

ISSN 2072-0297

# МОЛОДОЙ УЧЁНЫЙ

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ



16 2019  
ЧАСТЬ III

16+

# Молодой ученый

## Международный научный журнал

### № 16 (254) / 2019

Издается с декабря 2008 г.

Выходит еженедельно

*Главный редактор:* Ахметов Ильдар Геннадьевич, кандидат технических наук

*Редакционная коллегия:*

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 (Казахстан)  
Авдеюк Оксана Алексеевна, кандидат технических наук  
Айдаров Оразхан Турсункожаевич, кандидат географических наук (Казахстан)  
Алиева Тарана Ибрагим кызы, кандидат химических наук (Азербайджан)  
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 (Узбекистан)  
Игнатова Мария Александровна, кандидат искусствоведения  
Искаков Руслан Маратбекович, кандидат технических наук (Казахстан)  
Кайгородов Иван Борисович, кандидат физико-математических наук (Бразилия)  
Калдыбай Кайнар Калдыбайулы, доктор философии (PhD) по философским наукам (Казахстан)  
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 (Казахстан)  
Кузьмина Виолетта Михайловна, кандидат исторических наук, кандидат психологических наук  
Курпаяниди Константин Иванович, доктор философии (PhD) по экономическим наукам (Узбекистан)  
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 (Казахстан)  
Паридинова Ботагоз Жаппаровна, магистр философии (Казахстан)  
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 (Узбекистан)  
Яхина Асия Сергеевна, кандидат технических наук  
Ячинова Светлана Николаевна, кандидат педагогических наук

*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)  
Кадыров Кутлуг-Бек Бекмурадович, 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)  
Кожурбаева 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)

---

---

На обложке изображена *Фрэнсис Арнольд* (1956), американский учёный, химик-инженер, лауреат Нобелевской премии по химии.

Фрэнсис Арнольд родилась в Эджвуде, США, в семье физика-ядерщика Вильяма Говарда. С самого начала казалось, что Арнольд сделала все, чтобы не стать биологом. В старшей школе она сбежала на протестные акции против войны во Вьетнаме, потом ушла из дома. В колледже училась плохо, потому что подрабатывала барменшей и таксисткой. Несмотря на это, Арнольд все-таки поступила в Принстон, на факультет аэрокосмической техники (потому что туда было проще всего поступить), бросила учебу, переехала в Италию и устроилась на фабрику по производству ядерных реакторов, заявив, что больше не собирается заниматься наукой.

Но у судьбы были на нее другие планы. Арнольд увлеклась «зеленой» энергетикой, а конкретно — солнечными панелями. Даже когда страну возглавил Рейган и на солнечные панели стали смотреть как на странную причуду непопулярного президента (Картера), она заявляла, что от идеи «зеленых» инноваций уже не откажется, хотя ей и пришлось искать себе новое дело.

Далее Арнольд поступила в Калифорнийский технологический институт на факультет химии. Не желая иметь ничего общего с нефтяной индустрией, она взялась за «рациональный» дизайн новых соединений. Она пыталась найти новые ферменты, которые позволили бы сделать процесс получения энергии менее токсичным, и после нескольких неудач решила перенять технику у лидера — природы. Так Арнольд переключилась на эволюцию белков.

В 2018 году Фрэнсис Арнольд и ее коллеги Джордж Смит и Грегори Винтер получили Нобелевскую премию по химии за свои открытия в области направленной эволюции и создание новых белков. Суть работы Арнольд эксперты премии назвали «революция в эволюции». Она сделала удивительную вещь: законы

отбора Дарвина, действующие миллиарды лет в естественной природе, Арнольд сумела «сжать» в пробирке до нескольких часов, заставила идти эволюцию во много тысяч раз быстрее.

«В каждом организме есть системы защиты, которые помогают ему выживать в самых сложных условиях, блокировать случайные мутации, — прокомментировал работу Арнольд профессор МГУ Владимир Тишков. — А Фрэнсис Арнольд фактически сорвала все замки защиты. Здесь задействована так называемая полимеразная цепная реакция, которая умножает число копий ДНК. Если задать неправильные условия, то реакция будет шлепать копии с ошибками, и у гена появятся случайные мутации. Всего за два часа в пробирке можно получить миллиард случайных копий мутантных генов. Из них 99 процентов окажутся ненужными, а один процент — полезным. Его можно запускать в следующий подобный цикл, улучшая нужные свойства». А следующий шаг был сделан благодаря работам Смита и Винтера. Разработанный ими фаговый дисплей позволяет получать на основе мутантных генов набор мутантных белков с заданными свойствами.

Принесший Арнольд Нобелевскую премию метод пригодился в самых разных областях. Исследовательница «помогла» эволюционировать множеству белков, участвующих в реакциях органического синтеза, научила кишечную палочку производить каротиноиды и необычные аминокислоты, основала компанию по производству биотоплива и даже придумала более дешевый способ синтеза лекарства от диабета.

На сегодняшний день Фрэнсис Арнольд является профессором инженерной химии, биоинженерии и биохимии Калифорнийского технологического института. Она удостоена Национальной медали в области технологий и инноваций и введена в Национальный зал славы изобретателей.

*Екатерина Осянина, ответственный редактор*

---

---

## СОДЕРЖАНИЕ

### ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

- Ёдгорова Ш. Х., Худойбердиев М. У.,  
Ходжиев М. Ш.**  
Правовые основы развития малого бизнеса  
и частного предпринимательства в Республике  
Узбекистан ..... 157
- Амет-устаева Д. М.**  
Социальные сети как инструмент продвижения  
туристической услуги ..... 159
- Галочкин А. А.**  
Модель компетенций для подбора контактного  
персонала отеля ..... 161
- Голубев И. С.**  
Золотовалютные резервы России: состав,  
структура и динамика ..... 169
- Гринюк А. К.**  
Перспективы применения Big Data  
для создания контента в рекламе и связях  
с общественностью ..... 172
- Жумабаева А. Т.**  
Современные тенденции в системе управления  
формированием конкурентоспособности  
предприятия..... 174
- Зобнева Е. В.**  
Организация системы внутреннего контроля на  
предприятии ..... 176
- Козырева Т. Н.**  
Мотивация персонала как показатель качества  
трудовой жизни ..... 178
- Кормишина А. А.**  
Учетно-аналитическое обеспечение управления  
собственным капиталом корпоративной  
структуры транспортного комплекса..... 181
- Kudryavtsev R. A.**  
The difficulties of developing blockchain  
technology in the financial sector ..... 184
- Махарадзе Д. В.**  
Финансирование малоэтажного  
строительства..... 186
- Ондар Д. А.**  
Анализ туристической привлекательности  
региона и возможности ее повышения  
(на примере республики Тыва) ..... 188
- Павлюк И. С.**  
Недостатки в учете дебиторской задолженности  
и направления их устранения ..... 191
- Садовская Е. П.**  
Определение концепции государственно-  
частного партнерства с учетом мирового  
опыта ..... 192
- Сенин С. В.**  
Проблемы анализа системы менеджмента  
качества (СМК) организации: требования,  
определение несоответствий, методы их  
устранения..... 195
- Сладкова М. В.**  
Механизм принудительного взыскания  
налоговой задолженности с предприятий..... 202
- Сохтаев М. К., Амет-устаева Д. М.**  
Перспективы создания кластера в курортно-  
рекреационно-туристическом комплексе ..... 203
- Теслин С. В., Кривцова А. С.**  
Оценка эффективности предпринимательской  
деятельности АО «ЛЕДВАНС» на основе общего  
анализа показателей деятельности  
организации..... 206
- Фам Тхи Киеу Чанг, Нгуен Хоанг Нгуен**  
Теоретические основы факторов воздействия  
корпоративного управления на финансовую  
деятельность компании..... 210
- Хачемизов А. Р.**  
Формирование системы контроллинга  
использования персонала на предприятии .... 212
- Ходосова Е. В.**  
Инновации в системе высшего образования .. 214

### ИСТОРИЯ

- Исламова С. У.**  
Введение агитационной политики советской  
власти в Туркестанской АССР ..... 217

**Корнилов А. В.**  
Исторический аспект Владивостокского  
ГУМа..... 219

**Сергеева Е. В.**  
Кашмир в русско-британском противостоянии  
XIX столетия ..... 222

**Федорова В. А.**  
Псковщина и ее роль в Великой Отечественной  
войне ..... 223

## ПОЛИТОЛОГИЯ

**Калашникова Е. А.**  
Исторические предпосылки возникновения  
молодежного экстремизма в России ..... 226

**Федосеева А. А.**  
Департамент информационной политики  
губернатора как эффективный инструмент для  
создания имиджа региона ..... 228

## СОЦИОЛОГИЯ

**Васильев А. А., Исламгулова А. Н.,  
Кузнецова М. А.**  
Исследование уровня сформированности  
суицидальных намерений студенческой  
молодежи г. Оренбурга ..... 230

**Топкина А. В.**  
Исследование сложившихся стереотипов  
о преступной личности среди людей  
18–30 лет ..... 231

## ПСИХОЛОГИЯ

**Вшивкова А. А.**  
Теоретико-методологические основания  
изучения психологической безопасности  
образовательной среды в условиях уголовно-  
исполнительной системы РФ ..... 234

**Выходцева В. Е.**  
Стресс в студенческом возрасте ..... 236

**Кузнецова Л. Э., Булгаков В. В.**  
Социально-психологические факторы риска  
формирования химической зависимости  
у молодежи, склонной к употреблению  
психоактивных веществ ..... 237

**Кузнецова Л. Э., Залозный М. С.**  
Интегративный подход в психологической  
коррекции зависимой личности ..... 239

## ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

### Правовые основы развития малого бизнеса и частного предпринимательства в Республике Узбекистан

Ёдгорова Шахноза Хайридиновна, ассистент;  
Худойбердиев Масъуд Уктамович, ассистент;  
Ходжиев Мурод Шарафиддинович, студент  
Навоийский государственный горный институт (Узбекистан)

*Ключевые слова: предпринимательская деятельность, Узбекистан, орган, малый бизнес, финансово-хозяйственная деятельность, субъект хозяйствования.*

За годы независимости были серьезные изменения политики малого бизнеса со стороны государства. В первую очередь это касается совершенствования нормативно-правовой базы. «Лицензирование процедур в предпринимательской деятельности», «Конкуренция», «О гарантиях свободы предпринимательской деятельности» в соответствии с законами и иными законодательными актами, гарантируют гражданам свободное участие в предпринимательской деятельности. Совершенствуются механизмы защиты законных прав и интересов субъектов предпринимательской деятельности.

Законодательством Республики Узбекистан принят ряд законов и правоохранительных, регулирующие органы и административные органы в целях устранения вмешательства незаконной предпринимательской деятельности, а также большое внимание к повышению ответственности должностных лиц этих агентств. Права предпринимателей на взаимодействие предпринимателей с государством, правоохранительные и регулирующие органы создаются в принципе в приоритетном порядке. А также упрощение и облегчение функционирования предприятий с помощью более 40 нормативных изменений и дополнений к документу. В частности, новые правила, если лицо совершает преступление, связанное с неуплатой налогов или других обязательных платежей, и если оно совершает преступление впервые в течение 30 дней после обнаружения злоупотребления и покрывает полный ущерб государству, против него не возбуждается уголовное дело [1].

Большое внимание уделяется роли судебных органов в защите законных прав владельцев частной собственности и предпринимателей в вопросе усиления гарантий их деятельности. При рассмотрении иска судом,

если предприниматель недоволен решением контролирующих органов, субъект хозяйствования вправе приостановить исполнение. Принята норма закона о том, что если субъект хозяйствования нарушает налоговое и таможенное законодательство, имущество может быть конфисковано только в соответствии с решением суда, и значительно сокращено до рассмотрения срока искового заявления. Теперь фирмы, предприятия малого бизнеса и фермерские хозяйства четыре раза в год и другие виды коммерческой деятельности проверяются раз в три года, чтобы проверять и контролировать органы, такие проверки могут проводиться только в соответствии с решением Государственного координационного совета. Финансово-хозяйственная деятельность, связанная с запланированным сроком реализации, была сокращена с 30 календарных дней до 10 календарных дней. Следует отметить, что этот закон распространяется и на частные банки и финансовые учреждения. Государственными правоохранительными и контролирующими органами проведена проверка финансово-хозяйственной деятельности и были подняты меры по нарушению административной ответственности за государственные услуги [1].

Эта мера распространяется также на такие случаи, как принудительная деятельность хозяйствующих субъектов и незаконное прекращение операций с номерами их банковских счетов, информация о счетах бизнеса, благотворительная деятельность и другие виды деятельности, связанные с распределением средств. В то же время принят правовой механизм для государственных органов, органов местного самоуправления при принятии незаконных решений должностными лицами или их хозяйствующими субъектами в результате действий или убытков бездей-

ствия, в том числе для покрытия всей упущенной суммы прибыли.

Уголовная ответственность распространялась на сотрудников правоохранительных и других государственных органов в случае неоднократного нарушения права на свободу предпринимательской деятельности. Соответствующие нормы внесены в Уголовный кодекс Республики Узбекистан. Реализована новая система, с 2015 года в АК «Узбектелеком» работает Колл-центр, также весь день работает горячая линия Государственной прокуратуры, которая принимает заявления граждан.

