и действия регулятора, направленные на ее решение с целью развития отрасли финтех и повышение конкурентоспособности финансового сектора страны. Проанализированы основные документы Правительства РФ и Центрального банка РФ в области финтех.

Ключевые слова: *финансовые технологии (финтех), цифровая экономика, финансовый рынок, инвестиции, стартапы, инновации.*

Сегодня отрасль финтех активно развивается во всем мире. Активно финансируются финтех-стартапы, внедряются новые технологии и разрабатывается всевозможное программное обеспечение, которое пользуется спросом в современном обществе.

В России, по сравнению с Америкой, Европой и Азией, в настоящее время финансируется и развивается незначительное количество финтех-стартапов, которые, имея потенциал, фокусируются все же на зарубежные рынки. Уровень компетенций российских разработчиков в отрасли финтех достаточно высок, и Россия могла бы выйти на мировой уровень. Однако, до недавнего времени, существовала проблема реализации самих российских стартапов внутри нашей страны. Большинство участников различных сфер деятельности российского рынка (финансового, страхового, рынка здравоохранения и т. д.) не готовы покупать и финансировать новые программные решения, которые не проверены временем, спросом населения и, как следствие, не имеют статистики доходности. Также есть и определенный дефицит финансовой поддержки финтех-проектов со стороны бизнеса и инвесторов, но надо отметить, что за последний год ситуация на рынке значительно улучшилась и российская область финтех стала стремительно развиваться.

За последние несколько лет общее количество сделок российских высокотехнологичных стартапов на рынке составило 3 567 на общую сумму \$ 36,999,936,439 [7].

Российские компании привлекают финансовые инвестиции для развития, а сумма их инвестирования определяется положением компании на рынке и степенью готовности создаваемого продукта.

Что касается регулятора — Центрального Банка РФ, который координирует, регулирует всю кредитную систему страны и является органом экономического управления в государстве, то можно смело сказать, что на сегодняшний день он принимает активное участие в развитии области финансовых (финтех), инновационных и цифровых технологий на финансовом рынке Российской Федерации с целью развития и повышения конкурентоспособности финансового сектора страны. В феврале 2018 года ЦБ РФ представил Стратегию развития финансовых технологий на период 2018–2019 гг. [6]. Данная Стратегия способствует реализации программы Правительства РФ «Цифровая экономика Российской Федерации», которая была утверждена распоряжением Правительства РФ от 28 июля 2017 года № 1632-р [5]. Программой определены основные направления государственной политики по созданию необходимых условий для развития в России цифровой экономики как экосистемы. Речь идет о цифровом виде данных, которые будут являться ключевым фактором производства во всех сферах социально-экономической деятельности. На период до 2024 года выделены восемь направлений развития цифровой экономики в РФ [2].

Ключевыми проблемами сегодня в сфере финансовых технологий является то, что банки теряют статус монополистов в части оказания традиционных (платежных и иных) услуг, снижается маржинальность банковских услуг, на финансовый рынок выходят нефинансовые организации, а сами банки стремятся сотрудничать с технологическими компаниями и стартапами. Стратегия развития финансовых технологий на период 2018–2019 гг. ЦБ РФ призвана минимизировать или решить вышеуказанные проблемы.

Рост объема и сложность обрабатываемых финансовых операций, появление большого количества новых финансовых сервисов и ужесточение требований регулятора привело к возникновению в мире новых и динамично развивающихся направлений RegTech (regulatory technology) и SupTech (supervision technology). RegTech предполагает использование финансовыми организациями инновационных технологий для управления рисками и эффективного выполнения регуляторных требований, а SupTech предполагает использование уже самим регулятором инновационных технологий (Big Data, машинное обучение, искусственный интеллект, облачные технологии и прочее) для повышения эффективности процессов регулирования и надзора за деятельностью всех участников финансового рынка.

По мнению А. В. Мурычева, П. Н. Новикова и Р. К. Нурмухаметова: «FinTech (финтех) — это динамично развивающийся сегмент на пересечении секторов финансовых услуг и технологий, в котором технологические стартапы и новые участники рынка применяют инновационные подходы к продуктам и услугам» [1].

Рассмотрим подробнее инвестирование российских финтех-стартапов. Финансирование стартапа производится на нескольких этапах, как принято говорить, раундах. В Seed-раунде на российском рынке была заключена 981 сделка на общую сумму \$ 471,630,405 млн. Размер инвестиций на этом этапе составляет в среднем от \$ 100 тыс. до \$ 500 тыс. и финансируются здесь, так называемые, бизнес-модели. Такие продукты имеют готовый прототип и первые продажи, но требуют доработки для выхода на массовый рынок. В Раунде А, согласно статистике за последние несколько лет, на российском рынке было заключено 840 сделок на общую сумму \$ 6,054,805,349 млрд. Размер инвестиций на этом этапе составляет от \$ 1–2 млн. Как правило, финансируемые продукты уже разработаны и готовы к выходу на рынок, а инвестиции необходимы для его продвижения на массовый рынок. В Раунде В и С на российском рынке было заключено 125 сделок на общую сумму \$ 5,248,346,514 млрд. В Раунде В размер инвестиций составляет от \$ 2 млн до \$ 10 млн, а в раунде С около \$ 100 млн. Финансирование на этих этапах позволяет компании не только выйти на новые рынки сбыта, расширяться и увеличить объем прибыли, но и начать генерировать денежные потоки и отвечать требованиям самообеспечения.

Например, в 2018 году в России успешно были профинансированы такие финтех-компании как: «СимплФинанс», которая получила \$ 15 млн от японской компании «SBI Group» [3], «PimPay» получила \$ 3 175 млн от ФРИИ (Фонд Развития Интернет Инициатив), «Panda Money» получила \$ 130 тыс. от компании «Starta Accelerator», «Tezis.io» — \$ 1 млн от компании «Target Global Fintech Opportunities Fund», «Pay-Z» и «Финансист» получили по \$ 300 и \$ 400 тыс. от ФРИИ (Фонд Развития Интернет Инициатив), «Robinhood» — \$ 363 млн от компании «DST Global, Sequoia Capital» и др.

Область финтех в России стремительно развивается, о чем говорят количество и размеры финансовых инвестиций. Технологии финтех проникают во все сферы общественной жизни и развиваются во многих государствах не без помощи инвесторов, которые расположены даже в других странах. Например, российско-американский акселератор «Starta Accelerator» в 2018 году инвестировал \$ 3 млн в 23 стартапа, развивающихся на территориях различных государств [4]. Грузинская компания «DigitalShark» получила инвестиции на развитие B2B-продуктов в сфере кибербезопасности, русско-американская компания «100andMore Corporation» на развитие мобильного приложения для нетворкинга на мероприятиях, российская компания «NWP Solution» на развитие маркетплейса медицинских услуг на основе блокчейна, эстонская компания «VideoCV.io» на развитие платформы для рекрутинга на основе видеointервью, белорусская «BringMeGift» (Swopex Group Inc.) на развитие маркетплейса для путешественников и локальных компаний со специальными акциями от местных поставщиков, российская компания «Giglob» на развитие онлайн-биржи недвижимости на основе блокчейна, украинская компания «Mr. Booster» на развитие маркетингового сервиса для e-commerce на основе системы рекомендаций пользователей, российская компания «КругTaxe» на развитие системы защиты от взлома в социальных сетях, электронной почте и других сервисах, украинская компания «Activechat» на развитие платформы по созданию чат-ботов для онлайн-бизнеса, российская компания «Archeads» на развитие облачного сервиса для создания архитектурных/дизайн проектов в офисах, словацкая компания «Cognitive Talent Solutions» на развитие системы искусственного интеллекта для визуализации и анализа неформальных связей между сотрудниками, выявления неформальных лидеров и перепроектирования организации, российская компания «Test4startup» на развитие сервиса для стартапов по экспресс-анализу потенциального рынка на основе искусственного интеллекта и больших данных.

Важно отметить, что уровень инвестирования в финтех-стартапы и количество создаваемых новых продуктов в Америке, Европе и Азии гораздо выше, чем в России. Наглядно это можно увидеть в отчете об инвестициях в мировые финтех-компании от американской компании «CB Insights»¹ [13], который был опубликован по итогам второго квартала 2018 г. (*англ.* Global Fintech Report Q2 2018 [8]). В отчет были включены рейтинги компаний и статистика финансовых инвестиций в область финтех за текущий

¹ Компания CB Insights собирает и анализирует огромные объемы данных и использует машинное обучение, алгоритмы и визуализацию данных, чтобы помочь корпорациям облегчить обработку информации и поиск решения для бизнеса, а так же помогает ответить на стратегические вопросы, используя достоверные данные, а не показатели вероятности. CB Insights при поддержке Национального научного фонда и венчурных инвесторов, получает терабайты данных об сделках M&A, инвесторах, найме, всевозможных стартапах, последних новостях на рынке, об актуальных темах в социальных сетях и многое другое.

период и прошлые года с целью выявления новых технологических трендов, зависимостей, а главное для оценки развития отрасли финтех во всем мире.

Компания «CB Insights» использовала свою уникальную технологическую платформу для поиска новых тенденций на рынке финтех. Она может сигнализировать не только о смене технологий на мировом рынке, но и сообщать компаниям о необходимости перераспределить ресурсы для успешного следования актуальному мировому тренду в области финтех. Поэтому такие ежеквартальные отчеты этой компании играют важную роль как для различных компаний, так и для мирового рынка в целом.

Согласно отчету, во втором квартале 2018 г. финтех-компании получили \$ 20,3 млрд инвестиций в 383 сделках по всему миру.

Из \$ 20,3 млрд общего фондирования, \$ 14 млрд получила Китайская компания «Ant Financial», которая предоставляет огромное количество финансовых услуг, охватывающих всевозможные платежи, оформление кредитов, страхование, управление капиталом через различные дочерние компании, включая «Alipay» и «Yu'e Bao». Но даже если исключить эту сделку, то оставшиеся \$ 6,3 млрд являются новым квартальным рекордом по инвестированию в данной отрасли.

К сравнению, в первом квартале 2018 г. мировые инвестиции в финтех составили \$ 5,6 млрд.

По данному показателю во втором квартале 2018 г. Азия опережает Соединенные Штаты Америки, так как в Азии уже заключено 133 сделки по инвестированию средств в финтех-компании. При этом компании, в которые инвестировали денежные средства, находились уже на этапе разработки новых продуктов и технологий. В Китае заключено 94 % от этих сделок, а 68 сделок в общей сумме стоили \$ 15,4 млрд. Инвестиции же в американские компании оказались самыми низкими за последние пять кварталов.

В Европе отмечен всплеск финансовых потоков в стартапы, которые находились на ранних фазах жизненного цикла, а именно на этапах проектирования или проведения аналитики. Несмотря на 20 % снижение по сравнению с первым кварталом этого года, европейские инвестиции все же превысили объем того же квартала прошлого 2017 года.

США все равно остается основным игроком в финтехе по фондированию компаний на протяжении 5 лет. Во 2 квартале 2018 года было небольшое снижение по количеству сделок, но если рассматривать поквартально,

то объем привлеченных инвестиций в финтех-компании США остается наивысшим по сравнению с прошлыми периодами и благодаря инвестициям принесли миру 2-х новых, так называемых, «единорогов» — это компании «Circle» и «Tradeshift».¹

Всего в первом полугодии в отрасли было совершено в общей сложности 46 слияний и поглощений (M&A²) и первичных размещений акций компаний на рынке для привлечения инвестиций (IPO³). Крупнейшие компании, которые применили IPO для привлечения инвестиций стали «GreenSky» и «Adyen». Компания «iZettle» планировала сделать IPO, но была приобретена за \$ 2,2 млрд, что в два раза превысило цель, которую компания хотела достичь с помощью публичного размещения акций.

Статистика по заключению годовых контрактов на финансирование в финтех отрасли с 2013 по 2018 гг. представлена на рисунке 1.

По итогам 2 квартала 2018 г. заключено 732 сделки.

По итогам 2018 года ожидается заключение 1476 сделок на общую сумму \$ 26 млрд.

Статистика по заключению сделок в финтех-отрасли со второго квартала (Q2) 2017 г. по 2 квартал 2018 г. представлена на рисунке 2.

На рисунке видно, что во втором квартале 2018 г. в Африке отмечен рост сделок по инвестированию финтех-компаний, а в Азии произошел рекордный скачок на 46 % по сравнению с концом 2017 г., что приблизило ее к показателям США. В свою очередь, в США показатели количества инвестиций в финтех-компании сократились на 7 %. В Европе наблюдается относительная стабильность и во втором квартале 2018 г. рост составил 4 %.

Всего в мире за 2-й квартал 2018 г. появилось 5 новых «компаний-единорогов», и теперь их количество составляет 29 на мировом рынке. Названия компаний и их размещение представлены на рисунке 3. В Северной Америке образовалось 3 компании, в Европе одна, а в Азии две.

Общая стоимость 29 компаний оценивается в \$ 84,4 млрд. На рисунке 4 представлены названия компаний и их размещение.

¹ Пояснение: «Компания-единорог» — в отчете дается такое определение новым компаниям, которые получили крупные инвестиции, вышли на мировой рынок в сфере создания новых технологий и пользуются большим спросом. На рисунках отмечены соответствующим знаком — единорогом.

² M&A (Mergers and Acquisitions) — «слияния и поглощения».

³ IPO (Initial Public Offering) — первичное размещение акций на рынке.

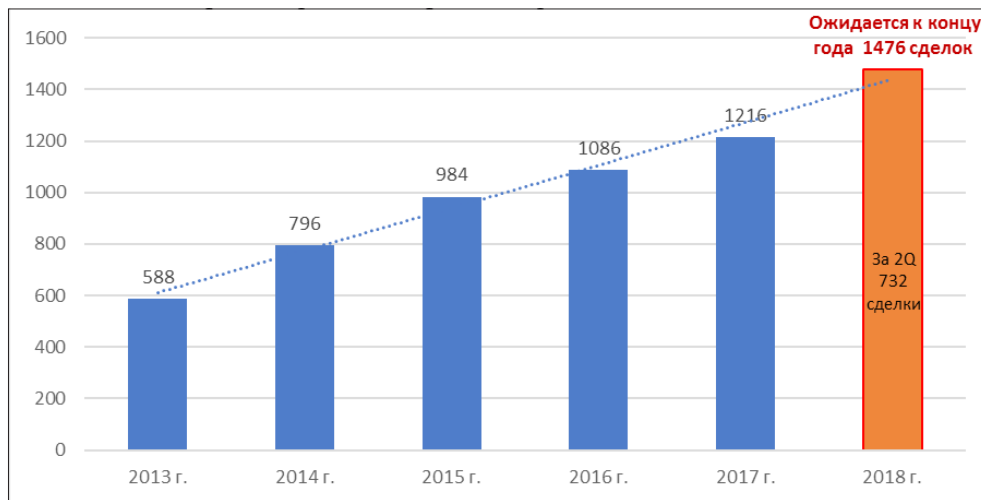


Рис. 1. Статистика по заключению годовых контрактов на финансирование в финтех отрасли с 2013 по 2018 г.

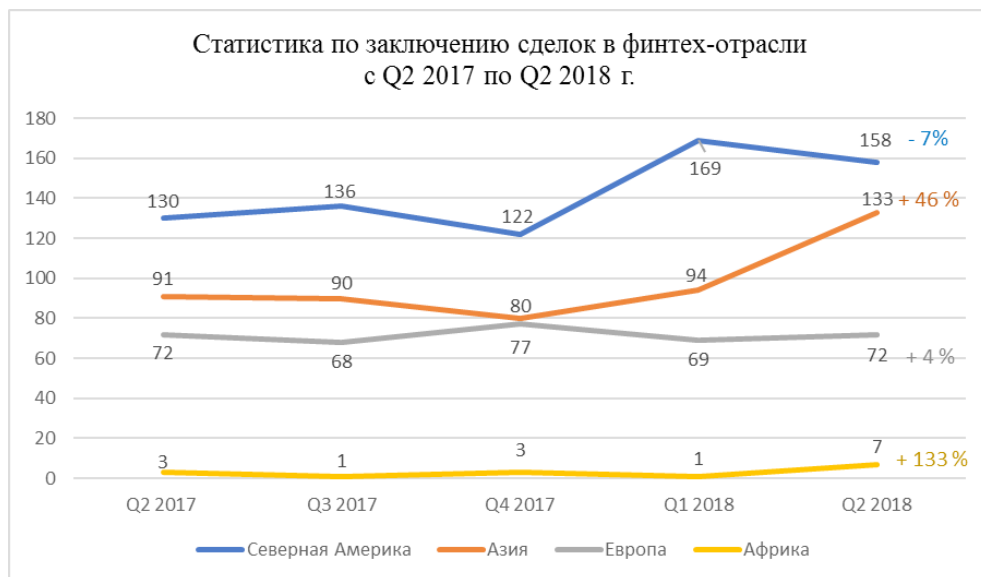


Рис. 2. Статистика по заключению сделок в финтех-отрасли с Q2 2017 по Q2 2018 г.

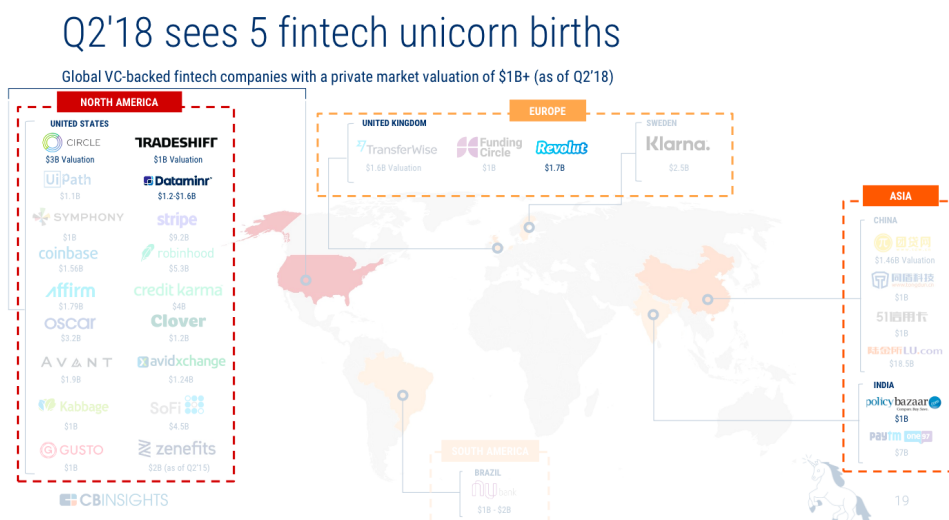


Рис. 3. Пять новых «компаний-единорогов» (слайд взят из презентации отчета компании «CB Insights»)

29 fintech unicorns valued at \$84.4B

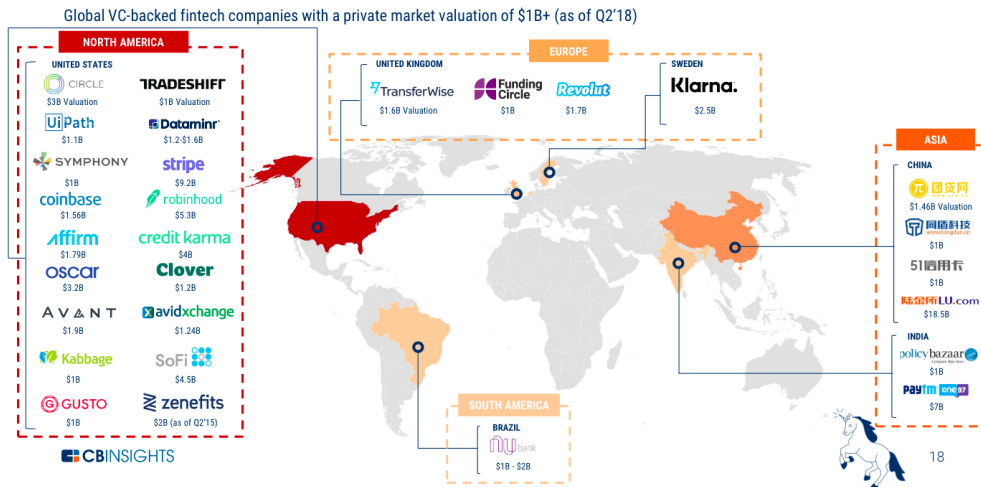


Рис. 4. Компании, появившиеся во 2-м квартале 2018 г. (слайд взят из презентации отчета компании «CB Insights»)

Fintech unicorn hunters

Investors ranked by the number of fintech unicorns in their portfolio from 2009 – Q2'18

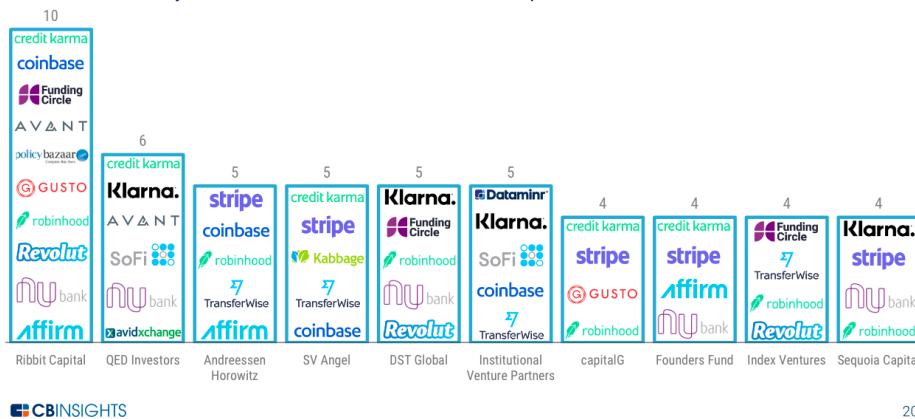


Рис. 5. Рейтинг компаний, инвестировавших денежные средства в более мелкие финтех-компании (слайд взят из презентации отчета компании «CB Insights»)

Активнее всех в развитие «компаний-единорогов» вкладывались более крупные компании, такие как «Rabbit Capital» [10] и «QED Investors» [9].

На Рис.5 наглядно видно куда инвестировали средства не только «Rabbit Capital» и «QED Investors», которые стоят в числе первых, но и другие компании, которые попали в данный рейтинг. Причем эти крупные компании одновременно вкладывали средства в период с 2009 г. по 2 квартал 2018 г. в одни и те же компании, такие как «Stripe»¹ [11], «Klarna»² [15] и т.д.

Рассмотрим крупнейшие сделки в финтех-отрасли во втором квартале 2018 г. (рис. 6). Как говорилось ранее, на первом месте находится китайская компания «Ant

Financial» [12], которая 18 мая 2018 г. получила инвестиции в размере \$ 14 млрд. На втором месте относительно новая компания-«единорог» — «Datamir» [14], которая получила инвестиций на \$ 393 млн. «Datamir», прежнее название «Mirskiy Solutions Inc» (MSI), является лидером в области маркетинга и инновационных программных решений. Это один из ведущих провайдеров, который предлагает профессиональные маркетинговые и программные решения для любого бизнеса. Она не только разрабатывает программное обеспечение и специальные приложения, которые устанавливаются сотрудникам компаний на рабочие компьютеры, но и предоставляет API³, используемый для анализа социальных сетей, обнаружения и уведомле-

¹ Stripe — американская технологическая компания, разрабатывающая решения для приёма и обработки электронных платежей.






² Klarna Bank AB, обычно называемый Klarna, является шведским банком, который предоставляет онлайн финансовые услуги, такие как платежные решения для интернет-магазинов, взыскание долгов, кредитные платежи и многое другое.

³ API (программный интерфейс приложения) (англ. *application programming interface*) — набор готовых классов, процедур, функций, структур и констант, предоставляемых приложением (библиотекой, сервисом) или операционной системой для использования во внешних программных продуктах. Используется программистами при написании всевозможных приложений.

ния потребителя. Во всем мире интерфейсы API регулируются специальными законами и актами, например, Европейской директивой платежных услуг (англ. *European Payment Services Directive*).






Top 10 global fintech deals in Q2'18

The top 10 deals to VC-backed fintech companies were all mega-rounds (\$100M+) and half were in Asia

Company	Deal Date // Amount	Total Disclosed Funding (M)	Select Investors	Description
 蚂蚁金服	May'18 // \$14,000M	\$19,145M (\$150B Valuation)	Silver Lake Partners, General Atlantic, T. Rowe Price, Temasek Holdings, Sequoia Capital China, Warburg Pincus, & others	China-based internet giant that provides a suite of financial services spanning payments, insurance, credit, wealth management, and others, through various subsidiaries including Alipay & Yu'e Bao
 Dataminr	Jun'18 // \$392M	\$569M (\$1.2-\$1.6B Valuation)	Venrock, Goldman Sachs, GSV	B2B data analytics suite of modular desktop and API applications that leverage social media to detect events, consumer signals, and alerts
 robinhood	May'18 // \$363M	\$539M (\$5.6B Valuation)	capitalG, DST Global, ICONIQ Capital, Kleiner Perkins Caufield & Byers, Sequoia Capital	B2C digital brokerage and financial services platform that lets users invest in U.S. stocks, ETFs, options, and cryptocurrencies
 華經投資 CGTZ.COM	Jun'18 // \$359M	\$536M	Geo-Jade Petroleum Corporation, Shunwei Capital Partners	Web-based investment portal that provides various debt-backed investments products for individual and SMB investors
 TRADESHIFF	May'18 // \$250M	\$455M (\$1.1B Valuation)	Goldman Sachs Principal Strategic Investments, HSBC, GP BullHound Sidecar, Gray Swan, H14	A procure-to-pay supply chain management platform for SMBs and enterprises

Top 10 global fintech deals in Q2'18 (continued)

4 of the top 10 deals to VC-backed fintech companies created new unicorns

Company	Deal Date // Amount	Total Disclosed Funding (M)	Select Investors	Description
 Revolut	Apr'18 // \$250M	\$336M (\$1.7B Valuation)	DST Global, Index Ventures, Ribbit Capital, Rocket Internet	UK-based “challenger bank” that launched a mobile payments and “top-off” card and has been rapidly expanding into new services like crypto investing and into markets in the EU and the US
 蚂蚁金服	Jun'18 // \$245M	\$19,145M (\$150B Valuation)	China Pacific Insurance	China-based internet giant that provides a suite of financial services spanning payments, insurance, credit, wealth management, and others, through various subsidiaries including Alipay & Yu'e Bao
 policybazaar.com	Jun'18 // \$200M	\$347M (\$1B Valuation)	Softbank Capital	India-based online comparison, quotes, and recommendation tool for life & general insurance, loans, and credit cards that partners with issuing financial institutions
 BitGo	May'18 // \$178M	\$232M	Undisclosed Investors* (*not a token sale)	Cryptocurrency wallet that provides investors with Bitcoin portfolio management, corporate treasury, and enterprise enablement
 百融金服	Apr'18 // \$159M	\$263M	China Reform Holdings, Sequoia Capital China	B2B alternative data platform for bank and insurers to provide credit services and other financial services and serve as a CRM for outstanding loans

CBINSIGHTS

25

Рис.6. Крупнейшие сделки в финтех-отрасли во втором квартале 2018 г., в каждую из которых было вложено не менее 100 млн долларов. (слайд взят из презентации отчета компании «CB Insights»)

Рост инвестиций в блокчейн во всем мире стабильно увеличивается и за последние 5 кварталов вложения составили \$ 633 млн. На рисунке 6 приведена статистика финтех-сделок и сумм, вложенных в компании, развивающие блокчейн.

После рассмотрения более 200 научных статей, опубликованных за последние сорок лет, которые ссылаются на термин Fintech, профессор Патрик Шуфель (*Patrick Schueffel*) из школы управления Фрибур в Швейцарии вывел следующее определение: «Финтех является новой финансовой отраслью, которая применяет технологии для улучшения показателей финансовой деятельности компании» [16].

В 2018 году, по сравнению с прошлыми периодами, наблюдается явный рост инвестиций в мировые финтех-компании, которые создают новые продукты и услуги для населения всего мира, что позволяет сделать вывод о несомненном развитии отрасли финтех.

Что касается российского рынка финтех, то, к сожалению, исторически складывается так, что в каждой области крупные компании заняли свою определенную нишу, положение и не заинтересованы в инновационном развитии их отрасли в целом. Возможно, дело в существующей экономической ситуации в стране и в постоянно возникающих факторах, в том числе и внешних, подрывающих ее стабильность. При этом нельзя не признать, что в последние

годы в сегменте финтеха ситуация демонстрирует тенденцию к улучшению. Способствует этому и меры, применяе-

мые Правительством и Центральным Банком Российской Федерации.

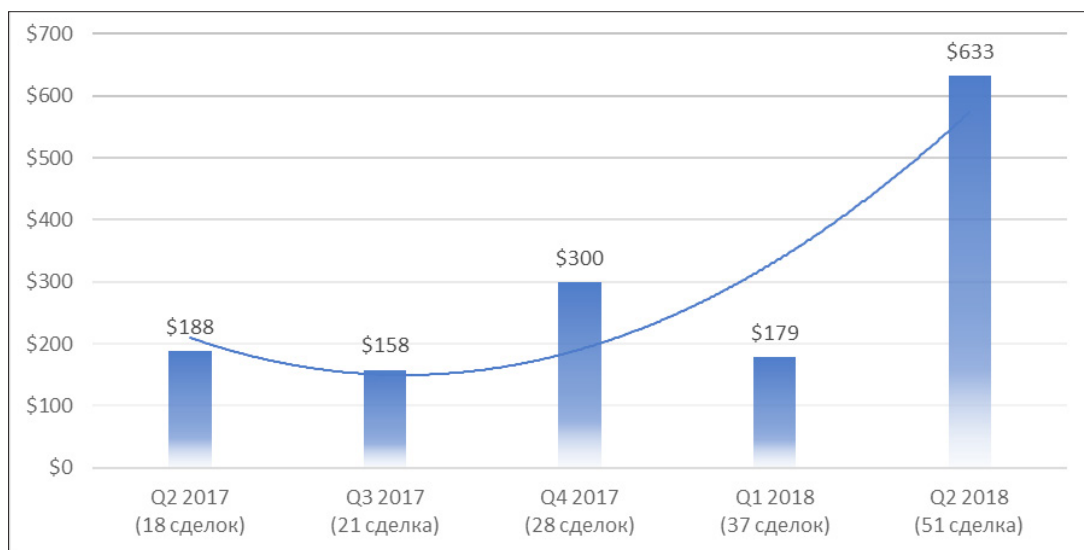


Рис. 6. Количество инвестиций в блокчейн финтех-отрасли за последние 5 кварталов

Развитие финансовых технологий модернизирует традиционное оказание финансовых услуг и способствует появлению востребованных инновационных продуктов и сервисов в этой области. Наиболее перспективными финансовыми технологиями сегодня являются Big Data и анализ данных, мобильные технологии, роботизация и искусственный интеллект, биометрия, распределенные реестры и облачные технологии.

Важно отметить, что скорость технологических изменений требует гибкости и способности быстро адаптироваться. Сегодня государство нашей страны старается активно принимать участие в развитии цифровой экономики. Но, как известно, развитие цифровых технологий влечет большие риски, в частности, и рост киберугроз и ки-

бератак. Эта область требует особого внимания не только со стороны финансовых организаций, хранящих денежные средства и персональные данные клиентов, но и со стороны Правительства и регулятора, а также требует оперативного мониторинга и незамедлительных мер по предотвращению возможных последствий.

Страны, которые создают благоприятные условия для развития инноваций, такие как США, Индия, Китай, Великобритания, Швеция, и другие, являются привлекательными для инвестиций в высокотехнологичные отрасли. Это позитивно сказывается на экономическом росте страны. Россия так же должна стремиться выйти на международный уровень развития инновационных, в том числе и финансовых технологий, и быть привлекательной для подобных инвестиций.

Литература:

- Мурычев А. В., Новиков П. Н., Нурмухаметов Р. К. Профессиональные стандарты деятельности специалистов финансового рынка в контексте развития цифровой экономики // Финансовый журнал/Financial Journal № 2, 2018. — С.73. — 82. URL: http://www.nifi.ru/images/FILES/Journal/Archive/2018/2/statii_2018_2/fm_2018_2_06.pdf
- О программе «Цифровая экономика» — <http://government.ru/info/27884/>
- Об инвестировании компании «SimpleFinance» — <https://rb.ru/news/simplefinance-sbi-group/>
- Об инвестициях компании «Starta» <https://rb.ru/news/starta-sixth/>
- Об утверждении программы «Цифровая экономика Российской Федерации» — <http://government.ru/docs/28653/>
- Основные направления развития финансовых технологий на период 2018–2020 гг. URL: http://www.cbr.ru/StaticHtml/File/36231/ON_FinTex_2017.pdf
- Статистика сделок российских стартапов — <https://rb.ru>
- Финансовый отчет компании CB INSIGHT (Global Fintech Report Q2 2018) — <https://www.cbinsights.com/research/report/fintech-trends-q2-2018/>
- <https://qedinvestors.com/> — официальный сайт компании QED investors
- <https://ribbitcap.com/> — официальный сайт компании Ribbit Capital
- <https://stripe.com/> — официальный сайт компании Stripe

12. <https://www.antfin.com/> — официальный сайт технологической компании Ant Financial
13. <https://www.cbinsights.com/> — официальный сайт компании CB INSIGHTS
14. <https://www.datamir.com/> — официальный сайт компании Mirskiy Solutions Inc (MSI)
15. <https://www.klarna.com/international/> — официальный сайт банка Klarna
16. Patrick Schueffel. Taming the Beast: A Scientific Definition of Fintech (англ.) // Journal of Innovation Management. — 2017–03–09. — Vol. 4, iss. 4. — P. 32–54.

Элкхарт — мировая столица производства домов на колесах

Савина Мария Игоревна, студент

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова

На примере округа Элкхарт (штат Индиана, США) в статье рассматривается влияние основных методов территориального маркетинга на повышение качества жизни населения, создание привлекательного образа в глазах целевых аудиторий и усиление конкурентоспособности территории в сфере экономики и политики.

Ключевые слова: *территориальный маркетинг, маркетинг территорий, США, американская экономика*

В начале 1930-х годов на северо-востоке США в штате Индиана округе Элкхарт Мило Миллер, Вильбур Шульц и Гарольд Плат от своей большой любви к трейлерам запустили бизнес по производству домов на колесах, которым в дальнейшем начали заниматься местные жители Элкхарта, или как их называют в США — Hoosiers. К 1948 г. благодаря удобному местоположению округа и наличию квалифицированной рабочей силы в сфере производства около 100 компаний занимались строительством трейлеров в самом округе и вокруг него, что позволило американской прессе официально называть Элкхарт «Trailer Capital of the World» («Мировой столицей трейлеров»). Однако в 2007 г. в Соединенных Штатах начался финансовый кризис, который проложил путь мировому экономическому кризису и основными последствиями которого стали беспрецедентный рост безработицы и ослабление среднего класса в мире, включая США. После финансового кризиса в марте 2009 г. безработица в регионе достигла 20% [3], составив таким образом наихудший показатель по всем штатам Америки. По этой причине британская газета The Independent даже придумала для города другое название — Joblessville («Город, где нет работы») [4]. Новоизбранный на тот момент президент США Барак Обама в своем турне по штатам заявил, что «округ (Элкхарт) был поражен безупречным штормом экономических проблем» [5] и, чтобы исправить сложившуюся ситуацию, Обама решил использовать Элкхарт в качестве фона для экономического восстановления¹, которое началось только в 2012 г.

С тех самых пор Элкхарт поражен безупречным штормом экономического процветания. Так, например, общий уровень безработицы сократился до 2,5% [3], что оказалось вдвое ниже среднего по стране уровня. Вдобавок к этому на протяжении как минимум последних двух лет

в Элкхарте, в отличие от всех остальных штатов, наблюдается значительный рост размера средней недельной заработной платы рабочего. Но самым значительным достижением стало то, что в город с населением чуть больше 50 000 человек ежедневно приезжает на работу около 25 000 человек, еще примерно 9500 рабочих мест остается под табличкой с надписью «вакантно».

Многие американские аналитики и специалисты RV отрасли такие результаты объясняют простым восстановлением американской экономики, сопровождая свои выводы данными о поставках домов на колесах и трейлеров за 2017 г., которые втрое превзошли послекризисные показатели 2009 г. Однако не стоит забывать главное правило развития и поддержания устойчивости государства и страны в целом, которое так хорошо сформулировал Параг Ханна в своей работе «Как управлять миром»: «Мы привыкли воспринимать наиболее значительные вызовы современности — терроризм, изменение климата, экономику — в первую очередь как глобальные, и только потом — как локальные. На самом деле все как раз наоборот <...> Мы имеем дело со взаимосвязанной глобальной экономикой и хрупкой глобальной экосистемой, причем развитие первой и защита второй возможны только в том случае, если будут приняты соответствующие меры на местном или региональном уровне <...> чтобы оставаться актуальным, нужно действовать на местном уровне» [6]. Другими словами, общее выздоровление экономики Элкхарта произошло в первую очередь благодаря совместным усилиям местных граждан, рабочих и представителей власти и укреплению положению дел на местах, а потом уже совокупность действий таких же отдельных регионов привела к восстановлению американской экономики в целом. В этом свете одним из инструментов по реабилитации города от экономического кризиса стал так называемый маркетинг территорий, под которым стоит понимать

¹ Администрация президента Барака Обамы составила план по стимулированию экономического роста в округе в размере 800 миллиардов долларов.

систему управления развитием и продвижением территории с целью решения тех проблем, с которыми территория оказалась не в состоянии справиться традиционными способами [8], а именно территориальный маркетинг способствует повышению качества жизни населения, созданию привлекательного образа в глазах целевых аудиторий, а также усилению конкурентоспособности в сфере экономики и политики [7].

Поэтому, первым, что сделали местные власти для стабилизации внутренней экономической ситуации, так это вспомнили про свою основную сферу производства и дохода — строительство трейлеров и домов на колесах, которая изготавливает 80 % всех RV в США и в которой занято около 12 % местного работающего населения [12]. По этой причине в округе были созданы благоприятные условия для ведения бизнеса, включающие налоговые послабления, которые так необходимы RV компаниям. В результате с января 2013 г. штат Индиана создал 32 000 дополнительных производственных рабочих мест и стал «домом» для наибольшей концентрации производственной занятости в стране. В качестве примера, подтверждающего эффективность проводимой экономической политики, можно привести калифорнийскую компанию Fleetwood Enterprises. В 2009 г. из-за постоянного повышения налогов в Калифорнии компании пришлось подать заявку на банкротство, после чего частная инвестиционная группа выкупила активы Fleetwood и в целях экономии приняла решение перенести производственные мощности компании в штат Индиана в город Декатур.

Вместе с этим сами RV компании проводят ряд действий по повышению привлекательности и конкурентоспособности самой индустрии, а значит и самого округа Элkhарта. К примеру, целый ряд компаний, начиная от Keystone RV до Thor Motor Coach, проводит экскурсии по своим заводам, организует семинары и выставки, а также ежегодно устраивает слеты владельцев RV/МН со всей Канады и США в специально отведенных кемпинг-парках, которые открыты для посетителей круглый год и полностью оснащены бесплатным беспроводным доступом в Интернет, туалетами, душем, электричеством, водой, столиками для пикника и многим другим. Так в 2017 г. было проведено 13 ралли, на которые в общей сложности приехали примерно 2800 RV и более чем 5000 человек.

Впрочем, маркетингу территорий в современном мире не удастся обойтись одними лишь стратегиями и методами, применяемыми в реальном времени и пространстве, для повышения конкурентоспособности и привлекательности территории в глазах других людей. В мире постоянно развивающихся информационных технологий ему про-

сто необходимо использование виртуального пространства для полного и успешного достижения своей цели. Как известно, одной из составляющих территориального маркетинга является интернет-маркетинг, который позволяет оказывать влияние на целевые аудитории посредством распространения информационных каналов. В этом плане Элkhарт не оказался исключением. В его распоряжении находятся два интернет-сайта, которые позволяют привлекать туристов.

Первым таким сайтом является My Indiana Home (<https://www.my-indiana-home.com/>). my-indiana-home.com — официальный сайт журнала My Indiana Home. В нем основное внимание уделяется содержанию сельского образа жизни, связанным с Индианой. В частности, на сайте предоставляется обширная информация для читателей, которые хотят найти места типа «что посмотреть», «что делать» и «где есть» в Индиане, но совершенно нет никакой информации касательно RV индустрии. Следующий сайт — Heritage Trail adventures (<http://www.amishcountry.org>), основное внимание которого как раз уделено округу Элkhарт и индустрии RV. amishcountry.org, встречая Вас словами «Coming to the RV Capital of the World?», сразу же предлагает заказать 68-ми страничный путеводитель по округу или скачать его онлайн, ознакомившись с которым Вы поймете, что Элkhарт представляет собой не только столицу трейлеров и домов на колесах, но и столицу музыкальных инструментов («Band Instrument Capital of the World»). Путеводитель также включает в себя информацию о каждом городе округа, где и что Вы в нем можете поесть, где и что посмотреть, где и в какой магазин зайти, куда и когда приезжать на различные мероприятия и фестивали. На самом сайте можно найти информацию об экскурсионных турах на заводы RV, выставках, семинарах и слетах. Сайт также дает обширную информацию о всех магазинах, в которых возможно приобрести не только аксессуары и автозапчасти для МН, но и купить сам дом на колесах или же его починить. Выбор остается за Вами.

Всего за пару лет власти и жители округа смогли превратить безупречный шторм экономических проблем, обрушившейся на Элkhарт в 2009 г., в безупречный шторм экономического процветания, что подтолкнуло бывшего работника музея RV/МН Hall of Fame Аль Хассельбарта написать книгу о том, как Элkhарт стал мировой столицей трейлеров. Некоторые жители округа до сих пор остаются обеспокоенными возможными будущими экономическими проблемами, с которыми им лично придется столкнуться, но остается только надеяться, что в дальнейшем Hoosiers будут также успешно и эффективно применять различные маркетинговые стратегии по продвижению территорий.

Литература:

1. A. Hesselbart. How Elkhart Became The RV Capital of The World. Inside Indiana Business. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.insideindianabusiness.com/story/32117836/thursday-how-elkhart-became-the-rv-capital-of-the-world>. (дата обращения: 22.04.2018).

2. А. Невельский. Как город, где нет работы, стал центром экономического роста. Ведомости. 2018. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/economics/articles/2018/04/10/764378-gorod-ekonomicheskogo-rosta>.
3. Unemployment Rate in Elkhart County, IN (INELKH0URN). FRED. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://fred.stlouisfed.org/series/INELKH0URN>. (дата обращения: 23.04.2018).
4. В. Davis. The Future of America’s Economy Looks a Lot Like Elkhart, Indiana. The Wall Street Journal. 2018. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.wsj.com/articles/the-future-of-americas-economy-looks-a-lot-like-elkhart-indiana-1522942393>.
5. From Bust to Boomtown: Life in a Comeback City. The Wall Street Journal. 2018. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.wsj.com/video/from-bust-to-boomtown-life-in-a-comeback-city/7CDC0F9B-7767-4D0F-9627-7F07FF1936CA.html?mod=searchresults&page=1&pos=6>.
6. П. Ханна. 2012. Как управлять миром. — М.: Издательство АСТ. — 320 с. — ISBN 978–5–271–41739–9.
7. Логунцова, И. В. Маркетинг территорий: учебник и практикум для академического бакалавриата / И. В. Логунцова, И. В. Малькова. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 163 с. — (Серия: Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978–5–534–04913–8.
8. Лекционный материал по предмету кандидата экономических наук, доцента МГУ имени М. В. Ломоносова И. В. Логунцовой «Теория и практика маркетингового управления современными территориями» от 14.02.2018.
9. Heritage Trail adventures. amishcountry.org. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.amishcountry.org/gv-travel/>. (дата обращения: 25.04.2018).
10. К. Reusser. The History Behind Elkhart County’s Title as RV Capital of the World. My Indiana Home. 2017. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.my-indiana-home.com/travel/history-behind-elkhart-countys-title-rv-capital-world/>.
11. Heritage Trail adventures. amishcountry.org. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.nxtbook.com/dx/ELKCDX/ELKCDX181/index.php#/1>.
12. RV Capital Of The World: Elkhart, Indiana. Crossroads trailers. 2015. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.crossroadstrailers.com/blog/index.php/rv-capital-of-the-world-elkhart-indiana/>.
13. A. Hesselbart. 2017. RV Capital of the World: A Fun-filled Indiana History. Charlestone, SC: The History Press.

Управление мотивацией на примере сотрудников АО «Мегафон Ритейл»

Саражакова Вера Александровна, студент

Красноярский государственный педагогический университет имени В. П. Астафьева

Научный руководитель: Климова Ирина Викторовна, кандидат психологических наук, доцент

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнёва (г. Красноярск)

В статье рассматривается система управления организацией на примере мотивации сотрудников. Анализируются виды мотивации и их влияние на персонал организации.

Ключевые слова: мотивация, управление.

Современный этап развития экономики показывает, что любая система управления для успешного функционирования нуждается в эффективной мотивации сотрудников. Управление мотивацией каждого работника позволяет добиться более качественного и добросовестного достижения поставленных целей организации.

Выбранная для статьи тема является актуальной, так как на сегодняшний день значительно возрос интерес к изучению управления мотивацией. Большое значение темы профессиональной мотивации сотрудников для достижения целей предприятия заключается в том, что именно она является условием успеха всей организации.

Мотивация представляет из себя такой процесс, благодаря которому каждый сотрудник и все члены коллек-

тива побуждаются к активному выполнению поставленных задач, таким образом, не только удовлетворяются потребности персонала, но и достигаются цели конкретной организации.

Целью написания нашей статьи является выявление особенностей профессиональных мотивов менеджеров АО «МегаФон Ритейл».

Для реализации поставленной цели нами были сформулированы следующие задачи:

1. Определить психологические особенности управленческой деятельности менеджеров АО «МегаФон Ритейл», а также исследовать специфику их мотивации.

2. Исследовать подходы к управлению мотивацией менеджеров АО «МегаФон Ритейл».

3. Осуществить опытно-экспериментальное исследование особенностей внутренней мотивации менеджеров АО «МегаФон Ритейл».

4. Разработать рекомендации по повышению уровня мотивации менеджеров АО «МегаФон Ритейл».

Методы исследования:

- описательный метод, реализующийся в приемах наблюдения, сопоставления, обобщения, классификации;
- практический метод психологического изучения управленческой деятельности, представленный в виде опросов и анкетирования.

Методологическая база настоящего исследования включает в себя личностно-деятельностный подход, определяющий субъектную позицию студента в процессе преобразования субъектного опыта [Б. Г. Ананьев, 2010; А. Н. Леонтьев, 2012; С. Л. Рубинштейн, 2012]; теории профессионально-важных качеств субъекта труда [А. Авербицкий, 2008; А. В. Карпов, 2014; Е. А. Климов, 2016; В. Л. Маришук, 2007; В. А. Пономаренко, 2011; Е. В. Трифонов, 2009; В. Д. Шадриков, 2014].