Эта система управления государством, правоохранительными органами и предприятиями контролируется властями с целью предотвращения необоснованного вмешательства в предпринимательскую деятельность и подачи заявлений и жалоб на нарушения прав собственников. В течение последних полутора лет после внедрения этой системы прокуратура обратилась к более чем 1500 предпринимателям. Самое главное, что почти треть всех жалоб была решена в пользу предпринимателей. Взаимоотношения между государственными органами и бизнесом в связи с внедрением электронных форм в 2015 году на портале онлайн-сервисов общего пользования через Интернет зарегистрировали 42 тысячи 800

субъектов. У них есть доступ к 260 видам интерактивных услуг. 2013–2014 годы обслуживали более 102 предпринимателей и граждан, а в 2015 году этот показатель увеличился на 420 тысяч.

Сегодня 100 процентов налоговых и статистических отчетов в электронном виде через Интернет. С 1 января этого года во всех регионах страны действуют «единое окно» принципов предоставления государственных услуг предпринимателям как единым центрам. А также внедрение совершенно нового механизма подключения предпринимателей к инженерным и коммуникационным сетям. Согласно ей, этим региональным организациям был дан мандат на проведение работ сетей из технических условий для предприятий по внедрению всех инженерных и коммуникационных сетей, и они подготовлены к использованию предпринимателями [1]. За годы независимости Республики Узбекистан в результате реформ в области развития малого предпринимательства сектор изо дня в день находится в устойчивом развитии. В экономике Республики Узбекистан возрастает значительная роль в развитии малого бизнеса и частного предпринимательства, доля его валового внутреннего продукта в 2006 году составила 42,1 процента, тогда как в 2017 году этот показатель был повышен до 57,2 процента. (Таблица 1).

Таблица 1. Доля МБичП в ВВП Узбекистана (%)

Доля МБичП в ВВП	Год											
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
	42,1	45,7	48,2	50,0	52,5	54,0	54,0	55,8	56,1	56,5	56,9	57,2

Работающие в сфере МБичП соотношение общей численности занятого населения. Следует отметить, что более 64% новых рабочих мест в малом бизнесе усиливают стимулы для развития частного предпринимательства и фермерства, в частности, чтобы дать им новые привилегии и преференции, на 28% больше, чем создание новых предприятий, расширение различных форм дома. 70% от общего числа занятых в экономике развитых стран в сфере МБичП, работающей в Узбекистане в 2015 году, составили 77% от занятого населения в этой области, что может быть признано в результате проведенных реформ [2]. МБичП в основном участвует в выращивании сельскохозяйственной продукции, строительстве, грузовых и пассажирских перевозках, но промышленный, инвестиционный и экс-

портный потенциал пропорциональной доли уровня остается низким.

Из вышесказанного видно, что малый бизнес стал основным фактором благосостояния населения. Следовательно, и разработки стратегической задачи. Исходя из социального измерения народного хозяйства, в любом случае при расчете финансовых результатов первичные не «представители бизнеса», а предпринимательство, направленное на повышение эффективности социальных выплат, будет в центре внимания. Следует также отметить, что, по сравнению с первыми годами независимости, несмотря на значительные достижения, в развитии сектора остался неиспользованный потенциал. Основными задачами является разработка инновационных форм бизнеса для использования этого потенциала.

Литература:

1. <https://stat.uz/uz/statinfo>
2. <https://president.uz/ru/lists/news>
3. <http://uza.uz/ru/business/strategiya-deystviy-osnova-ekonomicheskogo-razvitiya-27-01-2017>



## Социальные сети как инструмент продвижения туристической услуги

Амет-устаева Диляра Мамметовна, аспирант, преподаватель  
Крымский инженерно-педагогический университет (г. Симферополь)

*В статье обозначена роль социальных сетей, в частности для туристической сферы. Приведены самые популярные социальные сети, и страницы туристических фирм.*

**Ключевые слова:** социальные сети, туристическая услуга, социальные медиа, туристическая фирма, контент, Интернет.

Влияние социальных медиа — социальных сетей, travel-блогов и форумов — растет с каждым годом. Более 25% опрошенных заявили, что социальные сети влияют на их мнение при выборе места и типа проживания. Для 75% респондентов социальные каналы являются основным источником туристической информации. На выбор потенциальных туристов влияют рассказы, яркие фотографии, отзывы и прочий контент (информационное содержание сайта), инициируемый другими пользователями. При этом рассказам и отзывам другим путешественников доверяют почти 50% участников опроса [4].

Социальные медиа являются частью интерактивных средств массовой информации, одним из каналов коммуникации как отдельных пользователей (туристов), так и целых корпораций и компаний (туристических агентств, компаний).

Всемирная туристская организация ООН (ЮНВТО) признает важную роль социальных медиа в туризме. Туристы и бизнесмены используют смартфоны и планшеты для того, чтобы найти информацию или поделиться мнением о месте их пребывания. Исследование World Travel Monitor, проведенное ЮНВТО [10], показало следующее:

- 40% международных туристов путешествуют со смартфонами, которые помимо прочих удобных функций имеют доступ к Интернет и e-mail;
- 40% пользователей смартфонов используют их для получения информации о направлении;
- 26% туристов и 34% деловых путешественников смартфоны нужны для того, чтобы поменять бронирование отеля и других услуг во время путешествия.

Большее трети международных путешественников осуществляют с помощью смартфонов доступ к социальным сетям — публикуют контент в своих блогах, на страницах в Facebook, делятся фотографиями в Twitter или Flickr, пока находятся в поездке.

Чаще всего к социальным медиа относят: социальные сети (к примеру, MySpace, Facebook, Одноклассники.ру, ВКонтакте, LinkedIn), блоги (к примеру, Blogger, LiveJournal) и микроблоги (к примеру, Twitter), форумы, сайты отзывов (к примеру, IRecommend.ru, Otzyv.ru), фотохостинги (к примеру, Picasa, Flickr) и видеохостинги (к примеру, YouTube) и другие. Все социальные медиа обладают

определенными свойствами, которые определяют их особенность и специфику. Прежде всего, это интерактивность, как возможность общения между пользователями и обмена разного рода контентом, что есть основа составляющей развития информационного общества и показатель, характеризующий быстроту выхода на связь одного пользователя с другим. Помимо этого, социальные медиа обладают свойствами коммуникативности, мобильности, доступности, универсальности [1, с. 20].

Социальные сети позволяют формировать комьюнити (группа людей с близкими интересами, которые общаются через Интернет), повышать лояльность клиентов к туристическому предприятию или к конкретному туристическому продукту, позволяют создавать адресную рассылку и применять тем самым принцип таргетирования в маркетинге туристических услуг, а также обеспечивают широкий охват аудитории с положительным имиджем (по средством постов и лайков)» [5, с. 25].

Что касается России, наиболее популярными являются сети «ВКонтакте» и «Одноклассники», в то время как в большей части остального мира — Facebook, Google+, Twitter и Foursquare [6, с. 96].

Приведем примеры страниц некоторых туристических фирм по Республике Крым (табл. 1):

Пользуясь страницами сетей, можно получить не только исчерпывающую информацию, но и получить консультацию, и оформить тур. Конечно, посещаемость таких гораздо выше, чем визит сайта, т.к. турфирму или тур можно найти просто в поисковике.

Так же не маловажную роль занимает и министерство курортов и туризма Республики Крым, для продвижения туристического продукта и услуги им был разработан и запущен проект — «Туристический портал Республики Крым» (visitcrimea.guide). В свою очередь данный портал через сети Facebook, ВКонтакте, Twitter, Одноклассники.ру призван продвигать туристическую информацию по следующим направлениям: туристические точки, новости, ТВ-передача, фото, как добраться, FAQ.

Согласно Государственной программе развития курортов и туризма в Республике Крым на 2017–2020 годы (постановление Совета министров Республики Крым от 29 декабря 2016 г. N650) [3] на мероприятие «Создание системы обратной связи с гостями Республики Крым»,

Таблица 1. Страницы крымских туристических фирм в популярных сетях

Facebook <a href="https://www.facebook.com">https://www.facebook.com</a>	Одноклассники.ru <a href="https://ok.ru">https://ok.ru</a>	ВКонтакте <a href="https://vk.com">https://vk.com</a>	Instagram <a href="https://www.instagram.com">https://www.instagram.com</a>
<ul style="list-style-type: none"> <li>— турфирма «Вокруг Света Крым» (г. Симферополь)</li> <li>— турагенство Про100.тур (г. Алушта)</li> <li>— турфирма «Курорт» (г. Севастополь)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— туроператор Генуя-тур (г. Симферополь)</li> <li>— турфирма Карадаг-Тур (г. Феодосия)</li> <li>— турфирма «Лагуна Крыма» (г. Евпатория)</li> <li>— турфирма Злата (г. Севастополь)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— турфирма Туры для крымчан (г. Ялта)</li> <li>— туроператор ООО «Коралл Тур» (г. Феодосия)</li> <li>— турфирма «Ласковый Крым» (г. Севастополь)</li> <li>— турфирма «Карта Крыма» (г. Симферополь)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— туроператор Командор-тур (г. Севастополь)</li> <li>— туристическая компания Ганеша тревел групп (г. Симферополь)</li> <li>— Турагентство Касабланка</li> <li>— туристическая компания Комфорт тур (г. Симферополь)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>— контактная информация</li> <li>— фото и видео</li> <li>— отзывы</li> <li>— реклама</li> <li>— публикации</li> <li>— онлайн-консультант</li> <li>— услуги</li> <li>— мероприятия</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— контактная информация</li> <li>— экскурсионные маршруты</li> <li>— трансфер</li> <li>— прокат снаряжения и услуги инструктора</li> <li>— фото и видео</li> <li>— кол-во участников</li> <li>— темы</li> <li>— опросы</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— контактная информация</li> <li>— отзывы</li> <li>— кол-во участников</li> <li>— фото и видео</li> <li>— обсуждения</li> <li>— ссылки</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— контактная информация</li> <li>— отзывы</li> <li>— туры</li> <li>— акции</li> <li>— фото</li> <li>— кол-во подписчиков</li> <li>— визы</li> </ul>

\* составлено автором по материалам [2, 5, 8, 7]

а именно внедрение системы мониторинга социальных сетей выделено на 2019 г. и 2020 г. по 400,00 тыс.руб. бюджета Республики, что в свою очередь свидетельствует о поддержки туристической индустрии местными органами исполнительной власти.

Если говорить в целом об использовании социальных медиа в продвижении туристических продуктов и услуги, то именно социальные медиа дают возможность туристическому предприятию управлять мнениями и рекомендациями целевой аудитории, формировать группы лояльных потребителей, усиливать известность бренда,

увеличивать продажи и реализовывать таргетированную рекламу.

В целом, продвижение в сети Интернет позволяет целенаправленно воздействовать на различные группы потребителей и максимально удовлетворять их потребности за счет адресности и таргетирования при минимальных затратах. Новые социальные медиа в состоянии обеспечивать более дешевые способы продвижения и поэтому могут предложить большое количество новых возможностей для привлечения потенциальных клиентов.

#### Литература:

1. Апанасюк Л. А., Бодня А. А. Социальные медиа как инновационный инструмент продвижения предприятий индустрии гостеприимства и туризма // Азимут научных исследований: педагогика и психология. — 2018. — № 7 (1 (22)), С. 19–22.
2. ВКонтакте. [Электронный ресурс] / Режим доступа: [https://vk.com/search?c%5Bper\\_page%5D=40&c%5Bq%5D=%D1%82%D1%83%D1%80%D1%84%D0%B8%D1%80%D0%BC%D0%B0%20%D0%BA%D1%80%D1%8B%D0%BC&c%5Bsection%5D=communities](https://vk.com/search?c%5Bper_page%5D=40&c%5Bq%5D=%D1%82%D1%83%D1%80%D1%84%D0%B8%D1%80%D0%BC%D0%B0%20%D0%BA%D1%80%D1%8B%D0%BC&c%5Bsection%5D=communities)
3. 3.Государственная программа развития курортов туризма в Республике Крым на 2017 - 2020 годы [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://business.rk.gov.ru/files/strategy/gosprog/19.pdf>
4. Как соцсети влияют на выбор туристов. [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.atorus.ru/news/press-centre/new/34889.html>
5. Крайнова О. С. Инновационные маркетинговые инструменты в продвижении туристских предприятий: нереализованный потенциал социальных медиа // Индустрия туризма и сервиса: состояние, проблемы, эффективность, инновации. — 2014. — С. 22–35.