Практическая значимость данной работы состоит в том, результаты нашего исследования могут быть применены при изучении мотивации сотрудников и использованы для оптимизации процесса управления персоналом организации.

Изучение системы управления мотивацией на примере сотрудников АО «МегаФон Ритейл» позволило нам сделать следующие выводы.

В салонах АО «МегаФон Ритейл» применяются все классические методы мотивации персонала.

1) Материальные методы

Компания АО «МегаФон Ритейл» обладает продвинутой системой денежной мотивации сотрудников. Зарплата менеджеров включает в себя оклад и премиальные выплаты. При этом доход работников не начинается «с нуля». Даже если сотрудник ничего не продал, ему начисляется существенный оклад — около половины от среднего дохода. Каждая продажа увеличивает вознаграждение. Для мотивации персонала была разработана сложная система стимулирующих надбавок в виде премий.

Если план по продажам выполнен, то все сотрудники данного салона получают премию. Таким образом, за месяц у всех менеджеров по продажам зарабатывается общий командный бонус — за счет продажи мобильных телефонов, комплектующих к ним, всевозможных аксессуаров и дополнительных услуг.

Еще одно основание премирования — это уровень знаний. Главный принцип, на котором основывается система оплаты за компетенции и знания, заключается в том, чтобы поощрять работника за дополнительные навыки и знания, которые он приобрел, если они способствуют росту профессионализма. Этот подход оправдан, поскольку руководство компании понимает, что ее конкурентное преимущество прямым образом зависит от уровня компетентности персо-

нала. Все менеджеры салона проходят аттестацию, в ходе которой оценивается эффективность выполнения сотрудниками их должностных обязанностей. Данную аттестацию осуществляет непосредственно руководитель.

Таким образом, работа по повышению квалификации сотрудников — это одна из важнейших частей системы управления персоналом компании. Проведение аттестаций включено в коллективный договор компании, а все мероприятия по повышению квалификации отражаются в системе планирования на предприятии.

Стоит отметить, что премии менеджерам выплачиваются и за оформление салона. Каждый месяц делается фотоотчет по оформлению салона. В ходе анализа фотоотчета особое внимание уделяется следующим показателям: насколько чисто в салоне, где расположены продаваемые устройства, верно ли стоят ценники и нет ли ценников без товара или наоборот, находятся ли на видных местах промо материалы от операторов и партнеров, оформление прикассовой зоны и т. п. Если «ошибок красной зоны» нет или, если они есть, то в количестве не более двух, все сотрудники салона получают премию.

Сотрудникам компании предоставляется социальный пакет расширенного характера: оплачиваемый отпуск, больничный и декретный отпуск с сохранением стажа работы, необходимая для служебного пользования мобильная связь, льготное кредитование в ряде крупных банков. Кроме того, существует система скидок для сотрудников на товар, который продает компания.

2) Организационно-распорядительные методы

В компании созданы хорошие организационные условия для работы. Так с 2012 г. АО «МегаФон Ритейл» реализует проект «Создание информационной системы «Универсальное Рабочее Место Консультанта — 2 (УРМК-2)» для сотрудников салонов связи». Благодаря данному проекту были автоматизированы основные процедуры обслуживания и продаж. В 2013 г. был претворен в жизнь проект «Портал знаний для сотрудников салонов «МегаФон Ритейл». Целью данного проекта являлось сокращение времени на поиск необходимой информации на портале «МегаФон Ритейл» для обслуживания клиентов, а также организация возможности поиска информации за нужный период по любому разделу портала: по ключевому слову, по дате. Таким образом, у сотрудников значительно сократились временные затраты, которые обычно тратились на поиск необходимой информации для обслуживания клиентов, вся информация была структурирована по разделам, а оформление новостной информации и документов организовано в формате, который удобен для восприятия работниками салонов.

Главным принципом компании является «выращивание» собственного кадрового резерва. Все основные позиции в рознице заполняют только те люди, у которых есть опыт в непосредственной розничной продаже. Никто не может стать руководителем, если он не поработал какое-то время в должности продавца. Вертикальный рост

в компании четко прописан и разбит на несколько этапов: аттестация, обучение, стажировка и т. д. Кроме того есть и программа горизонтального роста, которая предполагает профессиональное развитие сотрудников, не стремящихся к вертикальному росту, то есть не желают брать на себя дополнительную административную ответственность.

Обучение сотрудников приветствуется и поощряется. В компании существует несколько видов обучения: очное, дистанционное, а также большой учебный центр, позволяющий сотрудникам получить дополнительное образование.

Каждый сотрудник АО «МегаФон Ритейл» имеет возможность бесплатно проконсультироваться у профессиональных психологов и бизнес-коучей компании. К ним можно обратиться не только за помощью и советом по профессиональным вопросам, но и по взаимоотношениям в коллективе, с семейными трудностями или личностными сложностями любого плана.

3) Социально-психологические методы

Большое внимание в компании уделяют созданию корпоративной культуры. Внешние атрибуты этой куль-

туры — фирменная одежда сотрудников, принятое обращение на «ты». Организационная культура является одним из важнейших факторов, которые определяют успешность любого предприятия. Она в большой мере определяет социально — психологический климат в коллективе, лицо организации, а также ее потенциальные возможности.

В рассматриваемой работе нами были протестированы 95 испытуемых, которые являются членами одного трудового коллектива, стаж их совместной работы составляет от 3-х месяцев до 7 лет.

В ходе тестирования было выявлено, что основными источниками мотивации у сотрудников «МегаФон Ритейл» являются внутренние процессы и инструментальная мотивация, что подтверждает проведенный нами анализ.

Таким образом, можно сказать, что реализация выше-названных мероприятий способна совершенствовать мотивацию персонала АО «Мегафон Ритейл», что, в свою очередь, приводит к росту эффективности их работы и существенному росту доходов компании.

Литература:

1. Алехина, О. Е. Стимулирование развития работников организации. [Текст] / О. Е. Алехина. // Управление персоналом. — 2012. — № 1. — С. 50–52.
2. Захаров, Н. Л. Загадка русской души» или особенности мотивации труда российского персонала. [Текст] / Н. Л. Захаров // Менеджмент в России и за рубежом. — 2009. — № 3. — С. 19–24
3. Ильин, Е. П. Мотивация и мотивы. [Текст] / Е. П. Ильин — СПб.: Питер, 2002. — 514 с.
4. Кошелев, А. Н. Эффективная мотивация торгового персонала. [Текст] / А. Н. Кошелев. // Управление персоналом. — 2010. — № 1. — С. 24–30
5. Смирнова, Е. Ю. Менеджмент персонала. [Текст] / Е. Ю. Смирнова — М.: Элит, 2004. — 437с.

Возможности и функции информационно-образовательной среды в управлении образовательным процессом

Селичев Сергей Валерьевич, студент магистратуры
Самарский национальный исследовательский университет имени академика С. П. Королёва

Ключевые слова: тенденции, информационно-образовательная среда, информационные технологии, управление.

Современное образование России претерпевает ряд изменений в рамках модернизации экономики и ее перехода от постиндустриальной фазы к цифровой. Все изменения сопровождаются внедрением в образовательный процесс Федеральных государственных образовательных стандартов начального и основного общего образования нового поколения (далее ФГОС) на базе ФЗ 273 «Об образовании в Российской Федерации». Именно ФГОС начального и основного общего образования, вступающие в силу в полном объеме, определяют вектор развития системы образования на федеральном уровне.

Тенденциям развития и реформирования современного образования посвящено множество исследований, научных статей и учебных пособий. Их авторы сходятся во мнении при выделении ключевых тенденций развития образования России:

- демократизация;
- открытость и интеграция;
- стандартизация и регионализация;
- гуманизация;
- гуманитаризация;
- дифференциация;

- развивающий характер;
- непрерывность;
- информатизация и компьютеризация;
- технологизация и фундаментализация;
- ориентация на опережающее и непрерывное образование [?].

Рассматривая тенденции развития образования через призму реформирования и необходимости внедрения информационно-коммуникативных и цифровых технологий в образование, ключевой становится информатизация и компьютеризация. Развитие вектора именно этой тенденции дает широчайшие возможности для реализации всех остальных, т. к. современные компьютерные и цифровые технологии сняли ряд ограничений для получения образования, сделав его более доступным.

Информатизация и цифровизация образования делают возможным получение образования без ограничений по форме и виду, по удаленности обучающегося от места реального положения образовательной организации; создают широкие возможности для людей с ограниченными возможностями здоровья, особенно для тех кто мало мобилен и не может присутствовать на очных занятиях; снимают религиозные, гендерные, национальные рамки образовательного процесса, помогают сохранить культурную самобытность малых народов, давая возможность получать образование на родном языке; дают возможность получать международное образование, не выезжая за пределы своего города, не ориентируясь на языковую среду; помогает развивать личностные качества и реализовать творческий и умственный потенциал.

Наряду с освоением образованием инновационных цифровых технологий возникает потребность в новых педагогических подходах к реализации образовательного процесса. Появились широкие возможности дистанционного образования и расширились возможности использования дополнительного материала при использовании традиционных форм обучения.

Современное образование вышло за стены образовательных учреждений и способно существовать автономно от классических моделей реализации педагогических идей, давая возможность получать так называемое, цифровое образование. Но обилие информационных и технологических возможностей привело к возникновению огромного множества цифровых ресурсов, зачастую сомнительного качества. Это привело к необходимости создания качественных, индивидуальных, самодостаточных, независимых электронных образовательных ресурсов, способных удовлетворить потребности обучающегося в получении знаний, а образовательной организации дать возможность полностью реализовать свой педагогический потенциал. Платформой и хранилищем таких ресурсов может стать информационно-образовательная среда, которую формирует и развивает образовательная организация, исходя из собственных потребностей.

«Под информационно-образовательной средой мы понимаем совокупность субъектов образовательного процесса (преподаватели, обучающиеся) и компонентов методической системы обучения (содержание обучения, учебные и методические пособия, традиционные и электронные средства обучения, образовательные интернет-ресурсы, средства коммуникации и т. д.), обеспечивающих эффективную реализацию современных образовательных технологий, ориентированных на повышение качества образовательных результатов и выступающих как средство построения лично ориентированной педагогической системы» [1].

Стоит заметить, что ИОС, в вышеуказанном понимании, несет только образовательную функцию. Но ФГОС начального и основного общего образования четко регламентируют и нормативно закрепляют состав и структуру информационно-образовательной среды, при этом указывая не только на необходимость создания системы взаимодействия технологических средств (компьютеров, баз данных, коммуникационные каналы, продуктов программного обеспечения и т. д.), культурных и информационных форм информационного взаимодействия, развитой компетентности участников образовательного процесса для решения поставленных образовательных, воспитательных и профессиональных задач с помощью информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), но и наличие отдельных служб поддержки.

Службами поддержки становятся не только службы, поддерживающие постоянную и бесперебойную работу ИОС в целом, но и службы, обеспечивающие планирование образовательного процесса в соответствии с нормативными актами, обеспечивающие публикацию, размещение, хранение материалов, использующихся в образовательном процессе, контроль качества и анализа образовательного процесса, возможность постоянного взаимодействия участников образовательного процесса, сбор и обработку данных, полученных при реализации образовательной программы для коррекции, пролонгации и решения задач управления образовательной деятельностью. Смежные службы должны осуществлять контроль доступа всех участников процесса образования к ресурсам ИОС и ресурсам информационно-образовательного характера находящиеся вне ИОС, но являющиеся необходимыми для образовательного процесса. Также немаловажное направление деятельности вспомогательных служб ИОС — это обеспечение четкого взаимодействия образовательной организации с органами контроля качества и управления в сфере образования разного уровня.

Все элементы ИОС, как необходимые для реализации образовательного процесса, так и вспомогательные службы для удобства пользования и легкости управления и контроля, должны находиться в одной оболочке и образовывать целостное, взаимосвязанное и функциональное ядро ИОС образовательной организации.

Для обеспечения развития образования в соответствии с современными тенденциями ИОС должна быть:

- гибкой и способной приспосабливаться к постоянно меняющимся запросам участников образовательного процесса;
- открытой, предоставлять возможность доступа к своим ресурсам и функциональным возможностям из любой точки земного шара, функционировать и развиваться за счет всех доступных источников;
- многофункциональной, обладать и обеспечивать участников образовательного процесса всем перечнем предоставленных в ее распоряжение средств;
- эргономичной, интуитивной, способной быстро реагировать на запросы пользователя и др.

Каждый элемент ИОС, находясь в одной оболочке, является отдельно функционирующей системой, которая в свою очередь имеет ряд структурных подсистем, которые выстраиваются согласно методическим разработкам и требованиям, предъявляемым содержанием образования и средствами его реализации.

Рассматривая возможности и функции ИОС нельзя забывать и о тех, кто станет ее пользователями — педагогах, обучающихся и их родителях. Для того чтобы пользователи могли в полной мере реализовать свои педагогические обязанности и образовательные потребности с помощью ИОС, они должны обладать ИКТ-компетенциями. Стоит учесть, что основным пользователем и администраторами ИОС будут педагоги и администрация образовательной организации, так как именно на них ложится ответственность за организацию корректной работы системы, наполнение ее цифровым контентом. К тому же профессиональный стандарт педагога обязывает его владеть ИКТ — компетенциями, выделяя три основные: общепользовательскую ИКТ-компетенцию; общепедагогическую ИКТ-компетенцию; предметно-педагогическую ИКТ-компетенцию (отражающую профессиональную ИКТ-компетенцию соответствующей области человеческой деятельности).

Система среднего и высшего педагогического профессионального образования адекватно отреагировала на требования, предъявляемые к педагогам профессиональными и образовательными стандартами нового поколения, включив в программы обучения студентов модернизированные курсы информатики и ИКТ. Но это не решает возникающую проблему овладения педагогами старших поколений ИКТ-

компетенциями. Выход из ситуации предлагает система курсов повышения квалификации. Системообразующими образовательными организациями выступили не только организации среднего и высшего профессионального образования, но и специализированные образовательные организации переподготовки кадров и повышения квалификации педагогических работников. Кроме этого, образовательные учреждения самостоятельно организуют курсы повышения квалификации на своей базе и с привлечением сторонних сотрудников. Особенно такая форма подготовки педагогов дает положительный результат при рассмотрении вопросов, связанных с индивидуальными особенностями ИОС конкретно взятой образовательной организации.

Обучающиеся и их родители имеют меньшие права доступа и не имеют возможности администрирования системы, что понижает требования системы к ИКТ-компетенциям пользователей данного уровня. Но не освобождает их от обязанности овладения данного вида компетенциями. При этом обучающиеся находятся в более выгодной позиции, так как им предоставляется возможность овладения ИКТ-компетенциями в рамках образовательного процесса, зачастую без дополнительных временных и материальных затрат. Чего нельзя сказать о педагогах и родителях обучающихся, которые вынуждены дополнительно затрачивать время и зачастую финансовые средства на овладения ИКТ-компетенциями.

Говоря о модернизации системы образования в России и реализации концепции информатизации общества, можно заключить, что процесс информатизации и перехода к цифровой экономике процесс длительный и требующий значительных ресурсных затрат. Но этот процесс не обходим, и не имеет обратной силы. Так как Россия стремится занять лидирующую позицию среди стран с развитой экономикой, одним из показателей успешного роста и развития которой является успешно функционирующая, развивающаяся и показывающая высокие результаты система образования, и без использования ИОС это становится невозможным. Образование являясь базовым сегментом экономики обязано соответствовать требованиям времени. А, это значит, что цифровизация процесса управления образованием и внедрение ИОС повсеместно является приоритетом государственной политики в области образования.

Литература:

1. Федеральный Государственный Образовательный Стандарт Общего Образования — Среднее (полное) общее образование — URL: <http://www.xn — 80achddrlnpe7bi.xn — p1ai/index.php/igosob.html>
2. Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» N 273-ФЗ от 29 декабря 2012 года с изменениями 2018 года — URL: <http://zakon-ob-obrazovanii.ru/>
3. Профессиональный стандарт «Педагог (педагогическая деятельность в дошкольном, начальном общем, основном общем, среднем общем образовании) (воспитатель, учитель)», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 18 октября 2013 г. № 544нот 5 августа 2016 г. № 422н — URL: <http://xn — 80aaaaoadbi1fjidfjmsf6a.xn — p1ai/%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%84%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D0%B0%D1%80%D1%82-%D0%BF%D0%B5%D0%B4%D0%B0%D0%B3%D0%BE%D0%B3%D0%B0/>

4. ГОСТ Р 53620—2009 — Информационно-коммуникационные технологии в образовании. Электронные образовательные ресурсы. Общие положения. — URL: <http://www.gostedu.ru/50209.html>
5. Суворова Т. Н. Современная информационно-образовательная среда: терминологический аспект, структура, возможности, функции и перспективы развития — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennaya-informatsionno-obrazovatel'naya-sreda-terminologicheskii-aspekt-struktura-vozmozhnosti-funksii-i-perspektivy-razvitiya>

Теоретические проблемы управления дебиторской задолженностью

Старкова Ольга Яковлевна, кандидат экономических наук, доцент;

Мехоношина Анастасия Сергеевна, студент

Пермский государственный аграрно-технологический университет имени академика Д. Н. Прянишникова

В статье представлены основные проблемы управления дебиторской задолженностью на предприятии, и определён метод решения данных проблем — это ABC-анализ.

Ключевые слова: дебиторская задолженность, управление финансами организации, управление дебиторской задолженностью, мониторинг, анализ

Актуальность исследования заключается в том, что управление дебиторской задолженностью непосредственно влияет на ликвидность предприятия. Кредитная политика включает работу с покупателями, предусматривает пути, которые обеспечивают взыскание долгов, а также условий продажи, благодаря которым возможно гарантированное поступление денежных средств. В целях эффективного управления дебиторской задолженностью, необходимо обязательно проводить её анализ.

В Пермском крае за период с 01.08. 2017 года по 01.08.2018 год количество предприятий, имеющих просроченную дебиторскую задолженность, выросло с 295 до 300 единиц. Сумма задолженности также увеличилась с 27317,9 млн руб. до 31249,7 млн руб. [6, с. 23]. Данное положение подтверждает необходимость управления задолженностью.

Управление дебиторской задолженностью — это часть общей системы управления оборотными активами организации. От правильного управления дебиторской задолженностью зависит как оборачиваемость, так и рентабельность оборотных активов организации.

По словам И. А. Бланка, эффективное управление дебиторской задолженностью связано в первую очередь с оптимизацией размера и обеспечением инкассации задолженности покупателей и заказчиков [2, с. 134].

В. В. Ковалёв считает, что управление дебиторской задолженностью предполагает, прежде всего, контроль за оборачиваемостью средств в расчетах, а ключевым моментом в управлении дебиторской задолженностью служит определение сроков кредита, который представляется покупателем [4, с. 87].

По мнению С. Г. Брунгильд, главная задача управления дебиторской задолженностью — это установление с покупателями таких договорных отношений, которые смогут обеспечить полное и своевременное поступление средств для осуществления расчетов с кредиторами [1, с. 65].

В результате анализа мнений различных авторов, которые занимались вопросами повышения эффективности работы с дебиторской задолженностью, выяснилось, что в данных исследованиях основное внимание уделено дебиторской задолженности, которая возникает при расчетах с покупателями и заказчиками.

Процесс разработки политики управления дебиторской задолженностью предприятия должен происходить по этапам, представленным на рисунке 1:

Проблемы управления дебиторской задолженностью, с которыми сталкиваются многие предприятия, следующие:

- нет достоверной информации о реальных сроках погашения обязательств дебиторами;
- отсутствует определенный прописной и понятный регламент работы с дебиторской задолженностью;
- отсутствуют данные о сумме затрат, причиной которых служит рост размера дебиторской задолженности и при этом отсутствует динамика данных затрат;
- отсутствует функция проведения оценки надежности контрагентов;
- не проводятся мероприятия по отслеживанию эффективности продаж с отсрочкой платежа, тем самым не проводится расчет экономического эффекта предоставления коммерческого кредита;
- коллекторские функции, функции проведения анализа дебиторской задолженности и процесса принятия управленческих решений для урегулирования долга распределены между разными структурными подразделениями на предприятии.

В компаниях часто не существует регламентов взаимодействия между коммерческим директором и финансовым директором, не налажены информационные потоки [5, с. 3425].

К приемам, которые, способствуют управлению дебиторской задолженностью следует отнести: правильный учет заказов, оформления счетов и установления характера дебиторской задолженности.



Рис.1. Этапы управления дебиторской задолженностью

В целях эффективного управления дебиторской задолженности — следует использовать метод ABC- анализа.

Данный метод ABC помогает провести ранжирование дебиторов по степени влияния на конечный финансовый результат предприятия — продавца. На основе использования метода ABC предприятия — покупатели распределяются по трем категориям А. В. С. и для каждой группы покупателей используются характерные способы управления дебиторской задолженностью.

Для работы с должниками категории «А» необходимо проводить следующие мероприятия:

- проведение регулярной оценки достоверности прогноза платежей;
- возможное введение льготных условий взаимодействия;
- постоянное обновление данных в базе данных;
- проведение мероприятий по отслеживанию объемов заказываемых партий и регулярности взаимодействия.

В группе «В» находятся менее важные для предприятия дебиторы, однако их состояние тоже следует анали-

зировать регулярно. Для должника категории «В», используются те же мероприятия, что и для категории «А», но они осуществляются реже и с большими приемлемыми допусками.

К группе «С» относятся прочие дебиторы. Для управления дебиторами категории «С» нужно следовать следующим рекомендациям:

- следует проводить оценку клиента на предмет выплаты долгов и продолжения отношений;
- фиксация информации о клиенте должна быть простой, контроль за состоянием долгов следует производить периодически;
- проведение мероприятий по ужесточению условий платежей.

Таким образом, в настоящее время проблема ликвидности дебиторской задолженности является ключевой проблемой каждой компании, решение которой требует квалифицированного подхода к управлению дебиторской задолженностью и служит одним из условий укрепления финансового положения предприятия.

Литература:

1. Брунгильд С. Г. Управление дебиторской задолженностью / С. Г. Брунгильд. — М.: Книжкин дом, 2017. — 379 с.
2. Бланк И. А. Финансовый менеджмент. Учебный курс. 2-е издание, переработанное и дополненное — Киев: Эльга, Ника-Центр, 2013. — 656 с.
3. Галяутдинова А. Р. Проблемы управления дебиторской задолженностью на предприятии и пути их решения. Российское предпринимательство — № 16 (20), — С. 3425–3440.
4. Ковалёв В. В. «Финансовый менеджмент: теория и практика» — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2014. — 1024 с.

5. Кравчук Д. И., Кравчук В. И. Проблемы и пути решения управления дебиторской задолженностью на предприятии // Молодой ученый. — 2015. — № 2. — С. 272–274. — URL <https://moluch.ru/archive/82/15062/> (дата обращения: 30.11.2018).
6. Старкова О. Я. Платежная дисциплина организаций // Znanstvena misel. — 2018. — № 23. — с.21–24.
7. Тарасова Е. Ю. Управление дебиторской задолженностью // Управление. — 2015. — № 4 (10). — С. 41–49

Проведение исследования методом изучения кейса в организациях

Хачатрян Мариам Эдуардовна, студент магистратуры
Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта (г. Калининград)

Метод изучения кейса является полезный методом решения не только научных проблем в области управления, но и практических, что особенно важно для решения проблем, возникающих в экономической практике малых предприятий, управляемых их владельцами, а также крупных организаций с множеством заинтересованных лиц. Целью данного документа является представление специфики метода кейс-стади как метода качественных исследований, и отдельных практических аспектов в контексте исследований в области предпринимательства.