6. Одноклассники.ру. [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://ok.ru/search?st.query=%D1%82%D1%83%D1%80%D1%84%D0%B8%D1%80%D0%BC%D0%B0%20%D0%BA%D1%80%D1%8B%D0%BC>
7. Печерица Е. В. Социальные сети как способ продвижения гостиничных услуг // Техничко-технологические проблемы сервиса. — 2015. — № 3. — С. 93–99.
8. Instagram. [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.instagram.com/explore/tags/%D1%82%D1%83%D1%80%D1%84%D0%B8%D1%80%D0%BC%D0%B0%D0%BA%D1%80%D1%8B%D0%BC/?hl=ru>
9. Facebook. [Электронный ресурс] / Режим доступа: [https://www.facebook.com/search/top/?q=%D1%82%D1%83%D1%80%D1%84%D0%B8%D1%80%D0%BC%D0%B0%20%D0%BA%D1%80%D1%8B%D0%BC&era=SEARCH\\_BOX](https://www.facebook.com/search/top/?q=%D1%82%D1%83%D1%80%D1%84%D0%B8%D1%80%D0%BC%D0%B0%20%D0%BA%D1%80%D1%8B%D0%BC&era=SEARCH_BOX)
10. UNWTO. [Электронный ресурс] / Режим доступа: [www.unwto.org](http://www.unwto.org)

## Модель компетенций для подбора контактного персонала отеля

Галочкин Алексей Алексеевич, студент магистратуры  
Государственный университет управления (г. Москва)

*Статья посвящена разработке модели компетенций для подбора контактного персонала гостиничных предприятий.*

В отеле мы выделили четыре основные группы контактного персонала:

- администратор службы приема и размещения,
- специалист по работе с гостями (guest relations agent),
- консьерж,
- телефонный оператор

Для достижения максимальной объективности, точности и валидности результатов при создании модели компетенций контактного персонала отеля исследование проводилось на нескольких уровнях: стратегическом, диагностическо-аналитическом, операционном. Остановимся подробнее на методах, которые использовались на каждом уровне.

### 1. Стратегический уровень.

Интервью с руководителями высшего звена. Были проведены 4 интервью: с Генеральным менеджером гостиницы, директором по операционной деятельности, директором по маркетингу и связям с общественностью, директором по продажам. Основной вопрос, на который отвечали руководители высшего уровня: «Какой мы хотим видеть компанию и как нам достичь поставленных целей?»

Руководители высшего звена, отвечая на вопрос о необходимых компетенциях персонала, назвали клиентоориентированность, умение превосходить ожидания клиентов, высокий уровень эмпатии, способность достигать поставленных целей и высоких результатов.

### 2. Диагностическо-аналитический уровень.

Были проведены 2 фокус группы: с руководителями среднего уровня и со специалистами. Продолжительность

каждой фокус группы — 90 минут. Руководители среднего уровня: менеджер службы приема и размещения, менеджер службы гостиничных услуг, супервайзер службы приема и размещения, менеджер по работе с группами. Специалисты: администратор службы приема и размещения, специалист по работе с гостями, консьерж, телефонный оператор. Основной вопрос для обсуждения на фокус группах: «Как вы считаете, что представляет собой лучший результат работы?». Участники фокус групп пришли к единому мнению, что основным конкурентным преимуществом становятся компетенции персонала и слаженная работа всех служб и подразделений гостиницы. Следовательно, ключевыми компетенциями становятся командная работа и сотрудничество, а также способность работать в условиях стресса, многозадачности и быстро меняющейся ситуации.

### 3. Операционный уровень.

Были проведены фокусированные поведенческие интервью с 4 лучшими специалистами, по одному из каждой выделенной группы: администратор службы приема и размещения, специалист по работе с гостями, консьерж, телефонный оператор.

По итогам всех вышеуказанных мероприятий была разработана модель компетенций. Для того, чтобы модель компетенций можно было использовать в процессе подбора персонала для отбора лучших кандидатов, каждая компетенция была разделена на несколько уровней с описанием поведенческих индикаторов для каждого уровня. Они представлены на рисунках 1–7.

## Ориентация на достижение высоких результатов

**Ориентация на достижение высоких результатов** – стремление к повышению эффективности, умение находить более быстрые и эффективные способы выполнения работы.

### **Уровень 5 Идет на предпринимательские риски**

- Идет на обдуманные просчитанные риски ради достижения целей
- Исследует и апробирует новые методы работы, которые помогут достичь значительного повышения эффективности в будущем

### **Уровень 4 Ставит амбициозные, но достижимые цели**

- Ставит перед собой и другими амбициозные, но достижимые цели
- Предпринимает действия, чтобы достичь этих целей

### **Уровень 3 Работает самостоятельно над повышением эффективности**

- Устанавливает собственные показатели эффективности, превышающие заданные руководством
- Предпринимает действия, чтобы достичь более высоких по сравнению с заданными показателями эффективности

### **Уровень 2 Стремится соответствовать стандартам, установленным руководством**

- Предпринимает действия, чтобы выполнить работу в установленный срок
- Предпринимает действия, чтобы выполнить план
- Предпринимает действия, чтобы результаты работы соответствовали установленным руководством ключевым показателям эффективности

### **Уровень 1 Стремится выполнять работу лучше**

- Демонстрирует стремление выполнять работу лучше
- Выражает сожаления о неэффективно потраченном времени

### **Негативные индикаторы**

Демонстрирует отсутствие интереса к работе. Делает только то, что требуется. Легко «снижает планку», жертвуя стандартами качества, не укладывается в сроки. Жалуется на большой объем работ. Предпочитает выполнять задачи попроще.

Рис. 1. Компетенция «Ориентация на достижение высоких результатов»

## Инициативность

**Инициативность** – действия, выполняемые во избежание будущих проблем или для создания возможностей в будущем. Размышления о будущем без каких-либо действий не засчитываются как индикаторы этой компетенции.

### **Уровень 4 Действует заблаговременно в долгосрочной перспективе (более 1 года)**

- Предвидит развитие ситуации ранее, чем за год
- Предпринимает действия, чтобы подготовиться к решению возможных проблем или созданию нужных условий для действий в отдаленном более будущем

### **Уровень 3 Действует заблаговременно в краткосрочной перспективе (в пределах 1 года)**

- Активно ищет новые возможности
- Предвосхищает проблемы или использует возможности, которые не очевидны для других
- Готовится заблаговременно к ситуациям, которые могут возникнуть в течение года

### **Уровень 2 Использует текущие возможности и решает текущие проблемы**

- Действует, используя существующие возможности
- Воспринимает проблемы как новые возможности
- Действует быстро и решительно в критической ситуации

### **Уровень 1 Демонстрирует настойчивость**

- Предпринимает более одной попытки преодоления препятствий
- Не сдается, когда дела идут нелегко
- Демонстрирует готовность работать столько, сколько нужно

#### **Негативные индикаторы**

Долго не решается воспользоваться новыми возможностями. Говорит только о прошлом. Упускает возможности или не может решиться действовать при наличии альтернатив. Чувствует, что надо делать по-другому, но не предпринимает попыток что-то изменить.

Рис. 2. Компетенция «Инициативность»

## Устойчивость и уверенность в себе

**Устойчивость** – способность держать эмоции под контролем и продолжать работать эффективно в стрессовой ситуации.

**Уверенность в себе** – вера человека в собственные способности выполнить задание, достичь определенных целей, эффективно действовать в трудных ситуациях.

### Уровень 4 Добровольно ставит себя в трудные ситуации

- Добровольно берется выполнять наиболее трудные задания
- Демонстрирует позитивные эмоции, когда получает трудные задания

### Уровень 3 Берет на себя ответственность

- Открыто признает свои ошибки
- Берет на себя ответственность за неудачи и проблемы, которые, произошли не по его вине
- Действует, чтобы исправить ошибки

### Уровень 2 Демонстрирует способность работать в трудных условиях

- Сохраняет спокойствие и продолжает эффективно работать в стрессовых ситуациях
- Принимает или выполняет решения несмотря на несогласие других

### Уровень 1 Демонстрирует уверенность в себе

- Знает свои сильные и слабые стороны
- Спокойно анализирует причины неудач, а не обвиняет себя, других или обстоятельства
- Выражает уверенность в своих способностях

### **Негативные индикаторы**

Выражает сомнения в собственных способностях. Демонстрирует беспомощность. Избегает неодобрения других или конфликтов. Обвиняет в ошибках и неудачах себя, других или обстоятельства, при этом не стремится исправить ситуацию.

Рис. 3. Компетенция «Устойчивость и уверенность в себе»

## Ориентация на клиента

**Ориентация на клиента** – сосредоточение усилий на выяснении и удовлетворении потребностей клиентов.

### **Уровень 4 Действует как доверенный советник**

- Выстраивает долгосрочные личные отношения с клиентом
- Встает на сторону клиента даже против собственной компании, но с долгосрочной перспективой выгоды для компании
- Принимает непосредственное участие в процессе принятия клиентом решения, исходя из его интересов

### **Уровень 3 Полностью доступен для клиента**

- Дает клиенту номер личного телефона и тратит на общение с клиентом свободное время
- Ищет информацию о реальных, скрытых потребностях клиента
- Предпринимает дополнительные усилия, выходящие за рамки служебных обязанностей, чтобы помочь клиенту

### **Уровень 2 Сопровождает клиента и берет личную ответственность**

- Проверяет удовлетворенность клиентов
- Распространяет полезную информацию для клиентов
- Предоставляет дружелюбное вдохновляющее обслуживание
- Быстро и без оправданий исправляет проблемы

### **Уровень 1 Предоставляет минимальное требуемое обслуживание**

- Дает немедленные ответы на запросы клиентов, их требования и жалобы
- Доводит до конца запросы клиентов
- Держит клиентов в курсе дел по их запросам

### **Негативные индикаторы**

Выражает негативное отношение к клиентам. Обижается на трудных клиентов. Фокусируется на достоинствах предложения компании, а не на потребностях клиента. Перекладывает ответственность за проблемы клиентов на других или ссылается на обстоятельства.

Рис. 4. Компетенция «Ориентация на клиента»

## Поиск информации

**Поиск информации** – постоянное любопытство, желание узнать больше о вещах, людях или проблемах. Приложение усилий к получению точной информации, выявлению сути или получению общей информации об окружающей обстановке для изучения потенциальных возможностей или сведений, которые могут быть использованы позднее.

### Уровень 4 Использует собственные системы и методы сбора информации

- Имеет собственные системы или постоянные привычки сбора информации (например, регулярные обсуждения с коллегами, знакомыми, клиентами, конкурентная разведка и другие)

### Уровень 3 Проводит исследование

- Находясь в условиях ограниченного времени, прилагает целенаправленные систематические усилия для получения необходимой информации или обратной связи
- Тщательно исследует материалы из нестандартных источников информации
- Проводит формальные исследования, с использованием газет, журналов, электронных поисковых систем и других источников (маркетинговые, финансовые исследования, исследования конкурентов); может привлекать для этого других сотрудников

### Уровень 2 Изучает

- Изучает суть проблемы, не ограничиваясь формальными вопросами
- Определяет круг людей, близких к источнику информации, и проводит дальнейшее исследование
- Старается лично увидеть изучаемый предмет или спрашивает у тех, кто лично видел

### Уровень 1 Задает вопросы

- Напрямую задает вопросы тем, кто в состоянии разъяснить ситуацию
- Использует доступную информацию или альтернативные источники

### **Негативные индикаторы**

Не ищет дополнительную информацию. Довольствуется тем, что есть или тем, что получает от других по их инициативе.

Рис. 5. Компетенция «Поиск информации»



## Межличностное понимание

**Межличностное понимание** – способность внимательно слушать и понимать невысказанные или частично высказанные мысли, чувства, потребности и мотивацию других. Способность понимать сильные стороны и ограничения других людей.

### Уровень 4 Прогнозирует реакции и отношения

- Демонстрирует способность мысленно встать на место другого человека
- Прогнозирует реакции других
- Прогнозирует развитие отношений

### Уровень 3 Активизирует общение и понимает мотивы, потребности и отношения

- Иницирует общение с целью понимания позиций других
- Поощряет собеседника откровенно высказывать свои мысли и чувства
- Адаптирует свой стиль общения к собеседнику
- Демонстрирует понимание мотивов, интересов и потребностей других
- Определяет сильные стороны и ограничения других людей

### Уровень 2 Активно слушает и понимает скрытые смыслы

- Слушает и задает уточняющие вопросы
- Демонстрирует понимание скрытых чувств и эмоций по невербальным сигналам
- Проверяет правильное понимание других во время общения с ними

### Уровень 1 Слушает и понимает вербальные сигналы

- Демонстрирует открытость и готовность воспринимать информацию
- Не только говорит сам, но и слушает других людей
- Демонстрирует понимание высказанных мыслей и чувств

### **Негативные индикаторы**

Говорит сам и не слушает других. Не понимает чувства, мысли и реакции людей. Осуждает или оскорбляет людей, критикует их личные качества. Оценивает людей через призму собственных стереотипов.

Рис. 6. Компетенция «Межличностное понимание»

## Командная работа и сотрудничество

**Командная работа и сотрудничество** – умение работать совместно с другими, быть частью команды.

### **Уровень 5 Поддерживает высокий «командный дух» и разрешает конфликты**

- Создает позитивную дружескую атмосферу в команде
- Оказывает помощь и эмоциональную поддержку
- Дает другим почувствовать себя нужными и важными
- Открыто обсуждает разногласия и конфликты, предпринимает действия по разрешению конфликтов, находит точки соприкосновения для их разрешения

### **Уровень 4 Добивается вклада каждого**

- Поощряет вклад каждого, чтобы принять общее решение
- Призывает всех членов команды делиться идеями и участвовать в работе
- Учитя у других

### **Уровень 3 Выражает позитивные ожидания**

- Положительно отзывается о других членах команды
- Выражает уверенность в способности команды достичь цели
- Демонстрирует уважительное отношение к аргументам и чувствам других людей

### **Уровень 2 Делится информацией**

- Информировать других членов команды обо всем, что может иметь отношение к работе команды
- Предпринимает действия для того, чтобы у всех была необходимая информация

### **Уровень 1 Сотрудничает**

- Охотно принимает участие в работе команды
- Выполняет свою часть работы в команде
- Поддерживает решения команды, даже если они противоречат его/ее индивидуальным взглядам
- Адаптирует свое поведение к ситуации командного взаимодействия
- Демонстрирует уважение к другим

### **Негативные индикаторы**

Действует в одиночку, не сотрудничает. Критикует действия и способности членов команды. Настаивает на принятии своего решения в ущерб работе команды.