Ключевые слова: метод изучения кейса, метод кейс-стади, качественные исследования, методология, управление, предпринимательство, исследовательская проблема.

Введение

Существует множество методов исследования организации. Наиболее распространенными являются метод наблюдения, социальный эксперимент, анализ и другие. Однако практика изучения кейса или конкретной ситуации для исследования компаний до сих пор не обрела популярности в России. В данной работе будет рассмотрено значение понятие кейса-стади и причины его применения для исследования крупных и малых предприятий.

Метод изучения кейса представляет собой углубленное исследование конкретной ситуации, а не широкое статистическое исследование. Этот метод используется для сужения очень широкой области исследований в одну легко исследуемую тему.

В течение последних нескольких лет изучение кейсов развивалось как полезный инструмент для исследования тенденций и конкретных ситуаций во многих научных дисциплинах. Особенно широко данный метод использовался в социальных науках, психологии, антропологии и экологии.

Метод изучения кейсов также полезен для тестирования теоретических моделей, которые должны быть использованы в реальных ситуациях. Например, данный метод мог бы быть использован во время тестирования различных бизнес-моделей компаний.

Целью данной статьи «Проведение исследования методом изучения кейса в организациях» является представление специфики метода кейс-стади как метода качественных исследований и отдельных практических аспектов в контексте исследований в области предпринимательства, а также, рассмотрение оснований для выбора кейсов для анализа.

Понятие метода кейс-стади

Метод изучения конкретной ситуации позволяет исследователю внимательно изучить данные в определен-

ном контексте. Изучение кейсов раскрывает и исследует современное явление в реальной жизни посредством детального контекстного анализа ограниченного числа событий или условий и их отношений. В большинстве случаев при данном методе выбираются ограниченное число лиц или небольшая географическая область в качестве субъектов исследования.

Другими словами, метод изучения кейса определяется как эмпирическое исследование, которое исследует современное явление в его реальном контексте, когда границы между явлением и контекстом явно не очевидны, и в котором используются многочисленные источники доказательств.

Изучение кейс-стади позволяет исследовать и понимать сложные проблемы. Его можно считать надежным методом исследований, особенно когда требуется целостный, углубленный анализ. Метод изучения кейсов позволяет исследователю внимательно изучить данные в определенном контексте. Популярность метода кейс-стади в качестве исследовательского метода обусловлена тем фактом, что исследователи постоянно становятся все более обеспокоены ограничениями количественных методов в предоставлении целостных и углубленных объяснений социальных и поведенческих проблем. Методы изучения конкретных ситуаций позволяют исследователям выходить за рамки количественных статистических результатов и понимать поведенческие условия с точки зрения субъекта. Включая как количественные, так и качественные данные, метод кейс-стади зачастую позволяет объяснять как процесс, так и результат явления посредством полного наблюдения, реконструкции и анализа исследуемых случаев.

Следует подчеркнуть, что метод кейс-стади является полезным методом решения не только научных проблем в области управления, но и практических, что особенно

важно для решения проблем, возникающих в экономической практике малых компаний, управляемых их владельцами, а также крупных организаций с множеством заинтересованных лиц.

Специфика кейс-стади как метода качественных исследований

В области управления наукой решение исследовательской проблемы или объяснение решения может потребовать использования метода качественных исследований. Целью качественных исследований является понимание исключительности ситуации, понимание характера конкретного явления, его контекста и взаимодействия с другими компонентами, а не попытка предсказать, что может произойти в будущем. Качественное исследование состоит из подробного контекстного анализа конкретного количества событий или условий и их отношений. Они, как правило, глубокие, исследовательские, основанные на опыте, интерпретации и субъективности. Качественные исследования относятся к методам исследования, описывающим и объясняющим опыт, поведение, взаимодействие и социальный контекст человека.

В качественных исследованиях часто задают вопросы: «как?», «почему?» и «когда?», которые выделяют связи между отдельными конструкциями. Качественные исследования применимы к ситуациям, в которых требуется дедукция, когда конкретное исследование включает новые, сложные явления и события, отличающиеся в разных случаях их участников. [3, С. 7]

Одной из фундаментальных традиций качественных исследований является метод кейс-стади или метод изучения конкретного кейса. Он определяется как качественный метод исследования, состоящий в изучении одного или нескольких случаев (организаций, программ, событий, отношений, социальных процессов и т. д.) высокой внутренней сложности и интенсивных отношений с окружающей средой с одновременным использованием многих источников информации, принимая во внимание контекст, в котором происходит конкретный случай [3, С. 7]. Другими словами, метод кейс-стади определяется как эмпирическое исследование, объектом которого является исследование конкретного феномена в его реальном контексте. Использование метода изучения кейса часто происходит в ситуации, когда границы между явлением и его контекстом не совсем ясны и в ситуациях, когда можно использовать данные из многих источников. [5, С. 8]

Основания для выбора кейсов для анализа

Выбор кейсов для анализа является основой для деятельности исследователя, использующего стратегию кейс-стади. Случайный выбор кейсов не является подходящим решением в условиях, когда целевое количество случаев, подвергнутых анализу, слишком мало.

В таких условиях необходим целенаправленная выборка. Метод кейс-стади в большинстве случаев используется только при использовании целенаправленной выборки в вопросе отбора кейсов.

Если используемый метод направлен на углубление понимания, а не на предсказание, выбор участников исследования сосредоточен на лицах, которые становятся катализаторами диалога относительно их жизненного опыта. Однако, окончательный выбор соответствующих случаев является особой проблемой, когда их число должно быть очень ограниченным. При отборе кейсов, несомненно, важным фактом является то, что в большинстве исследований метод кейс-стади ориентирован на объяснение свойств большей популяции. Таким образом, кейсы, выбранные для анализа, являются чем-то большим, чем сам конкретный случай, даже если обобщения сформулированы не обязательным образом. Выбранные случаи должны выполнять только функцию представление всей совокупности кейсов, которое обычно намного больше, чем отдельный анализируемый кейс.

Действительно показательный кейс не так легко распознать. Дополнительной задачей для исследователя также является достижение разнообразия конкретных ситуаций среди значительных размеров области.

К проблеме предпринимательства применимы именно случаи, которые являются максимально диверсифицированными и направленными на получение информации о значимости различных условий для конкретного процесса или явления и его результата. Критерий разнообразия требует изучения многих кейсов, выбранных таким образом, чтобы представить разные обстоятельства или противоречивые кейсы. Эти различные обстоятельства в случае исследований предпринимательства являются, например, различными этапами цикла предпринимательства.

Согласно другой классификации стоит выбрать кейсы, позволяющие провести исследование, которое, в результате позволит сформулировать общие вопросы и гипотезы для будущих исследований или даст оценку осуществимости исследовательских процедур, запланированных в будущих исследованиях. [5, С. 8]

Существует семь типов методологических оснований для отбора кейсов для анализа. В соответствии с данной классификацией кейсами, выбранными для анализа проблем предпринимательства, являются те, которые указаны в группе типичных, разнообразных случаев. Типичным случаем представляется тот, который является представителем такого рода, отражающим лучшую его специфичность. Исследование, основанное на этом типе случаев, фокусируется на примере стабильных отношений, происходящих в большем числе кейсов.

Поиск типичного случая возникновения явления позволяет выполнить основное условие, необходимое в процессе выбора кейсов. Благодаря своей структуре, типичный случай может восприниматься в качестве репрезентативного случая.

Когда исследователь фокусируется на ценностях, анализ носит исследовательский характер, ориентированный на поиск гипотез. Однако, когда исследователь сосредоточен на отношениях между переменными, анализ носит под-

твердительный характер (проверка гипотезы). Переменная, которая может быть существенной для отбора кейсов, является этапом бизнес цикла. Помимо этапа бизнес цикла, переменная также может быть этапом цикла развития предприятия.

Презентация исследования должна быть представлена в виде описательного отчета. Суть дискуссии отдельных кейсов должна быть указана в форме сформулированного вопроса или вопросов исследования.

Таким образом, мы переходим к следующей части статьи. Использование метод изучения кейса в организации или исследование одной компании и способ взаимодействия людей внутри нее.

Следует подчеркнуть, что кейс-стади по своей природе не является линейным методом исследования, в котором утвержденные инструменты и протоколы сбора данных не подвергаются изменениям, напротив, это итеративная деятельность. В таких процедурах повторяется этап разработки инструментов и сбора данных из-за полученной информации или возникших трудностей. То есть, инструменты могут меняться на разных этапах. Источником данных в кейс-стади могут быть наблюдения, интервью, документы компании, статьи в прессе, обзоры, базы данных, представляемые различными учреждениями. Кроме того, отсутствуют какие-либо методологические ограничения как, например, для метода анализа данных.

Практика кейс-стади в крупных компаниях

Метод изучения кейсов является ценным инструментом для изучения процесса покупки в крупных и сложных организациях. Процесс покупки, в свою очередь, является продвижением товара к потребителю с момента, когда потребность в нем возникает в сознании, до того момента, когда проводится оценка совершенной покупки. Метод кейс-стади признает, что у таких клиентов есть много игроков на рынке с разными целями.

На подобных рынках крупных организаций продавцы часто должны обращаться к нескольким контактными точкам с разными сообщениями и уметь управлять конфликтами между отделами, чтобы обеспечить продажу. [8, С. 8]

Метод изучения кейсов представляет собой качественный исследовательский инструмент, который обеспечивает глубину и понимание процесса организационных закупок. Более традиционные качественные исследования состоят из фокус-групп или углубленных интервью и, как правило, широко охватывают многие организации. В противоположность другим методам исследований метод кейс-стади собирает больше информации о каждой организации в исследовании, с интервью и фокус-группами, проводимыми с несколькими заинтересованными сторонами внутри одной организации.

Проекты метода изучения кейсов требуют тщательного планирования, начиная с выбора небольшого числа организаций для изучения конкретных кейсов (обычно от 4 до 10). Образец может представлять разные перспективы для обучения. Например, некоторые изучения кейсов могут про-

водиться с организациями, которые очень успешны или удовлетворены конкретной услугой, в то время как другие могут проводиться с теми, которые не увенчались успехом. Контраст в данном случае облегчает определение факторов успеха в отчете. При использовании метода кейс-стади интервью или фокус-группы организованы с несколькими лицами. Например, исследование по информационным технологиям может включать в себя интервью с руководством в ключевой функциональной области, с конечными пользователями, с финансовым отделом и исполнительным директором. Команда, проводящая интервью, как правило, собирает все данные за один день. Команда может также собирать данные, помогающие понять сложность работы. Например, сбор технической информации или блок-схемы процессов.

Анализ кейс-стади выходит за рамки традиционной отчетности для качественных исследований, рассматривая динамику между ролями в организации покупателя. В форме описательной модели данный метод объясняет, где цели соответствуют или различаются, относительное влияние разных игроков в процессе принятия решений и как достигается консенсус.

По сравнению с другими методами исследования, результаты метода изучения кейсов более актуальны для компаний, которые продают высококачественные услуги крупным корпорациям, учреждениям или государственным учреждениям.

Заключение

Метод кейс-стади позволяет всесторонне и глубоко осмыслить широкий круг вопросов по ряду дисциплин. Хотя в некоторых областях существуют различия, очевидны общие черты, которые могут служить руководством для применения проекта исследования кейса.

Основные вкладчики в разработку метода кейс-стади согласны с тем, что основное внимание в данном методе привлекает подробный запрос единицы анализа как ограниченной системы (кейса) со временем в ее контексте.

Имея возможность адаптировать индивидуальные подходы к изучению конкретного вопроса, проекты кейс-стади могут охватывать широкий круг вопросов, которые задают вопрос, почему, что и как из проблемы, и помогают исследователям изучать, объяснять, описывать, оценивать и теоретизировать сложные проблемы в контексте. Результаты могут привести к глубокому пониманию поведения, процессов, практики и отношений в контексте. Профессии, в том числе социальные науки, образование, здравоохранение, право, менеджмент, бизнес и градостроительство, охватили исследования по кейс-стади, продемонстрировав эти результаты.

Постоянное применение и обоснованная дискуссия о ценности, обоснованности и способности исследований кейсов усилили эффективность подходов к рассмотрению конкретных случаев как мощных форм качественных исследований.

В качестве заключительного замечания стоит отметить, что в последние годы метод кейс-стади занимает ведущие позиции в качестве метода качественного исследования в областях, требующих исследованию сложной организационной реальности, в том числе в области предпринимательства.

Литература:

1. Bernard H. R. Research Methods in Anthropology: Qualitative and Quantitative Approaches. — 6th edition. — Lanham: Rowman & Littlefield Publisher, 2017. — 725 с.
2. Stewart, Alison. Case study. In Jane Mills & Melanie Birks (Eds.), Qualitative methodology: A practical guide. — CA: Sage: Thousand Oaks, 2014. — 145–159 с.
3. Creswell, John W. Research design: Qualitative, quantitative and mixed methods approaches. — 4th ed. — CA: Sage: Thousand Oaks, 2014.
4. Miles, Matthew B.; Huberman, A. Michael & Saldana, Johnny. Qualitative data analysis: A methods sourcebook.. — CA: Sage: Thousand Oaks, 2014.
5. Yin, Robert K. Case study research: Design and methods.. — Los Angeles, CA: Sage.: Thousand Oaks, 2014.
6. Flyvbjerg B. Five Misunderstandings about Case-Study Research // Qualitative Inquiry. — 2006. — № 12 (2). — С. 219–245.
7. Boblin, Sheryl L; Ireland, Sandra; Kirkpatrick, Helen & Robertson, Kim. Using Stake’s qualitative case study approach to explore implementation of evidence-based practice // Qualitative Health Research. — 2013. — № 23 (9). — С. 1267–1275.
8. Researching Large Organizations: A Case Study Approach // Rockbridge. URL: <https://rockresearch.com/researching-large-organizations-a-case-study-approach/> (дата обращения: 1.12.2018).
9. Case Study Research: Foundations and Methodological Orientations // Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research. URL: <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/2655> (дата обращения: 20.11.2018).
10. Case Study Research Design // Explorable. URL: <https://explorable.com/case-study-research-design> (дата обращения: 20.11.2018).

Система показателей-индикаторов управления финансовой устойчивостью производственной сферы

Ховякова Анна Георгиевна, студент магистратуры;
Соколова Нелли Викторовна, доцент
Кубанский государственный университет (г. Краснодар)

В статье рассматриваются различные показатели-индикаторы, способные оказывать воздействие на управление финансовой устойчивостью предприятий производственной сферы. Производственная сфера представлена наиболее крупными отраслями экономики, для которых разработаны рекомендации по управлению финансовой устойчивостью.

Анализируя и прогнозируя финансовую устойчивость компаний, необходимо руководствоваться показателями, которые являются количественными оценками факторов влияния на устойчивость финансового положения компании. Для улучшения эффективности деятельности, обеспечения финансовой устойчивости и платежеспособности, росту прибыльности предприятия необходимо совершенствование процесса управления финансами. Оценка деятельности предприятия привычным способом, которая основывается лишь на анализе динамики финансовых показателей, в ситуации жесткой конкуренции не дает провести быстрое реагирование на меняющуюся рыночную ситуацию. А также есть опасность того, что рост прибыли

станет чрезмерной задачей, которая заслонит другие стороны деятельности предприятия. [1, с.131]

Особенностью финансов сельского хозяйства можно назвать естественный процесс выращивания, который может объяснять постепенное нарастание затрат, сезонный разрыв между сроками нарастания затрат и получения доходов, что может приводить к необходимости наличия сумм оборотных средств. Одним из средств производства является земля, которая не амортизируется, а соответственно не участвует в формировании себестоимости.

Такие особенности с учетом рисков отрасли могут обеспечивать меньшую устойчивость, по сравнению с другими отраслями производства именно поэтому нормативные от-

раслевые значения коэффициентов значительно ниже текущего значения. Так, первостепенной задачей для сельскохозяйственных организаций является контроль дебиторской задолженности.

Таблица 1. Система показателей-индикаторов управления финансовой устойчивостью организаций производственной сферы

Отрасли	Факторы влияния на финансовую устойчивость	Ключевые индикаторы финансовой устойчивости	Задачи управления финансовой устойчивостью	Пути управления финансовой устойчивостью
Сельское хозяйство	Масштаб производства, наличие дебиторов, себестоимость продукции	Рентабельность проданных товаров, величина дебиторской задолженности	Контроль дебиторской задолженности, расширение рынка сбыта за счет повышения производства и отдачи основных средств	Обеспечение продовольственной безопасности, технологические (инновационные) внедрения, сокращения массы издержек, ограничения объемов отгрузки, критерияльное выделение покупателей
Добыча полезных ископаемых, обрабатывающие производства, производство электроэнергии и газа	Высокая стоимость капитала	Коэффициент автономии	Диагностика фондового потенциала	Мероприятия по повышению эффективности использования основных производственных фондов, выявление резервов повышения эффективности использования основных фондов
Строительство	Результаты производственной деятельности, структура заемных средств затратах на производство	Кредиторская задолженность, оборот организаций	Контроль зависимости от внешних источников и рентабельностью деятельности	Снижение затрат на производство путем повышения производительности труда, сокращение продолжительности производственного и финансового цикла, повышение технического уровня производимых работ
Транспорт	Себестоимость продукции, величина и структура оборотных активов	Рентабельность товаров, коэффициент обеспеченности собственными средствами	Обеспечение долга и капитала средствами финансирования	Анализ операционной деятельности, прогнозирование движения денежных средств, повышение производительности активов

Основную долю имущества организаций добывающей промышленности занимают внеоборотные средства, представленные основными средствами организаций с целым комплексом сооружений, шахт, коммуникаций и пр. Обрабатывающие производства в большей степени, как и производство электроэнергетики, имеют схожие факторы влияния, согласно которым мы предлагаем строить модель управления финансовой устойчивостью, а также использовать для дальнейшего прогнозирования деятельности.

Особенности отрасли строительства в управлении финансовой устойчивостью заключается в исследовании неравномерности поступления выручки, которая чаще всего является основным источником собственных средств, в связи с продолжительностью процесса строительства, такой же нестабильной потребностью оборотных средств, структура расходов, высокая доля кредиторской задолженности и пр. Задачи и возможные пути управления фи-

нансовой устойчивостью предложены на основе факторов влияния.

Учет отраслевой специфики позволит сформировать систему показателей и определить нормативные именно для данной отрасли значения показателей, что позволит получить более правдоподобную и корректную информацию о деятельности предприятия. [2, с.67] Разработанная и предложенная система показателей — индикаторов, наиболее предпочтительных для каждой из отраслей, с учетом ключевых параметров влияния факторов устойчивости на определенные отрасли позволит использовать их в процессе прогнозирования финансовой устойчивости деятельности предприятия. Применение системы позволяет учесть отраслевые особенности развития предприятий, что содействует решению задач, аналитического обоснования прогнозирования финансового состояния хозяйствующих субъектов и выбору направлений повышения их финансовой устойчивости. [3, с.460]

Литература:

1. Давлетова Р.С. Файзуллин Р.В. Система сбалансированных показателей для оценки устойчивости предприятия // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия «Экономика и экологический менеджмент». — 2014. — № 3. — С. 130–140.
2. Лядова Ю.О. Особенности выбора показателей в рамках проведения финансового анализа // Проблемы и перспективы экономики и управления: материалы VI Междунар. науч. конф. — СПб.: Свое издательство, 2017. — С. 66–69.
3. Саакян Т.Г. Прогнозное моделирование финансовой устойчивости предприятий отрасли по производству безалкогольных напитков на основе рейтинговой оценки // Молодой ученый. — 2013. — № 11. — С. 451–465.

Влияние властей на редевелопмент промышленных территорий

Шапина Екатерина Сергеевна, студент магистратуры

Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университет

Не так давно администрация Санкт-Петербурга пересмотрела свою политику в отношении промышленных зон. Раньше власти были не против возведения жилых зданий и офисов на землях промышленных зон, теперь от этой политики решили отказаться. Было решено по максимуму сохранить функции промышленных зон «серого пояса» в Санкт-Петербурге. По словам главы Комитета по промышленной политике и инновациям, в этом вопросе у правительства есть четкая позиция — сохранение и развитие промышленного потенциала Санкт-Петербурга.

Дело заключается в том, что промышленность Санкт-Петербурга приносит в государственный бюджет около 40% от всех налоговых поступлений. Так же, по словам чиновника, даже если земли будут освобождаться, то их исходные функции будут сохранены в большинстве случаев. Так, на освободившихся участках будут строиться инновационные заводы.

Такую политику относительно редевелопмента промышленных зон в Санкт-Петербурге уже начали реализовывать в конце 2014 — начале 2015 года. Более 90% обращений о переводе промышленных земель в общественно-деловые зоны или земли под жилую застройку, в комиссию по внесению изменений в Генплан, были отклонены или оставлены на дальнейшее рассмотрение. По мнению некоторых специалистов, власти осознанно отклоняли большую долю обращений и предложений.

В 2005 году много промышленных территорий в Санкт-Петербурге были переведены в зоны общественно-деловой и жилой застройки. Часть из переведенных территорий до сих пор не подверглась изменениям. По мнению губернатора Санкт-Петербурга, вопрос о переводе промышленных зон должен открыться тогда, когда приоритеты территориального развития города будут определены.

Несмотря на позицию властей, процесс редевелопмента не может полностью остановиться. Девелоперы продолжают работать с теми участками, назначение которых были изменены ранее.

Из-за подобного отношения властей к редевелопменту промышленных зон, в России этот процесс осваивается достаточно медленными темпами, а соответственно и законодательная база, которая должна регулировать и в чем-то упрощать эту деятельность, не полна и создает проблемы.

Эту проблему можно решить, если власти пересмотрят ориентацию города и уделят больше внимания туризму. В этом случае, можно было бы компенсировать доходы от промышленных предприятий в Санкт-Петербурге за счет доходов от туризма.

Санкт-Петербург — исторический город, с большой историей, множеством памятников, музеев. На данный момент, в Петербурге расположилось около 4000 объектов культурного наследия. Из них 40% — это памятники истории федерального значения, а исторический центр и памятники, расположившиеся в нем — объекты всемирного наследия ЮНЕСКО.

С каждым годом количество туристов, посетивших Санкт-Петербург, увеличивается. Для сравнения, по данным комитета по развитию туризма в Санкт-Петербурге, в 2013 году 6.2 млн туристов посетили город на Неве, за 2015 год 6.5 млн туристов. К слову, показатели 2015 года стали рекордными в истории города. Помимо иностранных туристов, Российские граждане так же проявляют интерес к Санкт-Петербургу, а в эпоху санкций, которые коснулись и туристического направления, этот интерес должен увеличиться. Это значит, что в данный момент самое время развивать Санкт-Петербург, как культурный, туристический город.

Согласно статистике, в последние годы, доходы бюджета Санкт-Петербурга от туризма составляют 6–10% от общего. Это в разы меньше, чем доход от производств, расположенных в черте города.

Правительство уже начало работу по развитию Санкт-Петербурга, как культурного центра, об этом можно судить по принятому постановлению «О государственной

программе Санкт-Петербурга «Развитие сферы культуры и туризма в Санкт-Петербурге» на 2015–2020 года (с изменениями на 3 февраля 2016 года)». [3]

В данном постановлении выявлены проблемы, которые препятствуют развитию города, как культурного и туристического центра страны, а также поставлены задачи, которые помогут на пути к решению этих проблем.

Выявленные проблемы:

- Понижение культурного, а также образовательного уровня граждан;
- Многие памятники требуют незамедлительной реставрации;
- Уровень оплаты труда в сфере туризма и культуры низок;
- Нехватка квалифицированных кадров в сфере туризма и оказания услуг, из чего следует низкое качество представленных услуг;
- Плохое продвижение туристического продукта;
- Плохая техническая оснащённость туристической инфраструктуры, как следствие небольшая заинтересованность со стороны туристов.

Принимая во внимание вышеизложенные проблемы, правительством были поставлены следующие задачи [3]:

- Сохранение культурного и исторического наследия Петербурга и его популяризация;
- Поддержка на государственном уровне творческих деятельностей в Санкт-Петербурге;
- Формирование культурного имиджа Петербурга, как основного конкурентного преимущества города;
- Сохранение и помощь в развитии государственных образовательных учреждений в сфере искусств и т. д.

По планам правительства, эта программа должна быть реализована до 2020 года. Рассмотрение вносимых изменений в программу происходит каждые три года. [3]

Конечно, реализации данной программы по увеличению туристической привлекательности мешают промышленные зоны в Санкт-Петербурге. Главным образом на это влияют

предприятия, которые располагаются в относительно центральной части города и значительно ухудшают вид города и впечатления туристов.

При развитии туристического направления города, а также постепенного увеличения доходов от туризма можно не спеша удалять промышленные зоны за черту города и отдавать земли под редевелопмент, тем самым компенсируя потерю доходов бюджета от предприятий — туризмом.

Помимо вышесказанного, стоит отметить, что на реставрацию объектов культурного наследия и памятников из бюджета Санкт-Петербурга выделяются не малые деньги. При этом доказано, что помимо естественного старения таких объектов, на их разрушение влияет атмосферное загрязнение. Это значит, что вредные выбросы заводов Санкт-Петербурга непосредственно влияют на физическое состояние памятников и значительно ускоряет их разрушение.

Если мнение властей по поводу сохранения промышленных зон в Петербурге поменяется, то возможно и проблема с согласованиями документов решится сама собой. Как говорилось раньше, администрация Санкт-Петербурга на данный момент просто отклоняет все заявки на изменение генерального плана и редевелопмент промышленных зон. В остальных же случаях, на согласование таких документов могут уйти года.

Если главным приоритетом властей станет развитие туризма и вывод промышленных зон, то и администрация Санкт-Петербурга, возможно, будет охотнее помогать девелоперам, создавать новые законопроекты, которые будут ускорять длительный процесс подготовки документов.

Процесс редевелопмента зачастую сложнее, чем процесс девелопмента из-за долгосрочных вложений капитала. Многие проблемы в процессе реализации проектов приводят к дополнительным финансовым тратам, но даже на это строители и девелоперы с легкостью пойдут при поддержке редевелопмента со стороны государства.

Литература:

1. Градостроительный кодекс Российской Федерации.
2. Постановление Министерства Российской Федерации по делам гражданской обороны, чрезвычайным ситуациям и ликвидации последствий стихийных бедствий 18 октября 1996 г. N 1–38–4
3. Федеральный закон от 24.11.1996 N 132-ФЗ (ред. от 29.06.2015, с изм. от 02.03.2016) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».
4. Постановление от 17.06.2014 N 488 О государственной программе Санкт-Петербурга «Развитие сферы культуры и туризма в Санкт-Петербурге» на 2015–2020 годы.
5. Федеральный закон от 30.12.2004 N 214-ФЗ (ред. от 01.05.2016) «Об участии в долевом строительстве многоквартирных домов и иных объектов недвижимости и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации».
6. Постановление ВС РФ от 27.12.1991 N 3020–1 (ред. от 15.07.98) «О разграничении государственной собственности в Российской Федерации на федеральную собственность, государственную собственность республик в составе Российской Федерации, краев, областей, автономной области, автономных округов, городов Москвы и Санкт-Петербурга и муниципальную собственность»
7. Гальперин В. М., Игнатьев С. М., Моргунов В. И. «Макроэкономика». СПб.: Экономическая школа 2008 г.

Управление оборотными активами организации

Яковлева Ирина Владимировна, кандидат экономических наук, доцент;

Зайченко Юлия Сергеевна, студент магистратуры

Оренбургский государственный университет

Управление активами предприятия представляет комплексную систему принципов и методов разработки и реализации управленческих решений, связанных с их формированием, эффективным использованием в деятельности предприятия и организацией оборота.

Единого подхода к управлению активами организации не существует в экономической литературе [1].

Вопрос управления активами предприятия является актуальным в современных условиях и рассматривается в работах таких экономистов, как:

— А. М. Поддерегина рассматривает управление активами, как комплекс мероприятий, направленный на обеспечение условий оптимизации и непрерывности процесса их оборота, формирования достаточного их объема, рациональной структуры и эффективной организации их использования.

— В. В. Ковалев утверждает на то, что политика управления оборотным капиталом должна обеспечивать поиск компромисса между риском потери ликвидности и эффективностью работы».

— По мнению Л. Е. Басовского управлением активами предприятия — это часть общей финансовой стратегии предприятия, которая заключается в формировании необходимого объема и состава активов, рационализации и оптимизации структуры источников их формирования.

— П. Н. Шуляк трактует управление активами предприятия, как систему принципов и методов разработки и реализации управленческих решений, связанных с обеспечением эффективного его применения в различных видах деятельности организации [3].

— И. А. Бланк полагает, что суть политики управления активами предприятия заключается в формировании необходимого объема и состава активов, рационализации и оптимизации структуры источников их финансирования [1].

Следовательно, фундаментом эффективной работы предприятия, его финансового состояния, ликвидности и платежеспособности, является эффективно разработанная менеджерами политика управления активами предприятия.

Более подробно рассмотрим управление оборотными активами предприятия. Для осуществления организацией производственной деятельности необходимым условием служит наличие у нее оборотных средств.

Под оборотными средствами понимают процесс производства и процесс обращения оборотных активов и оборотного капитала.

Оборотные активы — это активы, которые характеризуют совокупность имущественных ценностей организации, при этом постоянно возобновляемые для обеспечения текущей деятельности, вложения в которые в минимальном

объеме оборачиваются около одного года или в течении одного производственного цикла.

Оборотные средства организации делятся на следующие группы: незавершенное производство, производственные запасы, денежные средства организации и готовая продукция [2].

Теперь рассмотрим каждую группу более подробно. Незавершенное производство и производственные запасы, выступают оборотными фондами производства предприятия.

Одним из главных назначений оборотных фондов производства предприятия — обеспечение ритмичности и бесперебойности производственного процесса. Следует отметить, что производственные запасы, участвуют только в сфере производства, а не только в процессе производства, так выступают потенциальными элементами производства. Под незавершенным производством понимают предметы труда, находящиеся непосредственно в процессе производства, подвергающиеся обработке. Фактически это изделия разной степени готовности, незаконченные производством.

Бесперебойность процесса кругооборота фондов производственных компаний обуславливается необходимостью в этих оборотных фондах.

Основная цель управления оборотными средствами — установление структуры оборотного капитала, объема и источников его финансирования, достаточного для обеспечения долгосрочной и эффективной финансовой деятельности предприятия.

В обязанности финансового менеджера входит, осуществление процесса формирования оборотного капитала в размере, оптимизирующем управление текущей деятельностью. Неотъемлемой частью финансово-хозяйственной характеристики организации является его ликвидность [4].

Не исключена потеря ликвидности организации, постоянные сбои в работе и низкая прибыль, если отсутствует поддержка производственной деятельности, при низком уровне оборотного капитала. Прибыль считается максимальной, при достижении оптимального уровня оборотного капитала.

Поэтому стратегия управления оборотным капиталом нацелена на обеспечение компромисса между риском потери ликвидности и эффективностью осуществления работы предприятия.

Это условие является решением двух основных задач:

— обеспечение приемлемого объема, структуры и рентабельности активов;

— обеспечение платежеспособности. Это условие не учитывается в том случае, если у организации отсутствуют средства для оплаты по счетам, а также не выполняются обязательства, то, в ко-

нечном счете, организация признается банкротом. Кроме того, без достаточного уровня оборотного капитала возможно столкновение с риском неплатежеспособности.

Объем оборотных активов должен обеспечивать платежеспособность предприятия.

Выделяют внешние и внутренние факторы, влияющих на состояние, величину и структуру оборотных активов. Внешние факторы включают в себя: общую экономическую ситуацию в стране, темп инфляции, уровень ставок банковского кредитования, тенденции развития инвестиционного рынка и особенности налогового законодательства.

На сегодняшний день наибольшее значение для организации имеют внешние факторы такие, как взаимоотношения предприятия с поставщиками и заказчиками. От степени налаженности контактов с контрагентами зависят величины запасов сырья, готовой продукции, дебиторской задолженности.

Внутренние факторы включают в себя: масштаб деятельности компании, расположение поставщиков и подрядчиков, темпы роста производства и реализации продукции, конкурентоспособность предприятия на рынке, учетная политика предприятия, качество работы менеджеров компании.

Критерием оценки оборачиваемости активов, а также показателем меры использования оборотных активов, выступает оборачиваемость. Оборачиваемость оборотных средств — это продолжительность полного кругооборота средств с момента приобретения оборотных средств до реализации готовой продукции. Заключительной стадией кругооборота оборотных средств является зачисление выручки на счет организации.

Оборачиваемость оборотных средств, в зависимости от их отраслевой принадлежности, имеет различия на разных предприятиях [1].

Целенаправленное управление оборотными активами организации обуславливает необходимость в предварительной классификации. Оборотные активы предприятия классифицируются по приведенным ниже признакам:

- по характеру финансовых источников финансирования выделяют валовые, чистые и собственные оборотные активы.

Валовые оборотные активы отражают общий их объем, сформированный за счет собственного и заемного капитала.

Собственные оборотные активы охватывают ту их часть, которая сформирована за счет собственного капитала.

Чистые оборотные активы характеризуют ту часть их объема, которая сформирована за счет собственного и долгосрочного заемного капитала.

Управление оборотными активами организации связано с выявленными особенностями формирования его операционного цикла. Операционный цикл — период полного оборота всей суммы оборотных активов, в процессе, которого происходит смена отдельных видов.

Временной промежуток от приобретения производственных запасов и до получения денежных средств от реализации, произведенной продукции.

Движение оборотных активов организации в процессе их кругооборота проходит четыре основных ступени, в результате которых меняет свои формы.

Первая ступень — денежные активы, используемые для приобретения сырья и материалов, то есть входящих запасов материальных оборотных активов.

Вторая ступень — в результате непосредственной производственной деятельности входящие запасы материальных оборотных активов преобразуются в запасы готовой продукции.

Третья ступень — запасы готовой продукции реализуются потребителям и до осуществления операции по их оплате преобразуются в текущую дебиторскую задолженность.

Четвертая ступень — инкассированная текущая дебиторская задолженность вновь преобразуется в денежные активы.

Значимой чертой операционного цикла, является его продолжительность, так как он оказывает существенное влияние на объем, структуру и эффективность использования оборотных активов. Продолжительность операционного цикла — это период времени от момента расходования предприятием денежных средств на приобретение входящих запасов материальных оборотных активов до поступления денег от дебиторов за реализованную им продукцию [3].

В том числе, в процессе управления оборотными активами в рамках операционного цикла выделяют две неотъемлемые составляющие: производственный цикл предприятия и финансовый цикл предприятия.

Производственный цикл предприятия — период оборота материальных элементов оборотных активов, которые используются для производственного процесса, с момента поступления сырья до момента отгрузки изготовленной готовой продукции покупателям.

Финансовый цикл — период времени между началом оплаты поставщикам полученных от них сырья и материалов и началом поступления денежных средств от покупателя за поставленную им продукцию.

Основные этапы управление оборотными активами организации:

- анализ оборотных активов предприятия в предшествующем периоде. Главная цель анализа оборотных активов предприятия заключается в выявлении уровня обеспеченности предприятия оборотными активами и резервов повышения эффективности их функционирования.
- выбор политики формирования оборотных активов предприятия. Политика должна отражать общую философию финансового управления предприятием с позиции соотношения уровня доходности и риска финансовой деятельности.

Выделяют следующие подходы к политике формирования оборотных активов организации: консервативный, умеренный, агрессивный. Консервативный подход — не только предоставляет гарантию коммерческих и финансовых рисков, но и оказывает отрицательное влияние на эффективности использования оборотных активов, их оборачиваемости и уровне рентабельности. Умеренный подход — обеспечивает средне допустимое для реальных производственных условий соотношение между уровнем риска и уровнем эффективности использования оборотных активов. Агрессивный подход — позволяет минимизировать все формы страховых резервов по отдельным видам этих активов.

Таким образом, можно сделать вывод, что подходы к формированию оборотных активов организации, в конечном счете, определяют сумму этих активов и их уровень относительно объема операционной деятельности.

- оптимизация объема оборотных активов. Выделяют три основных шага оптимизации объема оборотных активов:

Первый шаг — определяют систему ключевых мероприятий по реализации резервов, ориентированных на сокращение продолжительности производственных и финансовых циклов организации. В том числе, сокращение продолжительности отдельных циклов не должно приводить к снижению производства и реализации продукции.

Второй шаг — оптимизируют объем и уровень отдельных видов оборотных активов на основе формирования, планируемого объема производства и реализации различных видов продукции и вскрытых резервов сокращения продолжительности производственного процесса.

Третий шаг — определяют общий объем оборотных активов на предстоящий период.

- оптимизация соотношения постоянной и переменной частей оборотных активов. Определение в процессе управления оборотными активами, сезонной составляющей, которая выражена в виде разницы

между минимальной и максимальной потребностью в них на протяжении года.

Фундаментом управления оборачиваемостью оборотными активами и выбора конкретных источников их финансирования является соотношение постоянной и переменной частей оборотных активов.

- обеспечение необходимой ликвидностью активов определяется долей оборотных активов в форме денежных средств, высоколиквидных и среднеликвидных активов, с учетом объема и графика планового платежного оборота.
- обеспечение необходимой рентабельности оборотных активов позволяет обеспечить своевременное использование временного остатка денежных активов для формирования эффективного портфеля краткосрочных финансовых инвестиций, выраженных в форме их эквивалентов.
- выбор форм и источников финансирования оборотных активов. На данном этапе управления оборотными активами обеспечивается выбор политики их финансирования на предприятии и оптимизация структуры его источников.

В процессе управления оборотными активами на предприятии разрабатываются индивидуальные финансовые нормативы, используемые для осуществления контроля эффективности их формирования и функционирования.

На предприятиях с большим объемом используемых оборотных активов, управления ими рассматриваются в разрезе основных видов, потому что цели и характер использования отдельных видов оборотных активов имеют существенные отличительные особенности [4].

В заключение данной статьи стоит отметить тот факт, что при разработке комплексной политики управления источниками финансирования оборотных активов, одной из главных обязанностей финансового менеджера является умение находить оптимальное для конкретного момента времени соотношение уровня риска потери ликвидности и уровня рентабельности.

Литература:

1. Бланк И. А. Управление финансовыми ресурсами М.: Омега-Л, ООО «Эльга», 2011. — 768 с. — Серия «Библиотека финансового менеджера» — ISBN 978-5-370-01821-3.
2. Крейнина М. Н. Финансовый менеджмент. — М.: «Дело и сервис», 2008. — 454 с.
3. Савицкая, Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник: 5-е изд. / Савицкая Г. В. — Москва: ИНФРА-М, 2009. — 345 с. — ISBN 978-5-16-003401-0.
4. Сафонова Л. А. Финансовый менеджмент. — М.: Высшая школа, 2005. — 304 с.

Проблематика безнадзорности животных в Архангельской области

Яцук Маргарита Валерьевна, студент;

Кудря Людмила Ивановна, кандидат медицинских наук, доцент
Северный (Арктический) федеральный университет имени М. В. Ломоносова (г. Архангельск)

В настоящее время в России стоит острая проблема существования безнадзорных животных. Отсутствие законодательной базы, продуманных действий правительства и сознательности граждан порождают возрастающее в геометрической прогрессии число бездомных кошек и собак, что, в свою очередь, влечет за собой опасность для людей. Сбивающиеся в стаи собаки представляют угрозу жизни и здоровью человека, в отсутствие пищи и в период массовой течки сук, они становятся агрессивными и могут нападать на людей. Кроме того, бездомные собаки и кошки являются разносчиками антропозоонозных болезней, таких как бешенство, микроспория, токсоплазмоз.

Очевидно, что проблему безнадзорных животных нужно решать на всех уровнях власти включая общественные организации.

Наиболее успешно проблемы, связанные с безнадзорными животными, решаются в промышленно развитых странах. В них на протяжении десятилетий сформировались системы контроля численности и содержания домашних животных, объединяющие муниципальные службы контроля (В США — Local governmental animal care and control agencies, Animal Control) и общественные организации.

подавляющее большинство стран Европейского Союза, США, Канада, наиболее развитые страны Латинской Америки характеризуются значительным количеством животных-компаньонов (собак и кошек), содержащихся в домах или квартирах владельцев. Западные специалисты считают, что «перепроизводство и избыток владельческих животных», обусловленные потенциально очень высокими темпами размножения собак и кошек, являются основной причиной появления бездомных животных.

Основной формой работы с безнадзорными владельческими и бездомными животными в западных странах является безвозвратный отлов и помещение отловленных животных в приюты. Приюты также активно действуют как центры сбора отказных, в том числе «лишних» животных у владельцев, и как центры передачи животных новым владельцам. После обязательного срока передержки — обычно от 5 дней до двух недель, в течение которого отловленные собаки и кошки возвращаются владельцам (если они являются потерянными или беглыми), животные могут быть переданы новым владельцам или общественным приютам для дальнейшего содержания. Невостребованные животные усыпляются. Впрочем, наряду с крупными приютами «неограниченного приема», существуют приюты, частные или принадлежащие зоозащитным организациям, которые по этическим причинам не считают для себя возможным усыплять здоровых животных. Они содержат животных до тех пор, пока найдется новый вла-

делец или на протяжении всей жизни животного, если никто не захочет его взять [1].

Для снижения численности бездомных животных и, следовательно, уменьшения количества усыплений в приютах важнейшей профилактической мерой является стимулирование и пропаганда предотвращения размножения владельческих животных и повышение культуры содержания владельческих животных. Животные содержатся при условии их обязательного лицензирования. Лицензия оформляется ежегодно и составляет в США около 40 \$, а в Германии 150€. Стоимость лицензии на стерилизованное животное уменьшается в 2 раза, что способствует массовой стерилизации владельческих животных. Кроме того, за отказ от ежегодного лицензирования домашних питомцев на владельцев налагается штраф в 10-кратном размере. Не стерилизованные животные обычно остаются только у лицензированных заводчиков. Наряду с этим также вводятся меры по противодействию бесконтрольному выгуливанню владельческих собак (иногда и кошек), по их регистрации и идентификации (жетоны, татуировка, микрочипы).

В то время как практически единственной формой работы с бездомными собаками в развитых странах является безвозвратный отлов, в отношении бездомных кошек иногда применяют иной подход. В некоторых городах США, а также в отдельных населённых пунктах Великобритании, Канады, Австралии и ряда других стран используется стратегия trap/neuter/release (сокращенно TNR, иногда называется trap/alter/return, TAR) — «отлов/стерилизация/возврат» (ОСВ). Она является дополнительной к обычному муниципальному отлову и применяется только по отношению к некоторым изолированным «колониям» (семейным группам) бездомных кошек, обитающих на окраинах городов, на территории предприятий, в студенческих городках и т. п. и не вызывающих своим присутствием серьезных проблем. По отношению к собакам эта практика не применяется, так как они являются более «проблемными» животными не образующими компактных изолированных «колоний», склонными к миграциям. Отлов бездомных собак обычно действует достаточно эффективно, выброшенные, беглые, бездомные собаки обычно изымаются из городской среды до того, как успевают одичать и (или) начнут размножаться [2].

В России публикации по проблеме безнадзорности животных в основном принадлежат представителям зоозащитных организаций, ратующих за гуманное отношение к животным на улицах города. Так, представители Российских зоозащитных организаций «Фауна» и «Вита» (г. Москва), протестуют против эвтаназии безнадзорных животных и предлагают программы борьбы с увеличением их численности, такие как ОСВ, регистрация и лицензи-

рование. На Всероссийском форуме «Безнадзорные животные в городской среде» представители правительства РФ и зоозащитных организаций признали, что проблему безнадзорных животных можно решать только путем конструктивного взаимодействия государства, бизнеса, общественных организаций и граждан и их совместных усилий на основе принципов гуманности и взаимного уважения всех членов общества.

Участники форума призывают активизировать усилия по скорейшему принятию федерального закона «Об ответственном обращении с животными» [3].

Закон должен базироваться на следующих основных принципах:

- Умерщвление животного недопустимо, кроме четко определенных случаев, когда эвтаназия является единственным способом прекращения страданий животного.

- ОСВ — успешно зарекомендовавший себя способ гуманного сокращения численности безнадзорных животных.

- Все домашние животные должны подлежать регистрации.

- Животных, не предназначенных для разведения, необходимо стерилизовать.

- Необходимо четко определить уполномоченный федеральный орган исполнительной власти, ответственный за регулирование отношений и надзор в сфере обращения с несельскохозяйственными животными — домашними, безнадзорными, содержащимися в неволе в культурных и развлекательных целях и др.

- Необходимо усилить меры ответственности физических и юридических лиц за жестокое обращение с животными.

- Повышение ответственности хозяев домашних животных по отношению к своим питомцам, как важнейший фактор решения проблемы бездомных животных.

Рассмотрим, что происходит в нашей стране в настоящее время. Вся правовая база России о гуманном отношении к животным представлена статьей 137 в Гражданском кодексе РФ, в соответствии с которой не допускается «жестокое обращение с животными, противоречащее принципам гуманности», и статьей 245 Уголовного кодекса РФ, устанавливающей уголовную ответственность за «жестокое обращение с животными, повлекшее их гибель или увечье...». В субъектах РФ также утверждены «Правила содержания животных». В Москве правила содержания животных определяются Главой 5 Кодекса города Москвы об административных правонарушениях «Административные правонарушения в области обращения с животными». В данном документе определены размеры штрафов за ненадлежащее содержание животных, нарушение правил выгула, допущение по неосторожности нападения домашнего животного на человека с причинением вреда здоровью человека, уклонение от регистрации и вакцинации собак и кошек, совершение жестоких действий в отношении животных и т. д [4].

В Санкт-Петербурге было принято Постановление правительства «о Концепции отношения к безнадзорным животным в Санкт-Петербурге», основными положениями которой стали:

- строительство и содержание приютов для безнадзорных животных за счет средств граждан, общественных организаций с участием государства в виде субсидий;
- проведение в приютах ветеринарных мероприятий: вакцинация, стерилизация;
- возврат животных в среду обитания;
- включение домашних животных Санкт-Петербурга в Единую базу данных домашних животных в Санкт-Петербурге;
- повышение ответственности граждан перед государством и обществом за содержание животных и гуманное обращение с ними [5].

Судить об успехе проводимых мероприятий по борьбе с безнадзорными животными в Санкт-Петербурге, не представляется возможным, так как по информации с сайта администрации Санкт-Петербурга «статистика по численности безнадзорных животных в Санкт-Петербурге не ведется», то есть об уменьшении количества животных на улицах города, можно судить только «на глаз». В Москве же программа ОСВ потерпела неудачу, так как количество случаев нападения собак на людей не сократилось.