Рис. 7. Компетенция «Командная работа и сотрудничество»

Литература:

1. Барышникова, Е.И. Оценка персонала методом ассесмент-центра. Лучшие HR-стратегии / Елена Барышникова. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. — 255 с. — ISBN978-5-91657-793-8
2. Баллантайн, И., Пова, Н. Ассесмент-центр. Полное руководство / Иен Баллантайн, Найджел Пова. Пер. с англ. Е. Г. Гореловой. Второе издание. — М.: ГИППО, 2008. — 201 с. — ISBN978-5-98293-085-9

3. Бояцис, Р. Компетентный менеджер: модель эффективной работы / Ричард Бояцис; пер. с англ. — Москва: НИРРО, 2008. — 340 с. — ISBN978-5-98293-083-5
4. Вудраф, Ч. Центры оценки и развития. Определение и оценка компетенций / Чарльз Вудраф; пер. с англ. — Москва: НИРРО, 2005. — 384 с. — ISBN5-98293-074-1
5. Лустина, Т. Н. Формирование и использование компетентностного подхода к управлению персоналом гостиничных предприятий / Т. Н. Лустина // Сервис в России и за рубежом (Сетевой научный журнал). — 2017. — Т. II. — № 2 (72). — с. 73–86
6. Спенсер-мл., Лайл М. Компетенции на работе. / Лайл М. Спенсер-мл. и Сайн М. Спенсер; пер. с англ. — М: НИРРО, 2005. — 384 с. — ISBN5-98293-066-0
7. Страдвик, Л. Центры оценки и развития. Тренинг наблюдателей. Сборник упражнений для обучения наблюдателей, ролевых игроков и экспертов. — М.: НИРРО, 2003. — 270 с. — ISBN5-902288-10-X
8. Уорд, П. Метод 360 градусов; пер. с англ. — М: НИРРО PUBLISHING LTD, 2006. — 352 с. — ISBN5-98999-010-3
9. Российский стандарт центра оценки [Электронный ресурс] // Организационная психология. 2013. Т. 3. № 2. URL: <http://orgpsyjournal.hse.ru/2013-3-2.html>
10. Рыжова Н. Е., Михеев Ю. А. Центр оценки шаг за шагом. Навигатор по разработке и проведению. / Н. Е. Рыжова, Ю. А. Михеев, под ред. Н. Е. Рыжовой — ГК «Институт Тренинга — АРБ Про» — 1-е изд. — СПб., 2015. — 218 с. — ISBN978-5-9906503-0-5
11. Шоул, Д. Первоклассный сервис как конкурентное преимущество / Джон Шоул; пер. с англ. — 5-е изд. — М: Альпина Паблишер, 2013. — 450 с. — ISBN978-5-9614-2609-0

## Золотовалютные резервы России: состав, структура и динамика

Голубев Илья Сергеевич, студент магистратуры  
Ярославский государственный университет имени П. Г. Демидова

*Публикация посвящена обзору состояния золотовалютных резервов России в настоящее время, выявлению основных трендов их изменения.*

**Ключевые слова:** *золотовалютные резервы России, управление резервами, состав, динамика, структура международных резервов.*

В макроэкономической системе любого государства золотовалютные резервы играют существенную роль, так как они являются одним из основных макроэкономических индикаторов. Это связано с тем, что стабильность государства, его финансовая устойчивость, во многом определяются как объемом резервов и оптимальностью их структуры, так и эффективностью управления ими. На состояние государственных финансов, а именно на бесперебойность международных расчетов, своевременность погашения и обслуживания государственного долга при нарушениях равновесия платежного баланса оказывают значительное влияние отношения по поводу формирования золотовалютных резервов государства и управления ими.

Чтобы разобраться в составе золотовалютных резервов государства, необходимо обратиться к его определению. Наиболее оптимальное определение золотовалютных резервов государства — это централизованные высоколиквидные активы, включающие в себя официальные запасы золота и иностранной валюты, в том числе счета государства в международных валютно-кредитных организациях, и используемые для осуществления денежно-кредитной политики государства.

Золотовалютными резервами называется категория финансовых активов государства, которая, как правило, не включена в бюджетную сферу, но косвенно служит инструментом погашения внешнего долга, а в особо сложных ситуациях служит инструментом ликвидации дефицита платежного баланса [1, с. 358].

Золотовалютные запасы в их современном виде формируются за счет определенного набора высоколиквидных активов (рис. 1).

Подобная указанной на рисунке 1 структура золотовалютных резервов характерна для большинства государств.

Российская Федерация по объему золотовалютных резервов уверенно занимает место в первой десятке стран мира. Проследим динамику изменения данного показателя за последние годы (Таблица 1) [2].

В рамках отчетного периода величина золотовалютных резервов увеличивалась, особенно начиная с 2017 года. Таким образом, в целом за 4 года значение данного показателя увеличилось на 26,5% (102 343 млн \$).

Рассмотрим динамику золотовалютных резервов Российской Федерации с учетом их деления на 2 главные со-

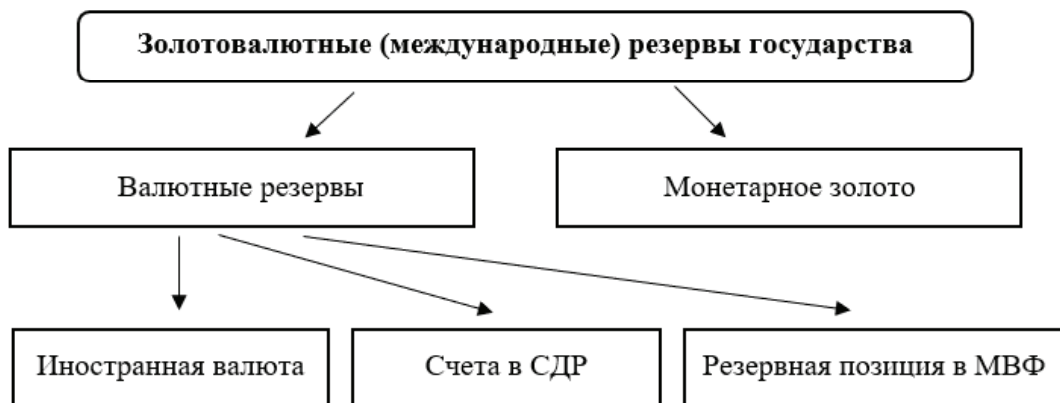


Рис. 1. Состав золотовалютных резервов государства

Таблица 1. Динамика объема золотовалютных резервов Российской Федерации за период с 01.01.2015 по 01.04.2019 (млн долл. США)

Дата	Международные резервы РФ	Темп роста (цепной),%
01.01.2015	385 460	-
01.07.2015	361 571	93,80
01.01.2016	368 399	101,89
01.07.2016	392 756	106,61
01.01.2017	377 741	96,17
01.07.2017	412 239	109,13
01.01.2018	432 742	104,97
01.07.2018	456 749	105,55
01.01.2019	468 495	102,57
01.04.2019	487 803	104,12

Таблица 2. Динамика международных резервов РФ (в млн долл. США) с учетом их структуры

Дата	Резерв	Валютные резервы	Доля валютных резервов, %	Монетарное золото	Доля монетарного золота, %
01.01.2015	385 460	339 371	88,04	46 089	11,96
01.07.2015	361 571	313 342	86,66	48 229	13,34
01.01.2016	368 399	319 836	86,82	48 563	13,18
01.07.2016	392 756	329 259	83,83	63 497	16,17
01.01.2017	377 741	317 548	84,07	60 194	15,93
01.07.2017	412 239	343 469	83,32	68 770	16,68
01.01.2018	432 742	356 095	82,29	76 647	17,71
01.07.2018	456 749	378 582	82,89	78 167	17,11
01.01.2019	468 495	381 592	81,45	86 903	18,55
01.04.2019	487 803	397 792	81,55	90 011	18,45

ставляющие: валютные резервы и монетарное золото (таблица 2) [2].

Динамика изменений валютных резервов практически полностью совпадает с динамикой международных резервов РФ в целом (и это логично, так как они на 80–90% составляют золотовалютные резервы России). За рассматриваемый период (4 года) запасы иностранной валюты увеличились на 58 421 млн \$ (на 17,2%). Совсем иная динамика характерна для золота в составе ЗВР РФ:

объем монетарного золота неуклонно растет и в итоге достиг отметки 90 011 млн \$, рост составил 43 922 млн \$ (95,3%). Это вызвано как стремлением ЦБ РФ увеличить долю золота в резервах государства, так и ростом цены на золото с 1000 \$ в 2015 году до 1300\$ в 2019.

За 4 рассматриваемых года, в следствие намного более сильного роста объема золота, произошло изменение в структуре золотовалютных резервов России: доля валютных запасов снизилась (а доля золота соответственно

Таблица 3. Структура международных резервов России на 01.04.2019

№	Показатель	Значение, в млн долл. США	Доля в общем объеме резервов, в%
1.	Международные резервы	487 803	100
В том числе:			
2.	Монетарное золото	90 011	18,45
3.	Валютные резервы	397 792	81,55
В том числе:			
3.1.	Иностранная валюта	387 653	79,47
3.2.	Счет в СДР	6 730	1,38
3.3.	Резервная позиция в МВФ	3 409	0,70

выросла) на 6,5 п.п. Как уже говорилось выше, причиной данных изменений стало действие нескольких факторов, в числе которых значительный рост цены на золото и стремление Банка России увеличить долю золота в составе международных резервов.

Перейдем к рассмотрению структуры международных резервов России (таблица 3) [2].

В целом структура золотовалютных резервов Российской Федерации не является полностью характерной для развивающегося государства, так как доля золота относительно велика и равна 18,5%, хотя в среднем для разви-

вающихся стран характерна доля золота в международных резервах не более 5% [3, с. 10]. Главная причина такого отличия заключается в том, что Россия является одним из лидеров в области добычи золота.

Наибольшую долю международных резервов России составляют валютные средства, кроме этого, в течение 4 последних лет они достаточно сильно изменялись, следовательно, нам необходимо рассмотреть эту часть золотовалютных резервов России более подробно. Структура валютных запасов Российской Федерации представлена на рисунке 2 [4, с. 6].

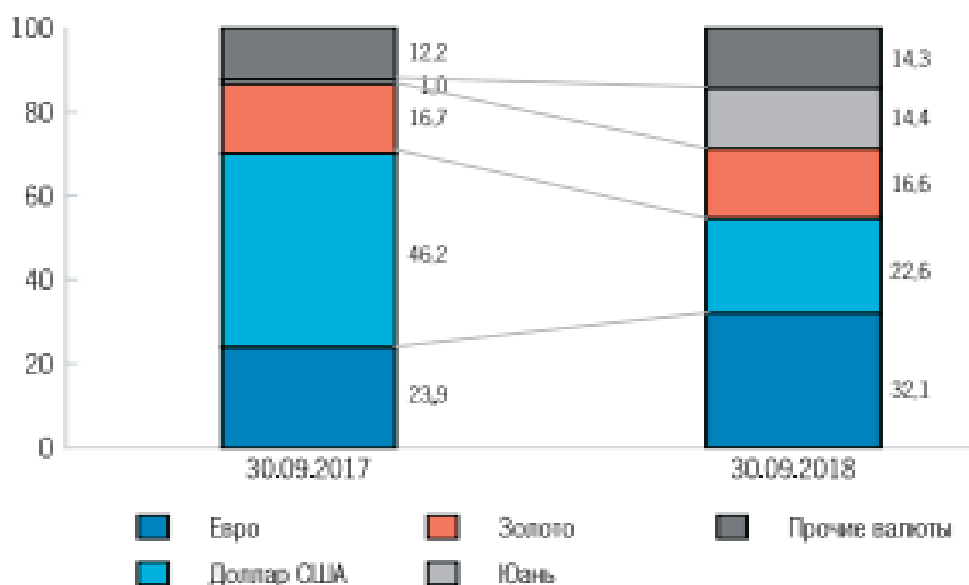


Рис. 2. Распределение валютных активов России по валютам

Валютные резервы России состоят преимущественно из долларов США (22,6%), евро (32,1%) и юаней (14,4%). В отличие от структуры резервных активов прочих стран валютный состав российских резервов включает заметно меньшую долю долларов США (мировой показатель составляет 61,7%) и характеризуется более весомой ролью евро (в мире этот показатель 20,7%) и юаня (в среднем по миру 1,9%) [5], что обусловлено преобладанием европейских и азиатских партнеров в отечественной внешней тор-

говле и желанием снизить зависимость экономики от доллара.

Кроме того, стоит отметить, что доля доллара в международных резервах России значительно снизилась (на 23,6 п.п. — более чем в 2 раза), а доля юаня выросла на 13,4 п.п. (более чем в 10 раз). Это может быть воспринято положительно, так как доходность валютных портфелей в юанях на 3 п.п. выше, чем доходность портфеля в долларах США [4, с. 6].