Правительством Архангельской области утверждены «Постановление об утверждении порядка отлова, учета, транспортировки, содержания и использования безнадзорных животных на территории Архангельской области» от 12 декабря 2012 года и «Правила содержания животных».

Постановлением регламентированы принципы содержания отловленных животных, санитарные требования к помещениям приютов, условия, при которых применяется эвтаназия животных. Также установлен срок содержания животных в пунктах передержки (6 месяцев), по истечении которого их передают новым владельцам, частным приютам или подвергают эвтаназии с последующей утилизацией трупов.

Представители зоозащитной организации АРОО «Поморский Зооцентр» утверждают, что в Архангельской области необходимо внедрять программу ОСВ, которая действует в Санкт-Петербурге, но руководитель инспекции по ветеринарному надзору Архангельской области в своем докладе областному собранию депутатов заявил, что отлов и передержка отловленных животных в пунктах временного содержания животных в течение 6 месяцев с проведением комплекса лечебно-профилактических мероприятий, с последующим возвратом в среду обитания не гарантируют населению Архангельской области защиту от нападений и укусов [6]. В Инспекции по ветеринарному надзору Архангельской области считают, что добиваться поставленной цели в вопросе безнадзорности животных мешают: отсутствие материально-технической базы для реализации полномочий; противодействие со стороны общественных

зоозащитных организаций и общественности города; безответственное отношение со стороны владельцев к домашним животным.

Руководитель инспекции по ветеринарному надзору Архангельской области в своем докладе сказал: «Следует отметить, что проблема отлова безнадзорных животных является лишь частью комплексной проблемы — содержания животных на территории Архангельской области. В настоящее время не принят федеральный закон «Об ответственном обращении с животными», однако, ряд субъектов РФ (например, Мурманская область, Краснодарский край, Псковская область, Оренбургская область) приняли законы «О содержании животных», в которых предусмотрели правила содержания, учета (регистрации) домашних животных на территории региона, а также вопросы обращения с безнадзорными животными, в связи с чем считаю целесообразным рассмотреть проект соответствующего областного закона» [7].

Таким образом, мы видим, что для решения проблемы с безнадзорными животными на улицах городов необходимо тесное сотрудничество органов власти и представителей общественных зоозащитных организаций при условии принятия единого закона о содержании владельческих

и порядке отлова безнадзорных животных. Разработка данного закона должна проводиться с учетом мирового опыта, успехов и ошибок программ, действующих в крупных городах России.

Количество публикаций в средствах массовой информации по проблеме безнадзорных животных в России свидетельствует о давно назревшем вопросе, требующем незамедлительного решения. Как было сказано на Всероссийском форуме «Безнадзорные животные в городской среде», необходимо принятие единой правовой базы о содержании животных, порядке отлова и помещения их в приюты. Помимо этого, до сих пор ведутся ожесточенные споры по поводу внедрения программы ОСВ в России между зоозащитными организациями и некоторыми представителями власти, которые считают, что данная программа нарушает права человека на безопасную окружающую среду и влечет за собой угрозу здоровью и жизни гражданина. Складывается впечатление, что некоторые представители зоозащитных организаций не видят или не хотят видеть реальную картину происходящего и ставят жизнь животного выше человеческой жизни.

России необходим Закон о содержании животных с опорой на опыт развитых стран Европы и США, но с учетом особенностей российского менталитета.

Литература:

1. Джош Балк, Организация охраны животных «Гуманное общество Соединенных Штатов» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.humanesociety.org/about/events/?credit=web_id93480558.
2. Рыбалко, В. А. Профессиональный биолог, ученый, директор общественного приюта в Петрозаводске [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.animalsprotectiontribune.ru/USALaw.html>.
3. Белоусов, А. Р. Помощник президента России [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://asi.ru/news/60318>.
4. Поярков, А. Д. Институт проблем экологии и эволюции им. А. Н. Северцова РАН [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.real-ap.ru/node/933>.
5. Администрация Санкт-Петербурга: портал. // Регулирование численности безнадзорных животных в Санкт-Петербурге. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://gov.spb.ru/helper/zdrav/informaciya-dlya-vladelcev-zhivotnyh/neglect/regulirovanie-chislennosti-beznadzornyh-zhivotnyh-v-sankt-peterburge>.
6. Зубова, Е. С. АРОО «Поморский Зооцентр». // Вопросы для запроса губернатору [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://vk.com/doc-51630367_175456992.
7. Копосов, С. Н. Руководитель инспекции по ветеринарному надзору Архангельской области. // О проблемах содержания домашних животных и об обращении с безнадзорными животными в Архангельской области. — Режим доступа: http://www.aosd.ru/docs_inf/file/KoordSovet/DOKLAD%20KOPOSOV%20SN.pdf.

ФИЛОЛОГИЯ

Типичные прописные ошибки у китайских студентов, изучающих русский язык как иностранный на начальном этапе¹

Лю Цзея, кандидат экономических наук, доцент
Шаньдунский транспортный университет (г. Цзинань, Китай)

Данная статья посвящена изучению типичных прописных ошибок у китайских студентов, изучающих русский язык как иностранный на начальном этапе обучения. В статье рассмотрены результаты мероприятия, направленного на выявление типичных прописных ошибок. Основное внимание в статье уделяется анализу типичных прописных ошибок у китайских студентов на начальном этапе и выявлению причин данных ошибок. Автором статьи предложены рекомендации введения основного и корректировочного курсов по русским прописям для китайских студентов.

Ключевые слова: типичные прописные ошибки, русские прописи, русский язык как иностранный, китайские студенты.

Знакомство китайских студентов с русским языком — это всегда важный и очень интересный момент для них. Студенты всегда с большим интересом начинают изучать русский язык. Важную часть на первоначальном этапе изучения русского языка представляет собой русская пропись, так как она очень отличается от китайского иероглифического письма.

При обучении китайских студентов русским прописям большое значение имеет не только умение преподавателя правильно писать, но и организовать объяснение правильного прописного написания букв и слов на занятиях, привить навыки правильного написания, учитывать отличительные особенности китайской и русской письменностей, а также уметь анализировать основные причины, приводящие к прописным ошибкам.

Результаты

В рамках повышения качества обучения русским прописям в Шаньдунском университете путей сообщения Института иностранных языков на кафедре русского языка ежегодно проводятся мероприятия по написанию русских прописей среди студентов первого курса. Анализ прописей показал, что среди ошибок, допускаемых студентами, можно выделить типичные.

Типичные прописные ошибки у китайских студентов, изучающих русский язык как иностранный на начальном этапе

Приведем примеры некоторых типичных прописных ошибок у китайских студентов:

1. Неправильное написание строчных букв.

К ним можно отнести следующие буквы: б, в, ж, к, л, м, т, ф, ц, ч, ы, я.

Так, например, буква «б»:

- искажение овала;
- искажение закругленной вверх прямой;
- несоблюдение пропорций.

Буква «в»:

- искажение овала;
- искажение верхней петли;
- несоблюдение пропорций.

Буква «ж»:

- искажение полуovalов;
- искажение прямых линий.

Буква «к»:

- искажение закруглений;
- несоблюдение пропорций;
- замена латинской «k».

Буква «л»:

- искажение нижних закруглений;
- несимметричность нижних закруглений;
- несоблюдение пропорций.

Буква «м»:

- искажение нижних закруглений;
- несимметричность нижних закруглений;
- несоблюдение пропорций;
- замена латинской «m».

¹ Данная статья посвящена результатам исследования планового научно-образовательного проекта научно-образовательного исследования и реформы обучения в Шаньдунском университете путей сообщения No. JY201713 «Иностранный язык + специальность» — модель, способствующая развитию лингвистических специальностей в университетах прикладных наук».

Буква «т»:

- искажение верхних закруглений;
- замена печатной «т».

Буква «ф»:

- искажение прямой линии;
- искажение овалов;
- несимметричность овалов;
- несоблюдение пропорций.

Буква «ц»:

- искажение нижней петли;
- несоблюдение пропорций.

Буква «ч»:

- искажение верхней части;
- несоблюдение пропорций.

Буква «ы»:

- отсутствие соединения правой и левой части буквы;
- несоблюдение пропорций.

Буква «я»:

- искажение верхней части;
- искажение нижних закруглений;
- несоблюдение пропорций.

2. Неправильное написание заглавных букв.

Типичная ошибка в написании заглавных букв — написание заглавных букв строчными в увеличенном размере.

3. Неправильное расположение строчных букв на линиях строк.

Буквы «в» и «з» укорачивают и располагают только в средней части строки.

Буквы «ч», «б» и «я» удлиняют и располагают на верхней и средней части строки либо на средней и нижней.

4. Неправильное соединение букв в словах или его отсутствие.**5. Отсутствие наклона букв.**

Для успешного предупреждения или исправления прописных ошибок очень важно разобраться в их причинах в каждом отдельном случае, классифицировать их и выбрать для исправления ошибок соответствующий метод.

Рассмотрим **основные причины типичных прописных ошибок** у китайских студентов, изучающих русский язык как иностранный на начальном этапе.

Во-первых, необходимо отметить то, что китайская письменность очень сильно отличается от русской и состоит не из букв, а из иероглифов. Все иероглифы, в отличие от букв, состоят из отдельных черт. Основные черты — это линии, точки, крючки, откидные, изогнутые, ломаные и др. Овалы или полуовалы отсутствуют в написании иероглифов, поэтому возникает трудность в написании букв, которые состоят из овалов и полуовалов, несмотря на их несложность.

Во-вторых, в китайской иероглифике нет понятия заглавных, поэтому студенты привыкли идентифицировать иероглиф или букву лишь по одному признаку. В русском языке надо запоминать буквы по двум признакам — заглавные и строчные. Так как заглавные буквы в письме реже встречаются, поэтому китайские студенты хорошо запоминают лишь строчные буквы, а заглавные замещают строч-

ными в увеличенном размере либо просто пишут строчными буквами, не обращая внимание на правила написания слов с заглавных букв, включая свои собственные имена на русском языке.

В-третьих, черты в иероглифах и сами иероглифы не соединяются между собой, в связи с этим одной из часто встречаемых ошибок является неправильное соединение букв в словах или его отсутствие.

В-четвертых, неправильный наклон слов тоже напрямую связан с написанием иероглифов, так как они пишутся прямо под углом 90° без наклона.

В-пятых, часто встречается замещение букв кириллицы буквами латиницы. Это касается буквы «м», которая замещается латинской «m» и буквы «к», которая замещается латинской «k». Это связано с тем, что в Китае в начальных классах изучают и записывают транскрипцию иероглифов латинскими буквами и в дальнейшем большая часть учеников в школах изучает английский язык как иностранный, поэтому китайские студенты, как правило, уже знакомы с написанием букв, однако большая часть букв латиницы отличается от написания букв кириллицы.

В-шестых, это причины ошибок, которые связаны с личностными качествами преподавателей и студентов.

В-седьмых, отметим причины, связанные с нарушением внешних окружающих условий. Например, плохо подготовленное или неподходящее место для письма: парта, стул, освещенность и т.д.; неподходящие или плохого качества канцелярские принадлежности: бумага, ручка и т.д.

Избежание, а в случае допущения вышеуказанных прописных ошибок их исправление, возможно лишь при их углубленном анализе и учете преподавателем в ходе обучения китайских студентов.

Важно заложить, выработать и привить правильное написание прописных букв и слов у студентов на начальном этапе обучения, в противном случае ошибочное прописное написание закрепится, и работа над исправлением почерка займет много времени и сил. Если у студентов уже сложилась привычка неправильного прописного написания, одного или даже нескольких указаний преподавателя будет недостаточно, чтобы изменить неправильный почерк, сложившийся в представлении у студентов. Впоследствии работа над исправлением почерка должна быть ежедневной. Также она будет результативной, если раньше будет выявлена причина того или иного недостатка в прописях. А это уже зависит от конкретного преподавателя.

В связи с этим автором статьи предложено на начальном этапе обучения для китайских студентов, изучающих русский язык как иностранный, провести вводный курс русской прописи, а в дальнейшем, при необходимости, провести корректировочный курс.

Автором рекомендовано, чтобы вводный курс русской прописи для китайских студентов включал следующие положения:

1) Правила правильного положения при письме с описанием:

- посадки;
- положения рук и тетради на столе;
- положения кисти руки и ручки при письме.

2) Таблицу русского алфавита с печатными и прописными буквами для сравнения.

3) Правила прописного написания всех букв, которые должны описывать:

- правила написания заглавных и строчных букв;
- правила расположения букв на линиях строк;
- правила соединения букв;
- правила наклона букв.

4) Образцы русских прописей.

5) Раздаточный материал для студентов с тренировочными заданиями русских прописей.

Автором рекомендовано, чтобы корректировочный курс русской прописи для китайских студентов включал следующие положения:

1) Правила правильного положения при письме с описанием:

- посадки;
- положения рук и тетради на столе;
- положения кисти руки и ручки при письме.

2) Таблицу русского алфавита с печатными и прописными буквами для сравнения.

3) Анализ и примеры типичных прописных ошибок, допускаемых китайскими студентами:

- неправильное написание заглавных букв;
- неправильное написание строчных букв: *б, в, ж, к, л, м, т, ф, ц, ч, ы, я*;
- неправильное расположение букв на линиях строк: *в, з, ч, ь, я*;
- неправильное соединение букв или его отсутствие;
- несоблюдение наклона букв (нет наклона или чрезмерный наклон вправо, влево, разнонаправленность).

4) Образцы русских прописей.

5) Раздаточный материал для студентов с тренировочными корректировочными заданиями русских прописей.

Выводы

Таким образом, научить китайских студентов правильному прописному написанию букв и слов русского языка задача довольно сложная, которая требует от преподавателей высокой подготовки, умения анализировать и контролировать правильное прописывание, вовремя выявлять и исправлять ошибочное написание букв и слов на протяжении всего процесса обучения.

Литература:

1. Беляева Г. В., Нахабина М. М. Я пишу по-русски. Пособие по письму. Элементарный уровень. — М.: Ред. изд. совет МОЦ МГ, 2005. — 122 с.
2. (俄) Е. И. 科普佐娃//А. И. 斯托尔波娃 俄语字帖 (快速书写漂亮俄语) 外语教学与研究出版社2009年
3. 李晓雨 每天写一点俄文 标准俄语手写体临摹字帖 中国宇航出版社 2017年
4. 王辅桂 应该加强学生的书写训练 — 从一次俄语书法摸底测验所想到的 Foreign Language and Literature 1984年 03期

Утопия в романе «Чевенгур» и в повести «Котлован» А. Платонова

Сайд Хода Фараг, студент магистратуры, ассистент
Айн-Шамский университет (г. Каир, Египет)

Утопия является главной темой в романе «Чевенгур» и в повести «Котлован» А. Платонова. В двух вышеуказанных произведениях повествуется о попытке достижения рая на земле. Но данная попытка не увенчалась успехом. В настоящем исследовании мы будем рассказывать о попытке достижения рая в двух вышеуказанных произведениях А. Платонова. Вначале мы будем анализировать тему утопии в романе «Чевенгур».

Роман А. Платонова «Чевенгур» является антиутопией. Роман повествует о создании коммуны в городе «Чевенгур» для того, чтобы основывать коммунизм в нем. Чевенгурское общество состояло только из одиннадцати членов. Поэтому Чепурный как председатель «Чевенгура» попро-

сил Прокофия привести много людей, для того чтобы поддерживать коммунизм в Чевенгуре, и чтобы стать его населением. Прокофий долго искал, и не мог привести никого кроме бродяг. Кстати, в романе бродяги были названы прочими. Беда в данных прочих заключается в том, что они не имеют никаких связей к революции, или к коммунизму, поэтому Чепурный не был доволен такими прочими:

«Чепурный ожидал в Чевенгуре сплоченных героев будущего, а увидел людей, идущих не поступью, а своим шагом, увидел нигде не встречавшихся ему товарищей — людей без выдающейся классовой наружности и без революционного достоинства, — это были какие — то безмянные прочие, живущие без всякого значения, без гордости

и отдельно от приближающегося всемирного торжества» [1, с.306].

Вышеуказанные прочие не могут участвовать в достижении коммунизма и остальных мечтаний большевиков. Как можно строить новую коммунистическую страну с помощью подобных людей? Дело не ограничилось этим. Прочие были не русскими. В связи с этим Чепурный сказал: «Какой же ты нас пролетариат доставил, скажи, пожалуйста? — обратился он к Прокофию. — Это же одно сомнение, и они нерусские» [1, с.311].

Когда происходила Октябрьская революция, у Захара Павловича и Александра Дванова рождалась надежда на счастье. Поэтому они отправились в город записаться в самую серьезную партию, в которой все было ясно и верно на словах. «Нигде ему точно не сказали про тот день, когда наступит земное блаженство. Одни отвечали, что счастье — это сложное изделие и не в нем цель человека, а в исторических законах. А другие говорили, что счастье состоит в сплошной борьбе, которая будет длиться вечно» [1, с. 64,65].

Ни одна партия обещала достигать блаженства в будущем. Они только стремились убедить массы участвовать в классовой борьбе только для того, чтобы реализовать цели председателей партии. Ни одна партия не думала о благе простого русского гражданина. Некоторые партии стремились эксплуатировать людей. Они хотели, чтобы люди работали без жалования, но Захар Павлович отверг подобные партии. Он сказал: «Вот это так! — резонно удивлялся Захар Павлович. — Значит, работай без жалованья. Тогда это не партия, а эксплуатация» [1, с. 65].

Другая партия думала, что тот, кто ищет счастья, является жадным человеком: «В следующей партии сказали, что человек настолько великолепное и жадное существо, что даже странно думать о насыщении его счастьем — это был бы конец света» [1, с. 65].

После Октябрьской революции люди переживали от ее следствий, но они ждали хорошего будущего: «Десять или более безмянных людей сидели на полу и надеялись на поезд, который их увезет в лучшее место. Они без жалобы переживали мучения революции и терпеливо бродили по степной России в поисках хлеба и спасения» [1, с. 71].

Октябрьская революция вспыхнула для улучшения жизни бедных людей. Но их жизнь не улучшилась. Познакомимся с состоянием бедных людей и их детей из следующей цитаты: «Поганки встретил Дванова и не ласково — он скучал от бедности. Дети его за годы голода постарели и, как большие, думали только о добыче хлеба. Две девочки походили уже на баб: они носили длинные материны юбки, кофты, имели шпильки в волосах и сплетничали» [1, с. 94].

Партия распространяла своих представителей для того, чтобы рассказать народу о блаженстве, которое ждет их, а на самом деле, как указал Александр Дванов все стало хуже: «Что же зря пропадает лучшая земля? Целая революция шла из — за земли, вам ее дали, а она почти не рождает. Теперь ее пришлым поселенцам будут отдавать — те

верхом на нее сядут. Нароют колодцев, заведут на суходолах хутора — земля и разродится. А вы только в гости ездите в степь» [1, с. 97].

Копенкин и Дванов пришли к персонажу романа Федору Достоевскому, и все они разговаривали о социализме и о том, что нужно его построить как можно быстро, так как они боялись угрозы капитализма:

«— Советская Россия, — убеждал Достоевского Дванов, — похожа на молодую березку, на которую кидается коза капитализма» [1, с. 131].

Достоевский разговаривал о социализме, как о простом деле, не о новом серьезном политическом режиме. И видел в нем идеальное человеческое общество. Вот как размышляет автор об этом: «Достоевский думал о социализме как об обществе хороших людей. Вещей и сооружений он не знал. Дванов его сразу понял» [1, с. 132].

Мечта социализма вполне господствовала над персонажем романа Достоевским. Ему кажется, что при социализме все будет прекрасно, даже сама природа:

«Достоевский обрадовался: он окончательно увидел социализм. Это голубое, немного влажное небо, питающееся дыханием кормовых трав. Ветер коллективно чуть ворошит сытые озера угодий, жизнь настолько счастлива, что — бесшумна. Осталось установить только советский смысл жизни» [1, с. 133].

У другого персонажа романа Недоделанного, который был кулаком другое представление о социализме и предвидел положение через пять лет. Об этом он сказал: «— По — моему, годов через пять выше куры скота ни у кого не будет. Кому ж охота маток телить для соседа? Да и нынешний — то скот, не доживая веку, подохнет. У того же Петьки мой рысак первым ляжет — человек сроду лошадь не видал, а кроме кольев, у него кормов нету!» [1, с. 137]

Октябрьская революция произошла для того, чтобы сделать жизнь бедных людей лучше. Но это не случилось, и жизнь усложнялась. Сам Копенкин признал, что цель коммуны «Дружба бедняка» — усложнение жизни:

«Нынче Копенкин начал с подхода, что цель коммуны «Дружба бедняка» — усложнение жизни, в целях создания запутанности дел и отпора всею сложностью притаившегося кулака». [1, с. 145].

Копенкин также предложил одно предложение с целью усложнять жизнь людей:

«А потому, — поскорее закончил Копенкин, чтобы не забыть конкретного предложения, — а потому я предлагаю созывать общие собрания коммуны не через день, а каждодневно и даже дважды в сутки: во-первых, для усложнения общей жизни, а во-вторых, чтобы текущие события не утекли напрасно куда-нибудь без всякого внимания» [1, с. 146].

Мы думаем, что данное предложение представляет собой крах утопии, о которой массы мечтали. О крахе утопии указывают слова персонажа романа Кузница, когда рассказал Дванову о причине его ненависти к советской власти. Персонаж сказал: «Мудреное дело: землю отдали, а хлеб

до последнего зерна отбираете: да подавись ты сам такой землей! Мужуку от земли один горизонт остается. Кого вы обманываете — то?» [1, с. 171]

Слова Кузнеца разоблачили пороки советской власти, которая объявила, что она работает в пользу бедных крестьян. Но в действительности она принесла бедность и нищету массам. Дванов как представитель партии старался оправдать политику Советского Союза, но тогда ответил Кузнец: «Десятая часть народа — либо дураки, либо бродяги, сукины дети, они сроду не работали по-крестьянски — за кем хошь пойдут. Был бы царь — и для него нашлась бы ичейка у нас. И в партии у вас такие же негодящие люди. Ты говоришь — хлеб для революции! Дурень ты, народ ведь умирает — кому же твоя революция останется? А война, говорят, вся пошла» [1, с. 171].

Кузнец пояснил, что Октябрьская революция не обеспечила хлеб народу. Голод увеличился после Октябрьской революции, и война внесла свой вклад в ожесточении года. Кузнец также указал на то, что председатели партии эксплуатируют народ и занимаются только лозунгами. Приводим еще одну ситуацию, которая показывает положение простого народа в советской действительности:

«Одна старушка вошла в лавку и долго оглядывала помещение. Голова ее дрожала от страсти, усиленной голодом, сдерживающие центры ослабли. Старушка подошла к приказчику и протянула ему карточку, зашитую на прорехах суровыми нитками. Приказчик дал ей ломоть пропеченного хлеба на обратную дорогу, покрывая грехи военного коммунизма» [1, с. 185, 186].

Данная ситуация описывает нам жалкое состояние старушки, которая страдает от сильного голода. Положение при Советской действительности довело людей до нищеты. Роман «Чевенгур» разоблачил еще один порок — отсутствие власти в некоторых деревнях. Вот как жалуются мужики в деревне: « — Нам бы хоть кого-нибудь, — просили крестьяне. — А то мы тут на отшибе живем — сосед соседа задушит. Разве же можно без власти: ветер без начала не подует, а мы без причины живем» [1, с. 175]. Одни деревни страдали от отсутствия власти, и другие страдали от распада власти:

«Властей в Черновке было много, но все рассеялись советская власть тоже распалась сама собой... Черновцы ездили в Калитву, чтобы привезти в председатели незнакомого человека, которого поэтому все бы уважали, что нет инструкций на переселение председателей из чужих мест — выбирайте достойных из своего общества» [1, с. 175].

Председатели в некоторых деревнях перестали действовать, они не чувствуют привязанность по отношению к деревне, так как они не являются ее коренными жителями. Поэтому крестьяне не уважали их, и не выполняли их приказы. Жители в деревнях хотели, чтобы их председатели стали из своего общества. Они хотели достойного честного председателя, который охраняет деревню.

Копенкин прожил в Чевенгуре несколько дней. И там обнаружил, что нет коммунизма в Чевенгуре:

«Одни сутки Копенкин прожил в Чевенгуре обнадеженным, а потом устал от постоя в этом городе, не чувствуя в нем коммунизма; оказывается, Чепурный нисколько не знал вначале, после погребения буржуазии, как жить для счастья, и он уходил для сосредоточенности в дальние луга, чтобы там, в живой траве и одиночестве, предчувствовать Коммунизм» [1, с. 263].

Даже Чепурный, который был очень убежден, что в Чевенгуре существует коммунизм, стал не уверен, что коммунизм существует там. А что будет после коммунизма, или как будет жизнь коммунистов при коммунизме? У жителей Чевенгура не было никаких представлений о жизни при коммунизме, которое может успокаивать большевиков:

«Но зато горе было Чепурному и его редким товарищам — ни в книгах, ни в сказках, нигде коммунизм не был записан понятной песней, которую можно было вспомнить для утешения в опасный час» [1, с. 269].

В своем произведении автор показывает еще один порок советской действительности. Данный порок заключается в том, что представители власти в ревкоме не акцентировали свое внимание на благе массы:

«Слова в Чевенгурском ревкоме произносились без направления к людям, точно слова были личной естественной надобностью оратора, и часто речи не имели ни вопросов, ни предложений, а заключали в себе одно удивленное сомнение, которое служило материалом не для резолюций, а для переживаний участников ревкома» [1, с. 322].

Большевики в Чевенгуре потеряли представление о времени. Персонаж романа Чепурный в Чевенгуре не знал сегодняшнего месяца и числа. Он знал только какое время года, и какой день после наступления коммунизма. Например, лето и пятый день коммунизма. В связи с этим верно отзывалась Н. М. Малыгина: «В «Чевенгуре» в результате осуществления утопии ожидают конца мира. В городе и его ближайших окрестностях останавливается время. Желая начать новое историческое время, в «Чевенгуре» создают особый календарь, который отсчитывает мифическое новое время, наступающее с момента сотворения нового мира» [2, с. 22].

Идея преодоления власти времени у большевиков связана с темой бессмертия. Они думают, что конец истории приведет за собой преодоление власти времени, которое в свою очередь способствует преодолению смерти. В связи с этим справедливо написала Н. М. Малыгина: «Преодоление власти времени означало осуществление мечты о бессмертии. Одно из основных апокалипсических пророчеств, осуществление которого ожидают в «Чевенгуре», — уничтожение смерти. Преодоление смерти было важнейшей чертой религиозного отношения к социализму» [2, с. 22].

В центре коммунизма лежит идея ликвидации смерти. И Чепурный как человек, поддерживающий коммунизм верит, что им можно уничтожить смерть. Поэтому, когда нищенка попросила, чтобы свой больной сын пожил еще одну минуту, Чепурный согласился помочь ей. Но его попытка не увенчалась успехом, и мальчик умер:

«Пока Чепурный помогал мальчику пожить еще одну минуту, Копенкин догадался, что в Чевенгуре нет никакого коммунизма — женщина только что принесла ребенка, а он умер» [1, с. 330].

Копенкин был свидетелем предыдущей ситуации и сказал Чепурному, что мальчик умер, так как его сердце не работает. Чепурный старался уговорить Копенкина, что душа существует в горле, и что мальчик жив. Но Копенкин не мог молча стоять и ему сказал: «Пускай она в горле, — согласился Копенкин, — она идея и жизнь не стережет, она ее тратит; а ты живешь в Чевенгуре, ничего не трудишься и от этого говоришь, что сердце ни при чем: сердце всему человеку батрак, оно — рабочий человек, а вы все эксплуататоры, и у вас нету коммунизма!» [1, с. 331].

Теперь Копенкин объявил свое недовольство Чевенгуром. Он стал уверен, что там нет коммунизма, так как они не в состоянии спасти больного мальчика из смерти. Поэтому Копенкин решил покинуть Чевенгур:

«Копенкин почувствовал бодрость, спутницу дали и надежды; почти с печалью он глядел на Чевенгур, потому что с ним скоро предстоит расстаться навсегда; всем встречным людям и покидаемым селам и городам Копенкин всегда прощал: его несбывшиеся надежды искупались расставанием» [1, с.332].

Смерть сына нищенки является отправной точкой в романе «Чевенгур». Данное событие имело серьезное влияние на персонажей романа, и изменило русло действий в нем. В связи со следствиями смерти сына нищенки, верно заметила В. В. Агеносова: «Эта смерть мальчика, появившегося с матерью в Чевенгуре вместе с прочими, вносит разлад, смятение, как в природный мир, так и в души самых чевенгурцев, заставляя их усомниться в собственном творении, поскольку, несмотря на все усилия, воскресить ребенка хоть на минутку не удастся, и, соответственно, тайна смерти оказывается неразгаданной, неподвластной человеку» [3, с. 162].

Пролетариат Чевенгура имеет утопические мечты, одна из этих них это мечта о соединении пролетариата всего мира:

«Здесь Чепурный уже ясно почувствовал, что пролетариат Чевенгура желает интернационала, то есть дальних, туземных и инородных людей, дабы объединиться с ними, чтобы вся земная разноцветная жизнь росла в одном кусте» [1, с. 365].

В конце концов, разрушились планы. С наступлением казаков большинство населения Чевенгура умерло. Тогда Саша чувствовал, что ему не надо родина и стремился утонуть в озере Мутево, как раньше сделал его отец:

«Дванов понудил Пролетарскую силу войти в воду — в поисках той дороги, по которой когда — то прошел отец в любопытстве смерти, а Дванов шел в чувстве стыда жизни перед слабым, забытым телом, остатки которого истомились в могиле, потому что Александр был одно и то же с тем еще не уничтоженным теплящимся следом существования отца» [1, с. 441].

Любопытно, что среди персонажей романа Кузнец был уверен, что народ никогда не примет власть. И таким образом он предвидел крах утопии. Вот он сказал: «Получается, что всегда чудачки над нами командовали, а сам народ никогда власть не принимал» [1, с. 172].

В романе «Чевенгур» все дело и не увенчалось успехом. Чевенгурцы ничего не делают, и сидели дома. Они опирались на солнце для питания. Но наступила зима, и солнце исчезло. Александр Дванов старался обращать солнечный свет в электричество, но не мог. В связи с провалами в Чевенгуре справедливо написал Алексей Варламов:

«Коммунистическое солнце катится к зиме, тела всех куриц давно съедены, попытки создать электричество из солнечного света так же бесплодны, как чевенгурская любовь, и если б не невесть откуда взявшиеся в степи вооруженные люди, которые уничтожили жителей городка в кратком, но яростном бою, коммуны ждала бы не героическая смерть, а куда более жалкая участь» [4, с.162]. Но, в наше время создать электричество из солнечного света стала реальностью.

Повесть «Котлован»

Утопия является одной из главных тем повести «Котлован». Повесть «Котлован» передает нам картину двадцатых и тридцатых годов двадцатого века в истории России. В данный период представители власти стремились всякими способами убедить массы жить с ожиданием достижения рая на земле. Поэтому массы были вынуждены трудиться в крупных национальных проектах с целью реализации лучшего будущего.

Партия в это время ставила народ под контролем. И все должны угодить партии. Народу надо было трудиться для того, чтобы достигать счастья. В связи с отношением партии к народу Михаил Геллер верно писал: «Укрощена стихия, заперто будущее, и вход в него разрешается только в награду за ударный труд, по пропуску, выдаваемому партией, охраняющей дверь» [5, с. 270].

После объявления коллективизации, появились колхозы, в которых работали крестьяне и другие слои народа. Состояние колхозников не было лучше состояние землекопов в котловане, т. е. они ходят босыми ногами, и плохо питаются, и живут в жалких зданиях. В то же самое время представители власти постоянно рассказывают о прелести будущего. Поэтому колхозники живут с ожиданием хорошего будущего.

Главная идея в повести «Котлован» — это строительство башни или общепролетарского дома, где будут жить все трудящиеся. В связи с этим верно пишет Н. М. Малыгина: «Храм, «башня» — это не обычные сооружения, а символы возвышения и величия человечества. «Башня» представляет собою неприменный атрибут социальной утопии, обещавшей счастье в виде колонии из алюминия и поющих тружеников на тучных полях» [2, с. 13].

Строительство башни является одним из основ социальной утопии. Данная башня представляет собой мечта всех трудящихся, которые с нетерпением ждут завершения ее

строительства, для того чтобы жить в ней. Повесть «Котлован» начинается со стадией рытья котлована. В повести шло много событий, и представители власти все время велели расширить котлован, для того чтобы дом был громадным:

«Пашкин же, пока шел по вестибюлю, обдумал увеличить котлован не вчетверо, а в шесть раз, дабы угодить наверх и забежать вперед партийной линии, чтобы впоследствии радостно встретить ее на чистом месте, и тогда линия увидит его, и он запечатлется в ней вечной точкой» [1, с. 107].

Пашкин хочет увеличить котлован в шесть раз не для осуществления пользы рабочим, но для того, чтобы представители власти были довольны им. Пашкин этим поступлением не думает об общей благе, но думает только о себе. Тем более, что жалкие землекопы никогда не возрождаются и все время трудятся. Но, к сожалению, повесть кончается и общепролетарский дом не переходил стадии рытья котлована. Мечты этим остаются мечтами, и представители власти в партии не могли строить башню.

Крах утопии в повести «Котлован» представляется в воскрешении мертвых. Партия сильно уговорила массы, что ее ученые способны воскресить мертвых. Но, конечно, воскрешение мертвых невозможно. Поэтому массы разочаровались, и постепенно исчезла их вера в партию. Приводим следующий разговор о воскрешении мертвых между Прушевским и Жачевым:

«— Прушевский! Сумеют или нет успехи высшей науки воскресить назад сопревших людей?»

— Нет, — сказал Прушевский.

— Врешь, — упрекнул Жачев, не открывая глаз. — Марксизм все сумеет. Отчего ж тогда Ленин в Москве целым лежит? Он науку ждет — воскреснуть хочет» [1, с. 152]. Жачев сильно верил в способность науки в свете социализма воскресить мертвых. Поэтому он, как и другие персонажи повести, когда убедились в невозможности воскрешения мертвых, потеряли веру в социализм, в партию и в утопию, о которой они долго мечтали.

Существует еще одна причина краха утопии в повести «Котлован» — смерть девочки Насти. Землекопы в кот-

ловане считали Настю символом будущего. Когда Настя умерла, они чувствовали, что их будущее тоже умерло, и все надежды исчезли. Воцев после смерти Насти стоял в недоумении и спрашивал себя: «Где же теперь будет коммунизм на свете, если его нет сначала в детском чувстве и в убежденном впечатлении? Зачем ему теперь нужен смысл жизни и истина всемирного происхождения, если нет маленького, верного человека, в котором истина стала бы радостью и движеньем?» [1, с. 170]

И Жачев после смерти Насти сказал: «Я теперь в коммунизм не верю!» [1, с. 271]

Как мы указали раньше, землекопы считают Настю символом будущего и для нее строят общепролетарский дом. Но, в конце концов, данный дом оказался бесполезным для Насти и подобных детей, так как детям надо жить в безопасности с родителями. Им не надо не башни, не крупные проекты, и вот Настя перед смертью, забыла Ленина и Сталина и ей было нужна мама. Поэтому она попросила мамини кости:

«Настя сильно обрадовалась материнским костям; она их по очереди прижимала к себе, целовала, вытирала тряпкой и складывала в порядок на земляном полу» [1, с. 167].

И Воцев предвидел, что многие рабочие гибнут от жестокого труда, и они не доживут до реализации счастья в будущее. Вот, что сказал Воцев об этом: «Дом человек построит, а сам расстроится. Кто жить тогда будет?» [1, с. 57]

А. Платонов завершил повесть «Котлован» признанием, что он ошибся, когда изобразил в смерти Насти гибель социалистического поколения, и объяснил это следующими причинами: «Автор мог ошибиться, изобразив в смерти девочки гибель социалистического поколения, но это ошибка произошла лишь от излишней тревоги за нечто любимое, потеря чего равносильна разрушению не только всего прошлого, но и будущего» [1, с. 172].

Нам думается, что смерть Насти действительно символизирует гибель социалистического поколения и крах утопии, о которой массы долго мечтали. И история доказала данную правду распадом Советского Союза в 1991 году.

Литература:

1. Платонов, А. котлован, Азбука, Санкт-Петербург, 2015.
2. Малыгина, Н. М. Художественный мир Андрея Платонова, Москва, 1995.
3. Агеносова, В. В. История русской литературы XX века: в 2 ч. Часть 2. Москва: Дрофа, 2007.
4. Варламов, А. Андрей Платонов, Москва: Молодая Гвардия, 2013.
5. Геллер, М. Андрей Платонов в поисках счастья, ямса-press, Paris, 1982.
6. Платонов, А. П. Повести, Рассказы. Москва: Дрофа, 2013.

Общезыковые корпуса русского языка: подкорпусы художественных текстов

Суровцева Екатерина Владимировна, кандидат филологических наук, профессор Российской академии естествознания,
старший научный сотрудник
Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова

С 2012 года на филологическом факультете Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова преподаётся дисциплина «Компьютерные технологии в филологии», программа которой разработана для магистрантов литературоведческих специальностей на основе русистского образования. Одной из тем курса являются подкорпусы художественных текстов в составе общезыковых корпусов русского языка. На настоящий момент нам известны два корпуса русского языка, созданных, в том числе, и на материале русской литературы — Национальный корпус русского языка и корпус русского литературного языка. Кратко рассмотрим оба.

1. *Национальный корпус русского языка (художественные тексты в составе корпуса; поэтический подкорпус)* [4].

Национальный корпус языка представляет данный язык на определенном этапе его существования и во всём многообразии жанров, стилей, территориальных и социальных вариантов и т. п. Национальный корпус русского языка функционирует в Интернете с 2003 года и в данный момент включает самые разные русские тексты общим объемом 140 миллионов словоупотреблений. Отметим, что состав корпуса постоянно пополняется. Большинство крупных языков мира уже имеет свои национальные корпуса (различающиеся по полноте и уровню научной обработки текстов). Общеизвестным образцом является, в частности, Британский национальный корпус (BNC). Среди корпусов славянских языков выделяется Чешский национальный корпус, созданный в Карловом университете Праги.

Национальный корпус предназначен в первую очередь для научных исследований лексики и грамматики языка. Другая задача корпуса — предоставление всевозможных справок, относящихся к указанным областям (лексика, грамматика, акцентология, история языка). В распоряжении ученого и преподавателя оказываются колоссальные массивы текстов самого разного типа.

Национальный корпус русского языка создаётся специалистами по корпусной лингвистике и охватывает период с середины XVIII века до начала XXI века [2; 5; 6; 7]: этот период представляет язык в разных социолингвистических вариантах — литературном, разговорном, просторечном, отчасти диалектном. В корпус включаются оригинальные (непереводные) произведения художественной литературы (проза и драматургия, поэзия). Помимо художественных текстов, в корпус в большом количестве включаются и другие образцы письменного (а для современного

этапа — и устного) языка: мемуары, эссеистика, публицистика, научно-популярная и научная литература, публичные выступления, частная переписка, дневники, документы и т. п.

Национальный корпус русского языка в настоящее время включает следующие подкорпусы:

1. основной корпус, в который входят прозаические (включая драматургию) письменные тексты XVIII — начала XXI века. Его можно подразделить на два главных массива, имеющих свои особенности: это современные письменные тексты (середина XX — начало XXI века) и ранние тексты (середина XVIII — середина XX века). По умолчанию поиск по этим массивам ведётся одновременно, задать хронологический диапазон (и иные параметры) можно на странице установки пользовательского подкорпуса;

2. синтаксический (глубоко аннотированный) корпус, в котором для каждого предложения построена полная морфологическая и синтаксическая структура (дерево зависимостей);

3. газетный корпус (корпус современных СМИ), в котором представлены статьи из средств массовой информации 1990–2000-х годов;

4. параллельные корпуса, в которых можно найти все переводы для определенного слова или словосочетания на русский язык или с русского языка;

5. корпус диалектных текстов, включающий запись диалектной речи различных регионов России с сохранением их грамматической специфики; предусмотрен специальный поиск с учётом диалектной морфологии;

6. корпус поэтических текстов, в котором возможен поиск не только по лексическим и грамматическим, но и по специфическим для стиха признакам;

7. обучающий корпус русского языка — корпус со снятой омонимией, разметка которого ориентирована на школьную программу русского языка;

корпус устной речи, включающий расшифровки магнитофонных записей публичной и частной устной речи, а также транскрипты кинофильмов;

акцентологический корпус (корпус истории русского ударения) — тексты, несущие информацию об истории русского ударения (все тексты поэтического корпуса и акцентированные записи устной речи, в том числе кинофильмов). Эти тексты доступны для поиска по месту ударения и просодической структуре слова;

мультимедийный корпус, куда входят снабжённые видео- и аудиорядом фрагменты кинофильмов 1930–2000-х годов. Возможен поиск не только по произносимому тексту,

но и по жестам (кивание головой, похлопывание по плечу и т. п.) и типу речевого действия (согласие, ирония и т. п.).

Для литературоведа ценны прежде всего Поэтический подкорпус, Параллельный подкорпус, а также возможность поиска информации в художественных текстах — мы можем отобрать текст (тексты) по названию, по автору, по полу автора, по году рождения автора, по году создания текста, все художественные прозаические тексты, отдельный жанр художественной прозы, отдельный тип художественного текста, тексты в соответствии с местом и временем описываемых событий. В этом случае следует пользоваться функцией «Задать подкорпус» (чтобы воспользоваться этой функцией, надо нажать на «Поиск в корпусе»). Если нам нужно отобрать тексты определённого жанра или типа, то для этих целей создана система фильтров. Получив список текстов по нужным нам параметрам, нажимаем «Сохранить подкорпус и перейти к странице поиска», после чего оказываемся на странице поиска слов и словоформ, при этом их поиск будет вестись не по всему НКРЯ, а в нашем подкорпусе. Следует иметь в виду, что специалисты по корпусной лингвистике обычно не слишком хорошо владеют литературоведческой терминологией — так, басню, повесть, рассказ надо искать в разделе типов текста, а не в жанрах, при этом детектив и боевик, историческая проза оказались в разделе жанров текстов, хотя для литературоведа очевидно, что не жанры, а тематика. Хотелось бы обратить внимание на возможность поиска по месту и времени описываемых событий.

Для литературоведения важны также некоторые нехудожественные тексты — например, публицистические (их надо искать в разделе «Сфера функционирования»), мемуарно-биографические и церковно-богословские (жизне, послание, поучение и пр.) тексты (их надо искать в разделе «Тип текста»). Нехудожественные тексты можно также отбирать по тематике.

Система поиска позволяет также отбирать тексты в старой либо новой орфографии (тексты, написанные до 1918 г., даются в послереформенной орфографии; те особенности оригинальной орфографии, которые сохраняются в научных переизданиях, сохраняются и в Корпусе).

В Поэтическом корпусе (открылся в 2006 году) (см. [1]) существуют стандартные типы поиска и нестандартные типы поиска — можно производить отбор текстов не только согласно обычной семантической и морфологической разметке, но и по жанру, по метру, по стопности, по клаузуле, по типу строфы, по типу рифмы, а также по всем перечисленным параметрам. В корпус пока не включены стихотворные драматические сочинения. Отметим, что Национальный корпус сопровождается перечнем и толкованием основных стиховедческих терминов.

2. *Корпус русского литературного языка (художественные тексты в составе корпуса)* [3].

Руководитель проекта — д.филол.н., проф., акад. РАО Л. А. Вербицкая, ответственный исполнитель — д.филол.н., проф. В. Б. Касевич (СПбГУ). Помимо сотрудников Санкт-

Петербургского государственного университета, в работе участвовали также сотрудники Института лингвистических исследований РАН (СПб).

Корпус русского литературного языка задуман как представленный в электронной форме массив морфологически аннотированных текстов на русском литературном языке.

На апрель 2009 года (состав текстов, видимо, не обновляется) корпус содержит тексты со сбалансированным жанровым составом (художественная проза — не менее 30 %, публицистика — не более 30 %, научная литература (аналитика и обзоры, научно-популярная) — не более 20 %, а также драматические произведения (как некоторое приближение к разговорному языку) — около 20 %), насчитывающие чуть больше 1 млн словоупотреблений. В корпус включаются тексты с начала 50-х гг. XX века до настоящего времени. Все тексты корпуса разбиты на следующие разделы: Беллетристика, то есть художественная проза (69 наименований), Публицистика (225 наименований), Драматургия (47 наименований), Научно-популярная литература (38 наименований) (как видно из данного перечисления, поэзия в корпус не входит).

На базе корпуса создан частотный словарь словоформ. Авторы корпуса заявляют также о подготовке морфологически аннотированного варианта текстов корпуса. По корпусу создан частотный словарь акцентированных словоформ, насчитывающий около 125 тыс. единиц. Акцентированный корпус помогает осуществлять: поиск в словаре словоформ; частотный словарь акцентированных словоформ за исключением имен собственных (файл в формате Excel); создание конкорданса по текстам корпуса; создание конкорданса по текстам речевого корпуса.

С точки зрения его статуса и типа Корпус русского литературного языка создается как аналог таких известных корпусов, как Британский национальный корпус, Национальный американский корпус, Национальный корпус чешского языка и др.

Если при запросе установить флажок «не раличать е и ё», то будут выданы все имеющиеся варианты, как с «е», так и с «ё». Поскольку тексты, включенные в корпус, и составленный на их основе частотный словарь содержат составные слова, предусмотрена возможность поиска составных слов, содержащих слово, заданное в запросе.

В ответ на свой запрос пользователь получает таблицу, содержащую имеющиеся в словаре слова с их частотами по жанрам текстов, представленных в корпусе, и по всему корпусу в целом.

Помимо работы с частотным словарем пользователю предоставляется возможность создания конкорданса, т. е. набора примеров-цитат из текстов корпуса, содержащих заданное в запросе слово. На каждое слово будет выдана строка, содержащая это слово, а также две предшествующие и две следующие строки. С конкордансом пользователь имеет возможность работать либо непосредственно с сайта, либо может получить по e-mail соответствующий текстовый файл в желаемом формате и кодировке, прислав

запрос на гостевую страницу. Правила создания запроса примерно такие же, как при поиске в частотном словаре.

При работе с текстами драмы возможны расхождения между частотами словоформ, полученными по словарю и конкордансу: при создании словаря тексты авторских ремарок были отнесены к жанру беллетристики, а программа создания конкорданса этого не учитывает. Различается работа с нижним-верхним регистром: если запрос задан только в нижнем регистре, программа работает в ре-

жиме игнорирования регистра; если слово запроса начинается в верхнем регистре, выдаются только реализации запрошенного слова.