Литература:

1. Тогузова И. З., Кайтмазов В. А. Роль международных резервов в проведении денежно-кредитной политики // Современные проблемы науки и образования. — 2014. № 3. С. 358.
2. Международные резервы Российской Федерации // Официальный сайт ЦБ РФ. URL: [http://www.cbr.ru/hd\\_base/Default.aspx?Prtid=mrrf\\_m](http://www.cbr.ru/hd_base/Default.aspx?Prtid=mrrf_m) (Дата обращения: 15.04.19).
3. Климова Е. З., Виноградова А. В. Роль золотовалютных резервов в обеспечении экономической стабильности страны // Российское предпринимательство. — 2014. — Том 15. — № 13. — С. 4–17.
4. Обзор деятельности Банка России по управлению валютными активами № 2 (50) 2019.
5. Структура международных резервов стран мира // Официальный сайт МВФ. URL: <http://data.imf.org/?sk=E6A5F467-C14B-4AA8-9F6D-5A09EC4E62A4> (Дата обращения: 15.04.19).

## Перспективы применения Big Data для создания контента в рекламе и связях с общественностью

Гринюк Анна Константиновна, студент магистратуры  
Московский государственный лингвистический университет

С развитием информационного общества значение информации во всех отраслях экономики, в том числе и в коммуникациях, значительно возрастает. Поэтому исследование методов применения больших данных в сфере коммуникаций становится особенно востребованным среди специалистов.

Большие данные (Big Data) — это структурированные и неструктурированные данные больших объемов и значительного многообразия, которые характеризуются высокой скоростью обновления. Источником больших данных являются корпоративные базы данных и массив Web 2.0 — контент, генерируемый пользователями в социальных медиа, на форумах и в мессенджерах, а также информация от разнообразных датчиков, измерительных устройств, сенсорных сетей.

Big Data имеют большой потенциал для использования в сфере коммуникаций. В первую очередь, благодаря аналитике данных специалисты получают возможность лучше понимать свою целевую аудиторию и принимать более взвешенные решения, основанные на полученных инсайтах. При этом инсайты могут быть как описательными, так и прогнозными, что позволяет заранее предвидеть эффект от планируемых коммуникаций.

Однако если аналитика больших данных для исследования аудитории, выявления инсайтов и организации персонализированной доставки контента уже считается привычной, то использование технологий Big Data в креативной работе специалиста по коммуникациям остается дискуссионным.

Data-driven creative (креатив, основанный на данных) — одна из наиболее важных тенденций отрасли. На Российском интернет форуме 2018 года креативу на основе больших данных было посвящено несколько выступлений, что доказывает интерес практиков к данной теме.

По сути, data-driven креатив — это создание сообщений, на основе информации об аудитории. Такой ин-

формацией могут быть демографические признаки аудитории, данные CRM, история web-поиска.

Создание контента на основе Big Data довольно распространено в медиасфере. В настоящее время активно развивается журналистика данных — направление, в основе которого лежит обработка данных и их использование для создания журналистского материала. Перспективным является направление автоматизированной журналистики. Специальные инструменты, анализирующие огромное количество источников информации, позволяют машинному интеллекту самостоятельно писать статьи, создавать видео и формировать новостную ленту с минимальным вмешательством со стороны человека.

Для изучения потенциала применения больших данных в креативной работе коммуникационного менеджера мы бы хотели подробнее остановиться на технологии, которая позволяет генерировать сообщения с минимальным участием человека. Наиболее простым и широко используемым в рекламной отрасли примером подобного создания креативов являются динамические объявления в контекстной рекламе.

Динамические объявления — это тип рекламной кампании в системах контекстной рекламы (например, в Яндекс.Директе), позволяющий автоматически создавать большое количество однотипных текстовых объявлений, адаптированных в соответствии с конкретным поисковым запросом пользователя. Динамические объявления генерируются на основе содержимого сайта или новостной ленты. Каждое объявление формируется для страницы с конкретным товаром.

Подобный тип кампаний чаще всего используется интернет-магазинами, где создание отдельного объявления под каждую товарную позицию является очень трудоемким процессом. Динамические объявления автоматически используют в тексте рекламы название конкретного товара, которое ищет пользователь.

Динамические объявления позволяют создавать персонализированные сообщения для каждого конкретного поискового запроса. Благодаря этому эффективность рекламных кампаний повышается. В качестве примера можно привести результаты кампании белорусского рекламного агентства Netpeak. Агентство запускало динамические объявления для интернет-магазина техники и электроники. По результатам кампании эти объявления продемонстрировали снижение стоимости за клик (CPC) в 2 раза, коэффициент конверсии возрос с 0,23% до 0,27%, а также на 1% увеличился коэффициент кликабельности (CTR). За счет снижения расходов и повышения кликабельности объявлений общая эффективность рекламной кампании возрастает.

Динамические объявления являются одним из самых простых примеров использования больших данных для создания рекламных креативов. Однако стоит обратить внимание и на более сложные механизмы. Например, на создание коммуникационных сообщений при помощи анализа Big Data искусственным интеллектом.

Долгое время считалось, что творчество — это исключительная способность человека. Однако сейчас это мнение часто поддается критике, т.к. многочисленные эксперименты доказали, что искусственный интеллект способен создавать произведения искусства, которые нельзя отличить от тех, что созданы человеком. В качестве примера здесь можно привести музыкальные композиции из альбома «Нейронные сети», написанные роботом на основании анализа стихов и песен лидера группы «Гражданская оборона», или картину Edmond Belamy, нарисованную искусственным интеллектом и проданную за 432 500 долларов.

Сейчас ученые все чаще приходят к выводу, что творчество сводится к определенному алгоритму. Креативный процесс представляет собой анализ существующих или ранее созданных материалов и их компиляцию. Сегодня работа специалистов по рекламе и PR сводится, по сути, к поиску правильного алгоритма или методологии, чтобы конечная коммуникация приносила больший эффект для бренда, и с этим искусственный интеллект сможет справиться гораздо лучше человека.

Например, технология, разработанная компанией Persado, позволяет создавать уникальные рекламные тексты с учетом Tone of Voice бренда. Программное обеспечение от Persado генерирует наиболее убедительные сообщения, привлекающие клиентов к целевому действию, устраняя из процесса создания контента фактор личной инициативы и стилистических пристрастий копирайтера.

Persado анализирует маркетинговый язык, используемый в конкретной сфере, а также слова, фразы, их эмоциональные и описательные значения. После этого система создает миллионы вариаций маркетингового сообщения, учитывая эмоциональный компонент текста, особенности аудитории и формата. На последнем этапе сервис отсеивает большинство вариантов, формируя самый убедительный язык коммуникации для конкретного случая. Подход Persado дает возможность проводить более масштабный и глубокий анализ маркетинговых текстов, нежели обычное сплит-тестирование текстов, написанных копирайтерами. Так как в процессе создания и анализа контента от Persado нет человеческого фактора и предвзятого мнения, то система может генерировать варианты, до которых трудно было бы додуматься обычному специалисту.

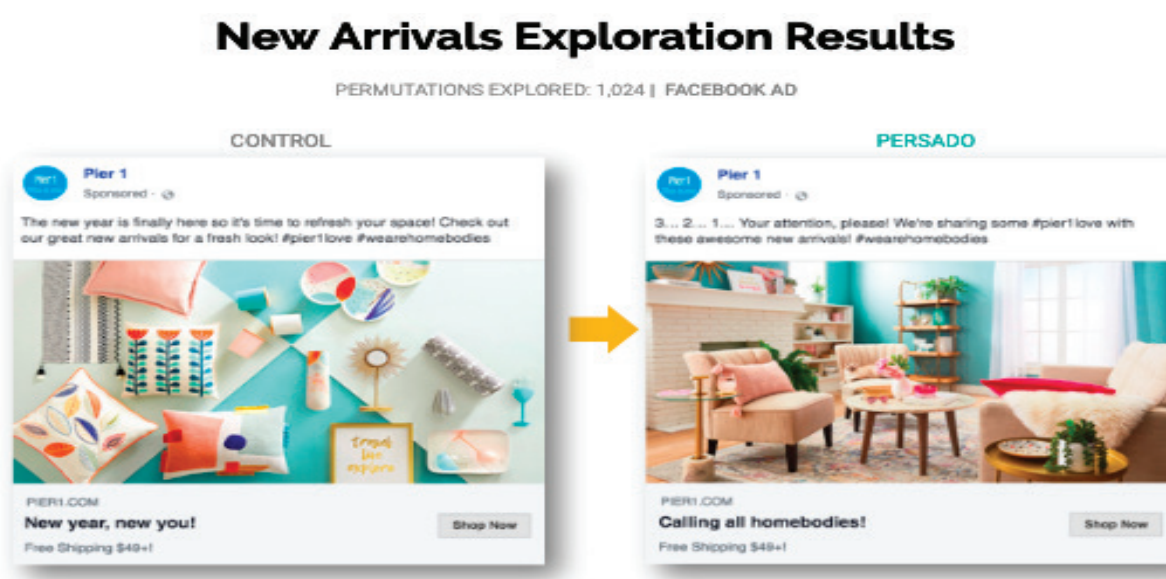


Рис. 1. Результат оптимизации рекламного объявления при помощи искусственного интеллекта

Источник: How Pier 1 Made the Journey to Data-Driven Creative. Persado, March 22, 2019. — [Электронный ресурс] — URL: <https://www.persado.com/2019/03/how-pier-1-made-the-journey-to-data-driven-creative/> (дата обращения: 27.03.2019).

Примеры использования этой технологии доказывают, что сообщения, разработанные искусственным интеллектом, позволяют повысить эффективность рекламы в несколько раз. Магазин товаров для дома и декора Pier 1 воспользовался сервисом Persado для оптимизации ряда маркетинговых текстов, в т.ч. рекламы на Facebook. Главной целью кампании было повышение вовлеченности пользователей в коммуникацию с брендом. На основе анализа Big Data технология предложила варианты оптимизации нескольких элементов сообщения: фон, рекламный текст, призыв к действию и описание предложения. На рис. 1 представлены креативы, использованные компанией ранее в рекламе, и оптимизированная версия, созданная алгоритмом Persado.

Изменения в каждом элементе рекламы внесли свой вклад в повышение общей эффективности сообщения. Смена фотографии оказала наибольшее влияние и позволила повысить вовлеченность пользователей на 45%.

#### Литература:

1. Бабурин В. А., Яненко М. Е. Технологии Big Data в сервисе: новые рынки, возможности и проблемы // ТТПС. — 2014. — № 1 (27) — С. 100–105.
2. Вартанов С. А. Большие данные в онлайн-СМИ: подходы и стратегии использования // Медиаскоп. 2017. Вып. 4.
3. Динамические объявления. Яндекс.Директ // Яндекс.Помощь. — [Электронный ресурс]. — URL: <https://yandex.ru/support/direct/dynamic-text-ads/about-da.html> (дата обращения: 22.03.2019).
4. Кейс по динамическим кампаниям Яндекса — снижение стоимости транзакции на 117%. Вячеслав Бойко, Netpeak Blog. 2016. — [Электронный ресурс] — URL: <https://netpeak.net/ru/blog/keys-po-dinamicheskim-kampaniyam-yandeksa-snizhenie-stoimosti-tranzaktsii-na-117/> (дата обращения: 25.03.2019).
5. How Pier 1 Made the Journey to Data-Driven Creative. Persado, March 22, 2019. — [Электронный ресурс] — URL: <https://www.persado.com/2019/03/how-pier-1-made-the-journey-to-data-driven-creative/> (дата обращения: 27.03.2019).
6. Weiner M., Kochhar S. Irreversible: The Public Relations Big Data Revolution. Institute for Public Relations Measurement Commission. April, 2016. — 31 p.

## Современные тенденции в системе управления формированием конкурентоспособности предприятия

Жумабаева Акерке Турланкызы, студент магистратуры  
Евразийский национальный университет имени Л. Н. Гумилева (г. Нур-Султан, Казахстан)

*Технологии управления представляют собой набор инструментов и методов управления для достижения цели организации, в том числе методы и инструменты для сбора и обработки информации, методы эффективного воздействия на сотрудников, принципы и законы управления, а также системы управления. У технологии управления есть два отличных значения: как наука (раздел управления), которая изучает алгоритмы обработки информации и принятия решений, предпринимаемые персоналом с помощью технических средств; как технология, которая является целевой последовательностью управления операциями, результатом которого является принятое и внедренное решение.*

#### Введение

Технология управления представляет собой интегрированный набор технических инструментов (сбор и запись данных, передача, ввод, хранение, обработка, вывод, отображение и воспроизведение информации) и разработан для механизации и автоматизации информационных про-

цессов в системе управления производством для разработки рациональных решений.

Добавление эмоционального компонента в текст увеличило вовлеченность на 30%, в т.ч. призыв к действию «Calling all homebodies!» — 17% и фраза «3, 2, 1...» — 9%. Хештег #pier1 позволил сделать дополнительный акцент на названии бренда и тем самым привлечь внимание новых пользователей, увеличив общую вовлеченность на 4%. Суммарно все изменения, произошедшие в рекламном объявлении благодаря оптимизации от Persado, позволили увеличить его эффективность почти в 2 раза.