При анализе данных, полученных по нашему запросу, литературовед должен осуществлять отбор материала — из общего его массива необходимы результаты из разделов беллетристики и драматургии, а также публицистики.

Автор данной статьи будет благодарен за пожелания и советы по расширению материала.

Литература:

1. Гришина Е. А., Корчагин К. М., Плунгян В. А., Сичинава Д. В. Поэтический корпус в рамках НКРЯ: общая структура и перспективы использования // Национальный корпус русского языка, 2006–2008. Новые результаты и перспективы. СПб, 2009. С. 71–113.
2. Дич Н. Л. О текстах XIX века в Национальном корпусе русского языка // Национальный корпус русского языка, 2003–2005. М., 2005. С. 89–93.
3. Корпус русского литературного языка — <http://www.narusco.ru/>.
4. Национальный корпус русского языка — <http://www.ruscorgpro.ru/>.
5. Оскольская С. А. Корпус письменных текстов XIX века: сферы употребления и жанровое разнообразие // Национальный корпус русского языка, 2006–2008. Новые результаты и перспективы. СПб., 2009. С. 46–51.
6. Савчук С. О. Корпус текстов первой половины XX века: текущее состояние и перспективы // Национальный корпус русского языка, 2006–2008. Новые результаты и перспективы. СПб., 2009. С. 27–45.
7. Савчук С. О., Сичинава Д. В. Корпус русских текстов XVIII века в составе НКРЯ: проблемы и перспективы // Национальный корпус русского языка, 2006–2008. Новые результаты и перспективы. СПб., 2009. С. 52–70.

Образ учителя в творчестве Ч. Айтматова и Т. Каипбергенова

Шамуратова Зульфия Аметовна, доцент;

Алтынбаева Амаль Оллаёровна, студент

Нукусский государственный педагогический институт имени Ажинияза (Узбекистан)

Чингиз Айтматов (1928–2008) и Толепберген Каипбергенов (1929–2010) — писатели-современники, фигуры значимые для XX века. Оба в своем творчестве были сосредоточены на проблемах литературного творчества, роли и задачах художника в современном мире, при этом особое внимание уделяли вопросу духовности человека. Художественное сознание Ч. Айтматова понятно и близко сюжетами, образами, композицией, стилистикой, то есть всеми теми художественными средствами, что составляют тюркский мир, тюркский язык, его нравы и обычаи. Т. Каипбергенов, писатель, благодаря художественно — публицистическим произведениям которого, широкой общественной деятельности, мир узнал о драматическом пути каракалпаков в истории, о стремлении к самоопределению, о самобытной культуре и литературе древнего народа, о трагедии XX века — гибели Аральского моря. По силе поднятых и решаемых морально-нравственных проблем в творчестве, в общественной и государственной жизни, оба заслуживают высокого звания «Гражданин мира».

Литература в разные эпохи, по-разному освещает тему учителя и учительства. Для нас важно определить форми-

рование в национальных литературах современных представлений о роли учителя. В этом контексте изучение образа учителя представляется чрезвычайно плодотворным и значимым. Открывая для себя учителя в произведениях Ч. Айтматова и Т. Каипбергенова, мы, прежде всего, учимся каждый раз по-новому интерпретировать произведения, мы испытываем постоянное воздействие как самого произведения, так и художественных образов, независимо от изменения исторической ситуации, а это, в свою очередь, воспитывает художественный вкус, способность к сопереживанию, тонкому чувству.

Многие писатели XX века пришли в литературу из школы. Окончив педагогические вузы, работая учителями, материал для своих произведений они брали из школьных будней. Почти одновременно Ч. Айтматов и Т. Каипбергенов обратились к теме учителя и учительства. Это повести «Первый учитель» (1962) Ч. Айтматова и «Спасибо, учитель!» (1958) Т. Каипбергенова. Учитель в их произведениях — образ не случайный. Ведь профессию учителя и профессию писателя связывает один объект образования и воспитания — его народ.

К образу учителя Ч. Айтматов и Т. Каипбергенов обратились под влиянием великих русских образцов XIX—XX веков: Л. Н. Толстого, А. П. Чехова, М. Горького, М. Шолохова, а также среднеазиатских писателей С. Айни, С. Муканова и др. Писатели в своих произведениях показывают, какое значение на нас и на нашу нравственность оказывают учителя. Во многих произведениях поднимается тема человека, который решил посвятить себя скромному, но одному из величайших дел в истории.

Анализ образа учителя в повестях Ч. Айтматова и Т. Каипбергенова позволяет выявить взгляд, позиции авторов на проблемы общения, воспитания, образования. Всеми произведениями писатели вызывают к пересмотру, переделке устаревших понятий в воспитании детей и взрослых, в образовании, во взаимоотношениях людей. Специфика образа учителя обусловлена тем, что в повестях, в личностях учителей Дюйшена и Менлимурата показана их духовно-просветительская, нравственная позиция, нежели обучение грамоте. Они — борцы за новые социальные преобразования в селе, с устаревшими общественными нормами, за новые человеческие взаимоотношения между людьми. Следует учитывать, что в 30-е годы, во время всеобщей ликвидации безграмотности, школы не ставили иных задач, кроме как обучения чтению и письму.

Уже само заглавие произведений говорит само за себя, соотносится с идеей, с той проблемой, которая в них ставится и решается, оба посвящены роли учителя. Повести «Первый учитель» и «Спасибо, учитель!» стали значимыми для национальных литератур XX в., так как повествуют о сложном для народа историческом периоде — утверждении новых взаимоотношений человека и среды, появления новой личности, борьбы новой власти и старых взглядов, борьбы с предрассудками, становления новой литературы. В этот период учитель для учеников является жизненным образцом, наставником, заменяющим даже родителей, поэтому образ педагога оценивается как положительный. Таковы учителя Дюйшен и Менлимурат. В творчестве писателей изображается «высокий» тип учителя, воплотивший просветительскую позицию писателей, характерную для национальных литератур середины XX века. Дюйшен и Менлимурат — герои, совершившие подвиг во имя справедливости, добра и любви, проявили социальное и личное бесстрашие.

Для писателей важно было показать, какое значение на нас и нашу нравственность оказывают учителя. При этом оба были далеки от дидактики, нравоведения. Неизменным была вера в человека [1]. И когда Айтматов говорит, что «художник начинается с впечатлений детства и юности», за этим стоят не только происхождение (оба выходцы из аула), но и полученные обширные наблюдения историко-литературной науки, личный творческий опыт. Айтматов и Каипбергенов прошли суровую школу жизни, испытания военным временем. С десяти лет Ч. Айтматов трудился на колхозных полях, в годы войны, в четырнадцать лет — в должности секретаря сельсовета. Затем работал налого-

вым агентом, учетчиком Т. Каипбергенов, будучи учеником 6 класса, из-за нехватки на селе учителей стал учительствовать в младших классах, а после школы твердо решил стать учителем, поступив на факультет русского языка и литературы пединститута.

Оба писателя рассматривали учительство широко, не как обучение конкретному предмету, а как особую роль писателя в воссоздании внешнего проявления реальности и внутреннего состояния личности, как своеобразный нравственный урок обществу.

Творчество Ч. Айтматова, по признанию критиков «несет в себе, то высокое духовное лирическое наполнение, которого часто не хватает в современной литературе. Его произведения заставляют с любовью и душевной чувственностью смотреть на окружающий мир, воспринимать ту красоту, которой он насыщен» [4, с. 134]. О повести «Первый учитель» Ч. Айтматов говорит: «...я хотел утвердить наше понимание положительного героя в литературе... Я постарался взглянуть на этот образ нашими, современными глазами, я хотел напомнить теперешней молодежи о ее бессмертных отцах» [4, с. 134]

Учитель не по профессии, а по призванию Дюйшен учит новой жизни так, как сам ее понимал. Он был первым учителем не только потому, что учил читать и писать, а потому, что дал первый толчок человеческому сознанию, утверждал дорогу, ведущую в будущее. Созданный писателем художественный образ — своеобразный способ исследования жизни.

Исследователи давно заметили схожесть идейно-художественных задач повестей, сказавшихся в построении сюжета: оба учителя приезжают в дальний аул обучать местную детвору и встречают сопротивление окружающих, живущих по стереотипам феодализма, набирают учеников, открывают школы, учителя с учениками активно включаются в классовую борьбу. В образной системе — колоритные образы представителей социальных слоев, богачей и бедняков. Повествование ведется от имени подростков — 14-летней Алтынай и 12-летнего Турдымурата. Эти и другие параллели, однако, не отменяют своеобразия подходов художников к решению избранных задач, и являются, по признанию исследователей, открытиями эпохи [8].

Повести Айтматова и Каипбергенова принято сравнивать, хотя они отличаются разными подходами к теме. Литературовед М. К. Нурмухамедов восторженно отзывался о повести «Спасибо, учитель!», заметив тематическую близость повестей: «В учителе Т. Каипбергенова есть что-то от «Первого учителя» Ч. Айтматова». Ученый отмечает духовное родство и одинаковую судьбу киргизских и каракалпакских учителей, общность проблем, волнующих писателей» [8, с. 19].

У Айтматова, хотя основная тема произведения и связана с учителем, школой, ученичеством, тема его — борьба старого с новым. Адресат произведения — главным образом взрослые читатели. Повесть отличается своей философичностью, здесь сошлись многие нравственные вопросы.

Здесь изображается процесс взросления маленького человека, испытывавшего недетские переживания, перенесшего оскорбление от поступков взрослых. Это повесть о первой любви, любви чистой и наивной, робкой, которая зацвела с первыми весенними лучами, но из-за людской корысти так и не успевшая расцвести. Это любовь, которую когда-то Дюйшен заронил в душу Алтынай, и которую она пронесла через всю свою жизнь как нечто священное. Отсюда и жанровое определение повести — лирическая проза.

По существу, Ч. Айтматов представил нам судьбу одиночки, который предан был высоким идеям, но его никто не понял, он так и остался в глазах окружающих чудачком. У Айтматова название повести тяготеет к обобщению, как «первая любовь», «первая весна» — определениям, важным на начальном пути человека и от этого оставляющего глубокий след в его памяти навсегда.

У Т. Каипбергенова название не несет такого глубокого осмысления, оно скорее вызвано простой человеческой благодарностью воспитанников учителю, изменившему взгляды, их жизнь навсегда. Повесть Т. Каипбергенова о детях и предназначена детям, она относится к детской прозе. Цель писателя — показать преимущества новой школы, новой жизни, подсказать детям верный путь развития.

Важно то, что под влиянием учителей Дюйшена и Менлимурата происходят перемены в сознании маленьких героев, становление личностей — Алтынай («Первый учитель»), Турдымурата, Турдыбая, девочки Гулай, а также сына муллы Сарсенбая («Спасибо, учитель!»). Прежде всего, меняются психологические взгляды, характер, становление учеников на пути добра, честности, самоотверженности.

Тема учителя и учительства сопровождала Т. Каипбергенова и в дальнейшем. В 80-е годы, в поисках героя времени, нашего современника, писатель вновь обратится к образам учителей. Другой тип учителя, в творчестве уже зрелого мастера, предстает в его очерках «Лик доброты» (1985) и «Монолог учителя» (1987), первоначально напечатанных в газете «Правда». Таковы сельские учителя — биолог Хожамберген Иембергенов («Монолог учителя»)[5, с. 82–83] и учитель английского языка Алланияз Утениязов (очерк «Лик доброты»)[6, с. 97]. Главное в них — преданность своему делу. Это учителя — наследники Дюйшена и Менлимурата, которые в новых социальных условиях не растеряли гуманистических качеств, но для которых профессиональные умения и навыки неразрывны от духовных качеств.

О беспримерном подвиге учителя Алланияза Утениязова — личности неординарной, характерной для нашей жизни, который взял себе в обязанность бескорыстно по-

могать односельчанам строить дома, возделывать приусадебные участки, впоследствии был создан документальный фильм, демонстрировавшийся по Центральному телевидению. Кому-то пример А. Утениязова может показаться всего лишь одним из «ликов доброты». Важно то, что среди людей благородной профессии нашелся человек, учитель А. Утениязов, — «некое воплощение человеческого труда, извечно живой и бдительной человеческой совести». Скромный сельский учитель, многодетный отец, в свободное от работы время бескорыстно помогает старикам и инвалидам, ветеранам войны, да и просто жителям аула, возводить дома или возделывать землю на приусадебном участке. Так, национальная черта нашего народа — добровольно и бескорыстно помогать людям в строительстве домов — «хашар», поднята писателем до уровня героического, совершаемого героем ежедневно, принятого им как естественный позыв души. Однако не всеми понимается бескорыстие души учителя, даже иным коллегам, руководству села невдомек: какая выгода движет поступками учителя?

Писатель не перестает думать о простых людях, не запятнавших себя низкими поступками. И все-таки, почему же им, обычным нормальным людям, бескорыстие кажется смешным, ненатуральным, а сам он, этот учитель-бессребреник, кажется блаженным? Прощаясь со своим героем, писатель так отзывается об учителе: «Обыкновенный и вместе с тем необыкновенный человек. Я же так понимаю — этот простой учитель из сельской глубинки, сам того не сознавая, строил свою жизнь по законам гордых, сильных духом, честных и отзывчивых людей из народа. Он сознательно не хочет воспринимать свою ежедневную помощь людям как героический подвиг. Таково его естество, такова его природа. И он вынес эти чувства из самого сердца народного. Да, он оказался тогда, в 1980-е годы, гигантом среди лилипутов. Но своим делом он подавал пример сыну, ученикам, людям. И даже если у учителя Алланияза Утениязова найдется хоть один последователь, хоть один сподвижник, то и тогда дело его не будет проиграно» [6, с. 97].

Очерк Т. Каипбергенова был воспринят как свидетельство неувядающей мощи человеческого духа, веры в людей. На таких учителях из сельской глубинки, как Хожамберген Иембергенов, Алланияз Утениязов и держится земля. Эту всемирную отзывчивость души человека, воплощенную в литературе, Ч. Айтматов сформулировал так: «Литература должна самоотверженно нести свой крест вторгаться в сложности жизни, с тем, чтобы человек знал, любил, тревожился за свое доброе, лучшее, достойное в себе, в людях, в обществе. В этом я вижу истинное назначение искусства» [3, с. 134].

Литература:

1. Айтматов Ч. Первый учитель. Издательство «Детская литература». Москва, 1962.
2. Айтматов Ч. Верю в человека // Правда. 14/5. 1987.

3. Айтматов Ч. Статьи, диалоги, выступления, интервью. М., 1988.
4. Қаипбергенов Т. «Спасибо, учитель!». Перевод Ю. Романченко. — М.: Изд. «Детская литература», 1966.
5. Қаипбергенов Т. Монолог учителя// Қаипбергенов Т. Из юрты — в мир. Время. Жизнь. Литература. — Нукус, «Қарақалпақстан», 1987.
6. Қаипбергенов Т. «Лик доброты»// «Т. Қаипбергенов «Из юрты в мир». — Нукус, «Қарақалпақстан», 1987.
7. Нарымбетов Ж. Қарақалпақский роман. — Ташкент: «Фан», 1974.
8. Нурмухамедов М. К. Судьбы народов — судьбы литератур. — Ташкент, 1982.
9. Шермухамедов П. «Искрится талант — надо его поддержать»// Мир писателя: его книги, его народ. — Нукус, «Қарақалпақстан», 1982.

ПРОЧЕЕ

Проблемы оформления отчетной документации педагогов общеобразовательных школ Воронежской области

Ознобкина Надежда Васильевна, студент
Белгородский государственный национальный исследовательский университет

Система российского среднего образования всегда характеризовалась значительным объемом документооборота. Это обуславливается определенным количеством систем документации в образовательных учреждениях. Отчетная документация является самой громоздкой, требующей вложения материальных и физических ресурсов. Школьные педагоги традиционно загружались неоплачиваемой рутинной работой по системе отчетов. Подобная нагрузка в последние годы только лишь увеличивалась.

В связи с многочисленными просьбами школьных преподавателей, вопрос о сокращении их нагрузки по отчетам был рассмотрен 23 декабря 2015 г. на заседании Государственного совета Российской Федерации под руководством Президента Российской Федерации В. В. Путина. Итогом заседания стало поручение Правительству Российской Федерации принять меры по уменьшению нагрузки школьных учителей по составлению отчетных документов [1]. Во исполнение поручения, анализ документационных систем образовательных организаций выявил огромное количество избыточной документации, зачастую ненужной и дублирующей друг друга. В письме Министерства образования и науки РФ и Профсоюза работников народного образования и науки РФ от 16 мая 2016 г. N НТ-664/08/269 «Рекомендации по сокращению и устранению избыточной отчетности учителей» руководителям образовательных организаций, реализующих программы начального, основного и среднего образования были определены конкретные виды документов, составляющих общую систему отчетности учителей. В частности, рекомендовалось «исключить дублирование документов и информации на электронных и бумажных носителях» [2].

Школьные журналы успеваемости также относятся к обязательной системе отчетности, и еще ранее, 15 февраля 2012 г. в письме руководителям органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации, осуществляющих руководство в сфере образования N АП-147/07, «О методических рекомендациях по внедрению систем ведения журналов успеваемости в электронном виде», заместитель Министра образования рекомендовал замену бу-

мажных журналов успеваемости на журналы успеваемости в электронном виде [3].

Как же исполнялись вышеуказанные рекомендации в воронежской системе образования? В январе 2015 г. на форуме сообщества «Образовательная галактика Intel» был проведен социологический опрос педагогов на тему «Дублируете ли вы оценки в электронном и бумажном журналах?». Следующее сообщение с результатами опроса иллюстрирует настоящее положение дел.

— **В моей школе наряду с обязательным ведением электронного журнала по старинке дублируют оценки в бумажных журналах 66.67% (82)**

— **В моей школе оценки выставляются только в электронный журнал. 14.63% (18)**

— **В моей школе оценки выставляются только в бумажный журнал. 13.01% (16)**

— **Другое 5.69% (7) [4]**

Произошли ли изменения в следующем 2016 году? В октябре 2016 года Воронежский институт развития образования опубликовал документ «О результатах мониторинга отказа от классных журналов в бумажной форме» [5]. В документе приводятся статистические данные о применении электронной формы ведения классных журналов. В частности, говорится, что «с 1 сентября 2016 года 172 школы Воронежской области «активно внедряют электронную форму учета успеваемости и посещаемости» учеников при одновременном отказе от ведения классных журналов в бумажной форме». Однако, анализ произведен на основании пользования образовательными учреждениями сервисом «Дневник.ру».

Практика показывает, что введение электронной системы документации не означает отказ от бумажной системы. К сожалению, реальность такова, что учителя неофициально обязывают вести бумажные журналы успеваемости учеников из-за недоверия руководства школ электронным документационным системам, и это показывают социологические опросы. В результате учитель вынужден дублировать бумажный и электронный документ, на что уходит значительное количество рабочего времени.

Подсчитать временные ресурсы, затрачиваемые на заполнение бумажных журналов, можно следующим образом. Если в среднем в школе обучается 40 классов, в каждом из которых проводится в среднем 5 уроков, то получается 200 уроков в день, при 5 дневной учебной неделе — 1000 уроков в неделю и более 4000 уроков в месяц. Чтобы зафиксировать проведение урока в бумажном журнале успеваемости, учителю предметнику необходимо затратить минимум 5 минут. Умножим 4000 уроков на 5 минут, и получим гигантскую цифру — более 300 часов рабочего времени в одной школе! Здесь не учитывается работа классных руководителей по заполнению журнала, а это значительное количество времени — заполнение списков учеников по отдельным предметам, журнал пропусков уроков, журнал занятости обучающихся и т. д. Финансовые затраты образовательных учреждений на закупку бумажных журналов также значительны — 40 классов в школе умножить

на 170 школ Воронежской области, получается 6800 журналов. При стоимости одного журнала 50 рублей, получаем более 1 млн рублей расходов школ. В итоге, получаем огромные затраты ресурсов времени и финансов.

Каким образом можно решить эту значительную проблему? Необходимо издать распорядительный документ — вид письменного документа, в котором фиксируют решение административных и организационных вопросов, а также вопросов управления, взаимодействия, обеспечения и регулирования деятельности органов власти, учреждений, предприятий, организаций, их подразделений и должностных лиц [6]. Можно рекомендовать департаменту образования, науки и молодежной политики Воронежской области издать приказ с указанием на обязательное ведение электронных журналов и запретом на возложение обязанности на учителей вести бумажную форму этих документов.

Литература:

1. Официальные сетевые ресурсы Президента России [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/51001> (дата обращения 13.04.2018).
2. Информационно-правовой портал Гарант.ру [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71317880/> (дата обращения 10.04.2018).
3. Законы, кодексы и нормативно-правовые акты Российской Федерации [Электронный ресурс]. — URL: <http://legalacts.ru/doc/pismo-minobrnauki-gossii-ot-15022012-n-ar-14707/> (дата обращения 10.04.2018).
4. Форум сообщества «Образовательная галактика Intel» [Электронный ресурс]. — URL: <https://edugalaxy.intel.ru/?showtopic=5667> (дата обращения 10.08.2017).
5. Независимое педагогическое издание «Учительская газета» [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.ug.ru/article/948> (дата обращения 10.03.2018).
6. ГОСТ Р 51141–98. Делопроизводство и архивное дело. Термины и определения. — Введ. 01.01.1999. — М.: Госстандарт России: Изд-во стандартов, 1998. — С. 2.

МОЛОДОЙ УЧЁНЫЙ

Международный научный журнал

Выходит еженедельно

№ 49 (235) / 2018

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.
Абдрасилов Т. К.
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.
Искаков Р. М.
Кайгородов И. Б.
Калдыбай К. К.
Кенесов А. А.
Коварда В. В.
Комогорцев М. Г.
Котляров А. В.
Кошербаева А. Н.
Кузьмина В. М.
Курпаяниди К. И.
Кучерявенко С. А.
Лескова Е. В.
Макеева И. А.
Матвиенко Е. В.
Матроскина Т. В.
Матусевич М. С.
Мусаева У. А.
Насимов М. О.
Паридинова Б. Ж.
Прончев Г. Б.
Семахин А. М.
Сенцов А. Э.
Сенюшкин Н. С.
Титова Е. И.
Ткаченко И. Г.
Федорова М. С.
Фозилов С. Ф.

Яхина А. С.

Ячинова С. Н.

Международный редакционный совет:

Айрян З. Г. (Армения)
Арошидзе П. Л. (Грузия)
Атаев З. В. (Россия)
Ахмеденов К. М. (Казахстан)
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)
Игисинов Н. С. (Казахстан)
Искаков Р. М. (Казахстан)
Кадыров К. Б. (Узбекистан)
Кайгородов И. Б. (Бразилия)
Каленский А. В. (Россия)
Козырева О. А. (Россия)
Колпак Е. П. (Россия)
Кошербаева А. Н. (Казахстан)
Курпаяниди К. И. (Узбекистан)
Куташов В. А. (Россия)
Кыят Э. Л. (Турция)
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)
Федорова М. С. (Россия)
Хоналиев Н. Х. (Таджикистан)
Хоссейни А. (Иран)
Шарипов А. К. (Казахстан)
Шуклина З. Н. (Россия)

Руководитель редакционного отдела: Кайнова Г. А.

Ответственный редактор: Осянина Е. И.

Художник: Шишков Е. А.

Верстка: Бурьянов П. Я., Голубцов М. В., Майер О. В.

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 19.12.2018. Тираж 500 экз.

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