Анализ данного кейса позволяет нам полагать, что Big Data помогают совершенствовать креативную составляющую коммуникаций. Сообщения, созданные после глубокого изучения инсайтов аудитории и основанные на математических выводах, лишены субъективности. В этом случае на итоговый креатив не влияют личные предпочтения специалиста, его опыт и интуиция, что позволяет повысить общую эффективность коммуникации.

цессов в системе управления производством для разработки рациональных решений.

Процесс реформирования системы управления или улучшение возможно благодаря:

1) изменению характеристик контроля системы (цели, функции, принципы);



2) замене элементов управления (здесь элементы будут поняты как самые простые неделимые элементы, подсистемы и компоненты) [1].

Между тем возможны оба пути: одновременное изменение элементов системы управления предприятием на разных функциональных уровнях и характеристик этой системы, а также изменение поэтапного изменения.

Можно утверждать, что в процессе социальной эволюции развиваются модели экономических систем [2]. Как уже отмечалось, реформа или совершенствование системы управления предприятием возможно за счет изменения его характеристик или качественной и количественной модификации элементов системы управления.

Я считаю, что теперь можно выделить следующую перспективу направления и тенденции в управлении организацией и эксплуатации систем управления предприятием:

1. Автоматизация и оптимизация систем управления.
2. Введение бенчмаркинга системы.
3. Внедрение аутсорсинга.
4. Реинжиниринг бизнес-процессов.

Автоматизация и оптимизация систем управления. С появлением компьютерных технологий вопрос автоматизации систем управления предприятием становится все более актуальным. Автоматизированная система управления предприятием — это система управления, построенная на основе компьютерных технологий, экономико-математических методов и применения информационных технологий [3].

Следует обратить внимание на организационную поддержку, которая состоит из набора правил, инструкций, положений и других документов, регламентирующих функционирование автоматизированных систем управления. В настоящее время разработаны международные стандарты для автоматизированных систем управления.

Бенчмаркинг — это процесс выявления, понимания и адаптации существующих примеров эффективной работы компании с целью улучшения личной работы. Он также включает в себя два процесса: оценку и сравнение. Родиной бенчмаркинга считается США. Однако в мировой истории можно найти информацию о более раннем использовании концепции сравнительного анализа. В Японии сравнительный анализ по своему значению соотносится с японским словом «dantotsu», означающим «усилие, беспокойство, желание лучшего (лидера) стать еще лучше (лидером)».

Исследовательская и консалтинговая организация PIMS (влияние маркетинговой стратегии на прибыль) определила, что для того, чтобы найти эффективное решение в области конкуренции, необходимо было узнать лучшие практики других компаний, которые добились успеха в аналогичных условиях. В 1979 году американская компания «Хегох» запустила проект «Бенчмаркинг конкурентоспособности» для анализа стоимости и качества собственной продукции по сравнению с японскими. Проект имел большой успех. Цель сравнительного анализа состоит в том, чтобы твердо установить вероятность успеха предприятия с помощью изучения.

Аутсорсинг (использование внешнего источника / ресурса) — это передача определенных бизнес-процессов или функций, выполняемых организацией на основе соглашения, другим сервисным компаниям, специализирующимся в этой области. В отличие от услуг и средств поддержки, которые носят разовый, случайный характер и ограничены началом и концом, аутсорсинг обычно получает функции профессиональной поддержки работоспособность отдельных систем и инфраструктуры положительного действия на основе долгосрочного контракта (не менее 1 года).

По словам Алешникова В. И., привлекательность аутсорсинговых компаний основана на ожидаемых преимуществах:

- Стратегические преимущества, которые должны быть достигнуты за счет улучшения операций, улучшения управляемости, получения доступа к новым и инновационным идеям;
- Организационные преимущества с точки зрения повышения эффективности за счет концентрации ресурсов на основных прибыльных направлениях деятельности;
- Улучшение качества обслуживания и удовлетворенность клиентов;
- Изменения в системе управления и повышение ее гибкости;
- Финансовые выгоды от высвобождения части активов и сокращение их инвестиций;
- Концентрация активов на основных задачах организации;
- Более эффективное использование ресурсов аутсорсером;
- Кадровые льготы, которые представляют новые возможности для профессионального и карьерного роста, а также мотивации персонала [4].

Таким образом, в результате внедрения модели управления аутсорсингом достигается экономия средств за счет повышения эффективности всего предприятия и появляется возможность высвободить соответствующие организационные, финансовые и людские ресурсы для освоения новых областей или сосредоточиться на существующие, которые требуют внимания.

Реинжиниринг бизнес-процессов является процессным подходом, согласно которому выполняется моделирование процессов, влияющих на деятельность компании. С помощью бизнес-моделирования происходит формализация основных бизнес-процессов, происходящих на предприятии [5]. Даже при самом общем подходе все ключевые процессы в организации делятся на две группы:

- материальный (переработка сырья в продукты);
- информационный (обработка информации).

Основными особенностями реорганизации являются:

- широкое делегирование полномочий и ответственности исполнителей;
- снижение уровня принятия решений;
- наложение ряда задач помимо корпоративных приложенных, требующих высокой стоимости и высококвалифицированного персонала;

— автоматизация технологий выполнения бизнес-процессов.

### Заключение

В текущих рыночных условиях прогнозирование конкурентоспособности компании и ее факторов становится необходимостью, а в конкурентной борьбе, несмотря на всю ее необъятность и серьезность, побеждает тот, кто постоянно анализирует рыночную среду и предвидит поведение конкурентов, борющихся за свои позиции на рынке.

Литература:

1. Rudychev, A.A., 2013. Mathematical Model of Adoption of the Administrative Decision as Means of Increase of Competitiveness of the Industrial Enterprise. *World Applied Sciences Journal*, Vol. 25 (N. 1): 113–118.
2. Glisin, F.G. and Voronina G. O., 2004. Concerning the competitiveness of an industrial enterprise. *Economist*, N. 6: 18.
3. Negandi, A.R., 1968. *Advanced Management Know — How in Underdeveloped Countries*. *California Management Review*, Vol. 10 (N. 3): 53–62.
4. Nikitina, E.A., 2012. Features of indicators set formation to assess the competitiveness of industrial enterprises at the sectorial level. *Social and humanitarian knowledge*, N. 8: 253.
5. Hendricks, K. B., 1997. Does Implementing an Effective TQM Program Actually Improve Operating Performance? Empirical Evidence from Firms that Have Won Quality Awards. *Management Science*, Vol. 43 (N. 9).

Для обеспечения эффективного управления конкурентоспособностью недостаточно обладать здравым смыслом и опытом лидеров, необходимо обеспечить огромную привлекательность современных методов анализа больших объемов данных, моделирования и компьютеризации процессов управления. Повышение конкурентоспособности управления должно способствовать не только росту финансово-экономической активности предприятия и стимулировать экономию всех видов ресурсов на основе их эффективного использования, но и более высокому уровню удовлетворения растущих потребностей покупателей продукции.

## Организация системы внутреннего контроля на предприятии

Зобнева Евгения Валерьевна, студент магистратуры  
Российский университет кооперации (г. Мытищи, Московская обл.)

*В статье рассмотрена организация системы внутреннего контроля на предприятии и как она представлена в разных странах. На примере России и Германии. Система внутреннего контроля в организации помогает сформировать правильную бухгалтерскую отчетность, а также дает возможность создавать эффективные управленческие решения и решать организационные вопросы.*

**Ключевые слова:** система, контроль, аудит, бухгалтерская отчетность.

## Organization of the internal control system in the company

*In article considers the organization the system of internal control at the enterprise and how it is represented in different countries. On the example of Russia and Germany. The internal control system in the organization helps to form the correct accounting reporting, and also gives an opportunity to create effective management decisions and solve organizational issues.*

**Key words:** system, control, audit, accounting reporting.

Для организации, а особенно для крупных и средних, внутренний контроль считается главным аспектом для ведения финансово-хозяйственной деятельности предприятий. Он может позволить поставить и достичь цели, с минимальными затратами. Правильно спроектированная система внутреннего контроля может не только исправлять недостатки работы, но также находить и предотвращать новые.

Простыми словами систему внутреннего контроля, можно охарактеризовать как систему финансового контроля, которую организовало руководство в целях осуществления эффективной работы организации и обеспечение порядка и точности документов и политики организации.

Предприятие в праве осуществлять и организовывать самим внутренний контроль на предприятии. Для каждой организации будет даже это полезно, ведь только они

знают, как устроен их «внутренний мир». Например, создание отдела внутреннего контроля, внутреннего аудита или возможно привлечение ревизионного отдела со стороны. Для того, чтобы составить эффективную и продуктивную систему, нужно определить размеры организации и сопоставить затраты на необходимый объем контроля, который нужно провести.

Вопрос создания службы внутреннего контроля, был для каждой организации индивидуальным до 2013 года.

Согласно ст. 19 Федерального закона «О бухгалтерском учете» с 1 января 2013 г. все экономические субъекты должны осуществлять внутренний контроль хозяйственной жизни, а также те предприятия, которые подлежат обязательному аудиту, должны иметь внутренний контроль введения бухгалтерского учета и составления бухгалтерской отчетности.

Но на данный момент Министерство Финансов России не предоставило необходимые рекомендации для предприятий, и введение контроля и определении каким же он должен быть легло на плечи руководства предприятий

В связи с отсутствием официальных рекомендации приходится руководствоваться опытом отечественных и зарубежных предприятий. Как они смогли установить и наладить на предприятиях свою систему внутреннего контроля?

Рассмотрим на примере Германии, как они ведут систему внутреннего контроля на предприятии.

Как и обычно происходит Германия является ведущей страной не только по экспорту качественных товаров и услуг или же производства машино-техники, но и довольно приличным лидером в финансовой индустрии. Как показывает практика — это присуще не только крупным холдингам и корпорациям, но и средним и даже малым фирмам. В Германии исключительно важное значение особенно в акционерных обществах является надзор за деятельностью предприятий. В него входит: 1) служба внутреннего контроля 2) служба внутреннего аудита 3) служба управления рисками

Для проведения качественного внутреннего аудита, необходимо определенный процесс анализа объекта и в свою очередь составление функционального контролируемой структуры. Как и в России проверка бухгалтерской деятельности организации происходит в рамках финансового аудита компании. И в итоге составляется подробное заключение о достоверности и точности годового баланса и финансовой отчетности. Но самое главное, что служба аудита активно участвует в деятельности организации и направляет «русло» в нужную сторону.

Также одной из особенностей Германии в составлении системы внутреннего контроля (аудита) компании входит комплаенс-аудит.

Комплаенс-аудит — это дополнительный контроль за утечкой и злоупотреблением персональных данных сотрудников предприятия и снижение рисков. Германия из-за проблем с коррупцией и «шпионажем» ввела дополнительные требования к международным стандартам внутреннего аудита и провела внедрения комплаенс-аудита

По данной системе происходит анонимная передача информации. Она происходит лично, по телефону, E-mail, а также по электронной многоязычной системе передачи информации ВК MS. Деятельность комплаенс построена на строгом соблюдении кодекса этики и корпоративных стандартов.

Взаимодействия между комплаенс и службой внутреннего аудита и контроля происходит в особом порядке. Руководитель службы является членом Комплаенс-комитета, на котором и происходит обмен информацией в целях анализа риска. Основные элементы комплаенс регулируются стандартов PS980 Института аудиторам Германии (IDW).

Наличие эффективной системы внутреннего контроля может служить доказательством, что компания предприняла все, чтобы исключить негативные явления или снизить риск их появления.

В России система комплаенс очень редко используется, в основном в качестве форм внутреннего контроля входит внутренний аудит и структурно-функциональная форма внутреннего контроля. Внутренний аудит проводится в крупных и средних предприятиях.

В последнее время в России на предприятии в основном используется система контроля состояния — внешний или внутренний аудит. Он позволяет собственникам получить полную и объективную оценку деятельности всей организации. На внедрение внутреннего аудита в российских компаниях повлиял не меньше и Федеральный закон «О бухгалтерском учете» [1] с начала 2013 года абсолютно все экономические субъекты должны проводить внутренний контроль хозяйственной деятельности. Также на предприятиях может использоваться аудит систем менеджмента качества.

Система менеджмента качества или же СМК — одна из главных частей системы управления компанией с ее помощью, можно обеспечить не только контроль финансово-хозяйственной деятельности организации, но и минимизация затрат на производство продукции и оказания услуг [5].

Как не странно СМК не регламентируется ни федеральным ни международным законодательством. В связи с этим отсутствуют обязательные нормы, проведения аудита. Поэтому добровольное желание предприятия проводить сертификацию систем качества или нет.

Организация, которая занимается аудиторскими проверками системы менеджмента качества могут работать и без дополнительной лицензии и разрешений. Но есть также обязательные правила проведения аудита. В него входит ИСО 19011:2011 Его используют как для внутреннего, так и внешнего аудита.

В заключение, можно сказать, что предприятие само решает, как именно проводить проверку финансово-хозяйственной деятельности. Можно привлекать силы со стороны либо самим вводить систему проверки, дабы избежать ошибок.

Усложнение хозяйственных процессов требует особенно тщательного проведения аудита системы внутреннего контроля.

Необходимо понимать, что система контроля может не с абсолютной уверенностью, но только лишь с определенной степенью подтвердить, что цели для которых была создана система были достигнуты.

#### Литература:

1. Федеральный закон «О бухгалтерском учете» от 06.12.2011 N402-ФЗ (Последняя редакция) [Электронный ресурс] // СПС Консультант плюс – URL; [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_122855/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_122855/) (Дата обращения: 15.05.2018).
2. ИСО 19011:2011 «Руководящие указания по аудиту систем менеджмента» (Последняя редакция) [Электронный ресурс] // ИСО-Менеджмент URL; <http://iso-management.com/standarty-iso/iso-19011-2011/> (Дата обращения: 15.05.2018)
3. Информация Минфина России № ПЗ-11/2013 «Организация и осуществление экономическим субъектом внутреннего контроля совершаемых фактов хозяйственной жизни, ведения бухгалтерского учета и составления бухгалтерской (финансовой) отчетности» (Ред. 26.12.2013) [Электронный ресурс] // МинФин. URL; [https://www.minfin.ru/ru/document/?id\\_4=20706](https://www.minfin.ru/ru/document/?id_4=20706) (Дата обращения: 15.05.2018)
4. Федеральный закон «Об аудиторской деятельности» № 307-ФЗ от 30.12.2008 г. (ред. 01.12.2014 г.) [Электронный ресурс] // СПС Консультант плюс – URL; [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_83311/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_83311/) (Дата обращения 15.05.2018)

## Мотивация персонала как показатель качества трудовой жизни

Козырева Татьяна Николаевна, студент магистратуры  
Санкт-Петербургский государственный экономический университет

*В статье исследованы различные теории мотивации, какое они имеют отношение к качеству трудовой жизни, и как работодатели могут их реализовать для обеспечения счастливых и мотивированных сотрудников.*

**Ключевые слова:** мотивация персонала, качество трудовой жизни.

*The article explores various theories of motivation, how they relate to the quality of working life, and how employers can implement them to ensure happy and motivated employees*

**Key words:** staff motivation, quality of working life.

Проблемой исследования стало несоответствие применяемых работодателями систем стимулирования не позволяющие обеспечивать высокие показатели качества трудовой жизни за счет усиления мотивации сотрудников. Безусловно, результаты компании могут быть более высокими, если бы сотрудники были заинтересованы в будущем компании так же, как и в своей выгоде от работы. Нами исследованы различные теории мотивации, их взаимосвязь с качеством трудовой жизни.

Наиболее важные теории мотивации изложены в процессуальной и содержательной теориях мотивации. В каждой теории есть определенная возможность использования мотивационного потенциала персонала для эффективного управления персоналом. Каждая концепция позволяет раскрыть мотивационный инструментарий, за счет которого руководители могут влиять на своих сотрудников, чтобы мотивировать их для роста показателей качества трудовой жизни.

На практике, в общем виде, применяются два вида стимулирования, позволяющие в той или иной степени вызвать мотивацию: материальная и нематериальная. В на-

стоящее время не всегда достаточно средств у компании на материальное стимулирование персонала, поэтому руководителям необходимо максимально использовать нематериальные рычаги стимулирования. Нами также исследованы, как руководители реализовывают эти стимулы, чтобы вызвать у работников мотивацию в конкретном рабочем месте.

Для исследования нами были использованы результаты эмпирического исследования, полученные в ходе интервьюирования собственных коллег, а также работников, занятых в разных сферах деятельности с разным уровнем карьерных достижений.

Словарь Вебстера определяет мотив, как то, что заставляет человека действовать. Согласно Н. Шэнкс, мотивация заставляет кого-то действовать, а кто-то другой не может заставить кого-то быть мотивированным. Соответственно, будет ли человек мотивирован или нет, определяют, как и его жизненные обстоятельства, так и отношение к конкретной работе.

Относительно рабочего места, Р. Уильямс, который пишет для журнала «Психология Сегодня», определяет

мотивацию, как «предрасположенность вести себя целенаправленно для достижения конкретных, неудовлетворенных потребностей и воля к достижениям, и внутренняя сила, которая побуждает людей к достижению личной цели». То есть, человек становится мотивированным, чтобы достичь своей личной цели, а также организационной цели. Чем больше мотивирован работник, тем больше он должен иметь организационную приверженность и идентифицировать себя с организацией.

Руководители выбирают стимулы для сотрудников для достижения собственных целей и целей, установленных организацией. Р. Райан и Э. Дечи из Рочестерского университета описывают как «ориентация мотивации касается основополагающих установок и целей, которые порождают действие».

В 1943 году Маслоу открыл свою теорию, которую называют иерархией потребностей. Он полагал, что у каждого человека есть потребности, которые должны быть удовлетворены и считал, что люди мотивированы для удовлетворения своих собственных потребностей. Первый уровень — физиологические потребности. Это потребности, которые должны быть удовлетворены, чтобы выжить, включая воду, одежду, сон и кров. Следующим шагом является безопасность. Это означает, что окружение человека не угрожает ни ему, ни его семье. Третий уровень — это принадлежность, которая заключается в необходимости чувствовать необходимость в самом себе и быть любимым. В рамках рабочего процесса ощущение себя частью коллектива. Четвертый уровень — уважение. Для того, чтобы полностью «пройти» этот уровень необходимо ощущать чувство собственного достоинства и необходимость уважения со стороны окружающих людей. Последний уровень — актуализация. Этот уровень раскрывает все таланты человека [1].

Американский психолог Ф. Герцберг разработал двухфакторную теорию. Основываясь на свои эмпирические исследования, охватившие 11 тысяч рабочих, он обнаружил факторы, которые он обозначил, как мотиваторы. Мотиваторы были именно те, которые сосредоточены на работе. Они включали в себя достижения, саму работу, продвижение, признание, ответственность и рост. Герцберг обнаружил, что факторы, которые приводят к удовлетворенности от работы отличные от тех, которые могут привести к неудовлетворенности от работы. Согласно теории Герцберга, реальная мотивация для сотрудников являются: достижение и признание, стимулирование, ответственность и продвижение. Работников мотивирует личная ответственность за ту работу, которую они делают. Это побуждает их работать усердно, достигая как свои цели, так и организационные [2].

Другая теория, авторами которой являются Леппер, Грин, Нисбетт, также изучает мотивацию и позволяет оценить качество трудовой жизни на основе данного параметра, рассматривает четыре операциональные типы мотивации: внешняя, внутренняя, выявленная и интродуцированная мотивация. Внутренняя мотивация осуществ-

ляется по причинам, которые являются внутренними для самого себя. Это не из-за боязни последствий, а для самоудовлетворения. Награда находится внутри самого действия, при которых внешние факторы не влияют на управление поведением. Внешняя мотивация исходит от внешних факторов, то есть действие, которые было сделано, потому что так кто-то велел сделать. Интродуцированная мотивация так же исходит изнутри, но, если действие не совершено, что человек наполняется чувством вины. Выявленная мотивация определяется тем, когда человек знает, что задача должна быть выполнена, но ничего не делает для ее завершения. Поскольку внешняя мотивация возрастает — внутренняя уменьшается, потому что человек начинает искать только внешние награды вместо того, чтобы работать на что-то для личного удовлетворения. Всегда должно быть сочетание обоих, но, действительно, человек должен уметь мотивировать себя изнутри, чтобы по — настоящему обрести ценность и чувство самосовершенствования от задачи или цели [3].

Проблема мотивации сначала была изучена через поведение животных, а затем перенесена в исследование человеческого поведения. Человек приобретает понимание навыков, действуя на основе предыдущего интроскопа. Также важно отметить, что не каждый человек мотивирован для каждой отдельной задачи и нуждается в некоторой внешней мотивации, а также внутреннее мотивация, в свою очередь, подпитывает психологические потребности человека такие, как компетентность или самооценка.

М. Селигман описал модель PERMA, которая означает положительные эмоции, вовлеченность, позитивные отношения — человеку необходимо пять категорий, чтобы иметь благополучие. Для того, чтобы чувствовать себя хорошо, необходимо испытывать положительные эмоции в течение всего дня [4].

Б. Фредриксон изучала каковы цели организации и необходимость продуктивной работы для того, чтобы убедиться в том, что эти цели достигнуты. Существуют определенные сроки для поощрений, которые обычно бывают в период зимних праздников, а также летнего отпуска. Отпуск приносит пользу как работнику, так и работодателю [5].

Работник получает деньги, которых у него не было бы, а работодатель получает продуктивную работу. Увеличение заработной платы работника называется повышением, которое, как правило, может происходить один — два раза в год. Эти повышения основаны на производительности, продажах и других факторах, которые непосредственно являются важными для конкретной организации.

Еще один способ мотивировать сотрудников в отношении оплаты труда — это проценты. Как правило, этот тип приработка обычно используется для менеджеров по продаже и представляет собой процент от суммы продаж, которые совершил сотрудник в текущем месяце. Соответственно, чем больше продаж, тем больше доход [6].

Другой формой финансовой мотивации являются организации, предлагающие сотрудникам участвовать в программах распределения прибыли. Распределение прибыли, как следует из названия, означает, что сотрудники получают долю прибыли сверх их обычной заработной платы [7].

Еще один важный пример финансовой мотивации называется сдельной работой, что означает, что работник получает оплату в зависимости от количества произведенного продукта. Этот метод хорош как для работодателей, так и для сотрудников. У работодателя будет больше продуктов, произведенных более быстрыми темпами, и сотруднику будут больше выплачивать денежных средств.

В отличие от финансовых мотиваторов, нефинансовых мотиваторов больше, и они могут выявить креативность менеджеров. Нефинансовые мотиваторы основаны на идее признания, которая встречается через многие опросы, чтобы быть ключевым фактором мотивации у большинства сотрудников. Д. Грэм утверждает, что есть три лучших бесплатных стимулов, которые упоминают сотрудники: личное спасибо от руководителя, письменная благодарность от руководителя и публичная похвала [8].

Есть много разных способов, благодаря которым руководитель может убедиться, что его сотрудники замотивированы. Во-первых, руководители должны ожидать лучшего от своего сотрудника. Если руководитель считает, что сотрудник не сможет выполнить конкретную задачу, то не стоило нанимать такого сотрудника. Для сотрудников большая мотивация — уважение и признание своим руководителем. Желаемое поведение персонала должно поощряться. Поскольку большую часть жизни человек тратит, находясь на рабочем месте, он должен приходить туда, где ему нравится находиться, а не бояться очередного рабочего дня.

Руководители должны сосредоточиться на потребностях своих сотрудников. Рамлалл и Томас говорят: «У сотрудников много потребностей на их индивидуальные, семейные и культурные ценности. Кроме того, эти потребности зависят от текущего желаемого экономиче-

ского, политического и социального статуса, карьерного устремления, семьи, образования, общества и других». Когда руководитель принимает во внимание потребности сотрудников, вторые демонстрируют полезное поведение [9].

Каждый сотрудник был нанят по определенной причине, и все они работают в одной организации. Все должны быть равны и не должно быть такого, чтобы кто-то один получал вознаграждение и все внимание руководства. Сотрудники всегда хотят, чтобы к ним относились справедливо на рабочем месте. Они хотят получать должное уважение, которого они заслуживают.

Руководители и сотрудники несут ответственность за то, чтобы рабочее место могло быть лучше, чем сейчас. В руках руководителей высокое качество трудовой жизни их сотрудников, поэтому руководители должны точно знать, что мотивирует их сотрудников лучше всего внешне, и что является их внутренней мотивацией. Работа сотрудников будет успешной, если все стороны будут участвовать в обеспечении качества трудовой жизни [9].

Мотивация является сложной концепцией и может помочь или нанести вред организации в зависимости от того, как она используется внутри организации. Было много философов, кто пытался понять, что мотивирует людей, но каждый человек индивидуален, и теории не могут описать всех людей. Понятно, что руководители работают полный рабочий день и не располагают большим количеством времени на оценку потенциала своего персонала, но, в любом случае, необходимо искать возможность понимать своих сотрудников и общаться с ними на нужном уровне.

Руководители не единственные, кто может понимать и изучать своих сотрудников на местах. Работники могут изучать друг друга. Исследования показывают, что нельзя напрямую мотивировать человека, но он может дать конкретные инструменты для собственной мотивации. Для руководителей должно быть важно, что их сотрудники ощущают комфорт на рабочем месте, их рабочая среда приятна. Это способствует высокой производительности и улучшению состояния коллектива в целом.

#### Литература:

1. «Abraham Maslow». Web. 25 Feb. 2012 <<http://webpace.ship.edu/cgboer/maslow.html>>.
2. Рассадин В. В. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности персонала // Труд и социальные отношения. 2008. № 3. С. 53–59.
3. Когдин А. А. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности в управлении персоналом // Основы экономики, управления и права. № 4 (4). 2012. С. 80–83.
4. Шапиро С. А. Мотивация: монография. 2008, «ГроссМедиа». 150 с.
5. Baldoni, John. Great Motivation Secrets of Great Leaders. Newt York: McGraw-Hill, 2005 1+. Web. 18 Jan. 2012.
6. Шишкина Е. С. Национальные аспекты формирования мотивационной системы //
7. Экономика, управление и право в современных условиях: междуна-род. сб. ст./под общ. ред. В. Б. Тасеева. Самара: Изд-во «Самарский университет», 2012. Вып.5 (17). С. 185–193.
8. Фишман С. Управление персоналом. Вебсайт Сергея Фишмана. URL: <http://www.hrfaq.ru/>
9. «Motivation». Hodder Education. Web. 17 Jan. 2012 <[www.hoddersamplepages.co.uk/Pdfs/cceabus4.pdf](http://www.hoddersamplepages.co.uk/Pdfs/cceabus4.pdf)>.

## Учетно-аналитическое обеспечение управления собственным капиталом корпоративной структуры транспортного комплекса

Кормишина Арина Александровна, студент магистратуры  
 Петербургский государственный университет путей сообщения Императора Александра I (г. Санкт-Петербург)

Собственный капитал корпорации является основным источником финансирования активов, который формируется за счет следующих элементов: уставного капитала, нераспределенной прибыли, резервного капитала, добавочного капитала. Значение исследования вопросов учетно-аналитического обеспечения управления собственным капиталом в современных условиях возрастает в связи с тем, что стратегия развития железнодорожного транспорта заключается в обеспечении обновления активов с использованием инновационных технологий, что требует использование как собственных источников финансирования, так и средств федерального бюджета, бюджета субъектов Российской Федерации и частных инвесторов [1].

На процесс формирования собственного капитала корпорации оказывает влияние множество факторов, и, в первую очередь, нормативно — законодательная база, которая предопределяет правила ведения бухгалтерского учета, включая регламенты отражения на счетах бухгалтерского учета хозяйственных операций, в том числе в целях формирования собственного капитала корпоративной структуры.

Собственный капитал корпорации формируется первоначально за счет уставного капитала, величина которого находит отражение в Уставе корпорации и формируется как за счет взносов в уставный капитал в виде имущества, так и за счет денежных средств. Уставный капитал корпорации возникает в момент регистрации, и является главным источником финансирования активов корпорации [3, с.128].

На величину уставного капитала общества, согласно действующему законодательству, оказывает влияние величина чистых активов. Так, например, согласно ст. 90 п. 4 Гражданского кодекса Российской Федерации, если по окончании второго или каждого последующего финансового года, стоимость чистых активов организации становится меньше величины уставного капитала, то руководство организации обязано официально объявить и уменьшить величину уставного капитала до величины, не превышающей размер чистых активов. Если стоимость указанных активов общества становится меньше определенного законом минимального размера уставного капитала, организация подлежит ликвидации [2].



Рис. 1. Модель учетно-аналитической системы корпорации [3]

Учетно-аналитическая система корпорации — это совокупность взаимодействующих и взаимозависимых элементов, которые позволяют осуществлять сбор, обработку, регистрацию и анализ всех видов управленческой информации из внутренних и внешних источников.

Состав учетно-аналитического обеспечения управления собственным капиталом и его взаимосвязь с принятием управленческих решений представлен на рисунке 1.

Отметим, что модель учетно-аналитической системы корпорации может быть представлена в виде цепочки процессов, начиная со сбора информации и заканчивая обновлением управленческих решений.

Методика формирования собственного капитала корпорации на уровне показателей бухгалтерского баланса представлена в таблице 1.

Таблица 1. Методика формирования собственного капитал корпорации [4, с.72; 5, с.72]

Операции	Характеристика и последовательность отражения на счетах бухгалтерского учёта	Показатель бухгалтерского баланса
Формирование уставного капитала	В момент открытия предприятия путем вноса уставного капитала учредителями. В момент увеличения суммы уставного капитала путем выпуска акций В момент снижения уставного капитала путем скупки собственных акций у акционеров. Отражается на счете 80 «Уставный капитал»	Уставный капитал
Формирование резервного капитала	На основании устава предприятия, в размере, указанном в уставе предприятия и в учетной политике до момента достижения максимального размера резервного капитала. Направляется только на погашение убытка по решению акционеров. Счет 82 «Резервный капитал»	Резервный капитал
Формирование добавочного капитала	Дооценка внеоборотных активов, эмиссионный доход АО, курсовые разницы и другие аналогичные суммы. Счет 83 «Добавочный капитал»	Добавочный капитал
Формирование нераспределенной прибыли	Формируется как разница между доходами и расходами корпорации за минусом налога на прибыль корпорации. Представляет собой чистую прибыль корпорации, накопленную на бухгалтерском балансе нарастающим итогом из года в год. Счет 84 «Нераспределенная прибыль корпорации»	Нераспределенная прибыль

Кроме вышеперечисленных операций, возможны операции формирования фондов накопления и фондов потребления, в случае если это предусмотрено действующей учетной политикой предприятия или Уставом и принято общим собранием акционеров по итогам отчетного периода.

Фонды накопления и фонды потребления формируются путем отчисления от суммы нераспределенной прибыли предприятия в сумме, необходимой для решения поставленных задач.

Чтобы грамотно организовать управление собственным капиталом корпорации и обеспечить его непрерывное наращение, необходимо систематически проводить анализ структуры и динамики собственного капитала по данным управленческой и годовой финансовой отчетности, оценивать расчетную величину собственного оборотного капитала и его удельного веса в общей сумме источников финансирования активов корпорации. Оценить эффективность управления собственным капиталом в динамике позволяет использование коэффициента рентабельности собственного капитала, который характери-

зует отношение чистой прибыли к среднегодовой величине собственного капитала.

Информационными источниками для проведения анализа собственного капитала являются: бухгалтерский баланс корпорации, отчет о финансовых результатах, отчет об изменении капитала, расшифровки к отдельным показателям бухгалтерского баланса.

Для анализа эффективности управления собственным капиталом корпорации используются показатели, представленные в таблице 2. При этом используются следующие методы экономического анализа: сравнения, группировки, детализации, факторного анализа, коэффициентного анализа. Помимо информации системы управленческого учёта целесообразными являются источники неучётной информации, которая, как правило, включает нормативно-правовые документы различных уровней [4, с.129]. При использовании данных неучётной информации используются следующие методы анализа: метод системного прогнозирования, метод единства исторического и логического.

Поясним некоторые взаимосвязи между показателями, характеризующими эффективность управления



Таблица 2. Показатели, характеризующие эффективность управления собственным капиталом корпорации [6, с.73]

Наименование показателя	Расчет показателя	Характеристика показателя (направление изменения)
Рентабельность собственного капитала ( $R_{ск}$ ),%	$R_{ск} = ЧП/СК \times 100\%$ , где ЧП — чистая прибыль; СК — собственный капитал.	Положительной тенденцией является положительная динамика показателя
Собственный оборотный капитал (СОК), тыс. руб.	$СОК = СК - ВОА$ , где, ВОА — внеоборотные активы.	
Рентабельность собственного оборотного капитала ( $R_{сок}$ ),%	$R_{сок} = ЧП/СОК$	Положительной тенденцией является положительная динамика показателя
Оборачиваемость собственного капитала ( $O_{ск}$ ), оборот	$O_{ск} = В/СК_{ср}$ , где В — выручка корпорации; СК ср — среднегодовой остаток собственного капитала	Положительной тенденцией является положительная динамика показателя
Срок одного оборота собственного оборотного капитала Т, дн.	$T = 360/O_{ск}$ , где, 360 — дни в периоде.	Положительной тенденцией является отрицательная динамик показателя за период.
Рентабельность активов корпорации ( $R_a$ ), коэфф.	$R_a = ЧП / ВБ$ , где ВБ — валюта баланса.	Положительной тенденцией является положительная динамика показателя

собственным капиталом и факторами, оказывающими на них влияние.

Собственный капитал наиболее эффективно используется, если темп прироста чистой прибыли ( $\Delta ЧП$ ) больше темпа прироста балансовой прибыли ( $\Delta БП$ ), который должен быть больше темпа прироста выручки от продаж ( $\Delta ВП$ ) и опережать темп прироста собственного капитала ( $\Delta СК$ ). Соблюдение данного условия может быть формализовано в виде следующего неравенства (1):

$$\Delta ЧП \geq \Delta БП \geq \Delta ВП \geq \Delta СК, \quad (1)$$

В целях повышения информативности результатов анализа используют обобщающий показатель — индекс

приращения собственного капитала ( $I_{\Delta СК}$ ). Расчет индекса приращения собственного капитала имеет следующий вид:

$$I_{\Delta СК} = \Delta K_{O_{ск}} \times \Delta R_{ск} \times \Delta \Phi R_{ск}, \quad (2)$$

где,  $\Delta K_{O_{ск}}$  — прирост коэффициента оборачиваемости собственного капитала;

$\Delta R_{ск}$  — прирост коэффициента общей рентабельности собственного капитала;

$\Delta \Phi R_{ск}$  — прирост коэффициента финансовой рентабельности.

Положительная динамика приращения собственного капитала говорит о повышении эффективности использования собственных средств корпорации.

Таблица 3. Обобщающие показатели эффективности принимаемых решений с целью управления собственным капиталом [5, с.35].

Наименование показателя	Расчет показателя	Характеристика показателя (направление изменения)
Чистая прибыль (ЧП)	Прибыль от продаж + Прочие доходы — прочие расходы — Налог на прибыль	Положительное значение и положительная динамика
Рентабельность деятельности корпорации (R)	$R = ЧП/В \times 100\%$	Положительное значение и положительная динамика
Рентабельность продаж ( $R_{пр}$ )	$R_{пр} = ПР_{пр}/В \times 100\%$ , где, ПРпр — прибыль от продаж.	Положительное значение и положительная динамика
Рентабельность активов ( $R_a$ )	$R_a = ЧП/А \times 100\%$ где, А — активы корпорации	Положительное значение и положительная динамика
Рентабельность затрат	$R_{сс} = ПР_{пр}/СС \times 100\%$ , где СС — полная себестоимость выпущенной продукции	Положительное значение и положительная динамика
Экономическая добавленная стоимость (EVA)	$EVA = ЧП - WACC \times (СК + ДО)$ Где WACC — средневзвешенная стоимость капитала, СК — собственный капитал; ДО — долгосрочные обязательства	Показывает превышение чистой операционной прибыли после уплаты налогов и затратами на использование капитала.

Наряду с рассмотренными выше показателями специалисты рекомендуют использовать для оценки эффективности управленческих решений ряд обобщающих показателей, представленных в таблице 3. Среди таких показателей следует отметить показатели экономической добавленной стоимости и эффекта финансового рычага, так как они наиболее информативны для обоснования решений в целях управления собственным капиталом корпорации. Экономическая добавленная стоимость характеризует превышение операционной прибыли корпорации после уплаты налогов над затратами, которые потребовались для привлечения капитала.

Эффект финансового рычага показывает, как заемный капитал, используемый корпорацией, влияет на её чистую прибыль. Экономическая сущность показателя заключается в том, что корпорация, привлекая дополнительные средства кредиторов, имеет возможность повысить эффективность финансово-хозяйственной де-

ятельности, а значит увеличить собственный капитал в дальнейшем.

Информация, полученная по результатам анализа эффективности использования собственного капитала, может быть отражена в пояснительной записке финансовой отчетности корпорации. Этот документ раскрывает наиболее полную информацию о дивидендной политике корпорации, сделках, которые оказывают влияние на рыночную стоимость акций корпорации и справедливую стоимость её активов.

Таким образом, в процессе формирования учетно-аналитического обеспечения управления собственным капиталом корпоративной структуры возникает необходимость обоснования методики проведения анализа для получения доказательной базы управленческих решений. Представленные для оценки эффективности управления собственным капиталом корпорации показатели необходимо систематически анализировать, обеспечивая при этом сопоставимость результатов анализа.

#### Литература:

1. Распоряжение Правительства РФ (от 30.03.2011) — Стратегия развития железнодорожного транспорта в Российской Федерации до 2030 года / КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. — URL: [http://doc.rzd.ru/doc/public/ru/%3FSTRUCTURE\\_ID%3D704%26layer\\_id%3D5104%26id%3D6396](http://doc.rzd.ru/doc/public/ru/%3FSTRUCTURE_ID%3D704%26layer_id%3D5104%26id%3D6396) (дата обращения 11.04.2019).
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая)» от 30.11.1994 N51-ФЗ (ред. от 03.08.2018), Статья 90. Уставный капитал / КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. — URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_5142/5eed132abe71fee3d57a007dba91160f33e11f75/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/5eed132abe71fee3d57a007dba91160f33e11f75/) (дата обращения 11.04.2019).
3. Агеева О. В. Учетно-аналитическое обеспечение операций с капиталом в коммерческой организации. // Проблемы и перспективы экономики и управления: VI международная научная конференция. — СПб.: Свое издательство, 2017 — С. 127–129.
4. Борисова И. А., Кыштымова Е. А., Лытнева Н. А. Развитие методики анализа состава и структуры собственного капитала в управлении коммерческим предприятием // Студенческий научный форум — 2016: VIII Международная студенческая научная конференция. — [Электронный ресурс]. — URL: <https://scienceforum.ru/2016/article/2016024683>, дата обращения 06.04.2019;
5. Евстафьева Е. М. Зарубежная практика формирования учетно-аналитического обеспечения управления собственным капиталом коммерческих организаций. // Международный бухгалтерский учет, № 10, 2015. — С. 32–37
6. Муравьева Н. Н., Рябухина К. В. Формирование системы показателей эффективности управления собственным капиталом на предприятиях реального сектора экономики. // Экономика и бизнес: теория и практика, — № 2, 2017. — С. 70–74.

## The difficulties of developing blockchain technology in the financial sector

Kudryavtsev Roman Aleksandrovich, master's student  
Saint Petersburg State University of Economics

**Key words:** *blockchain, innovative technology, decentralization, finance*

Decentralization is an idea whose time comes in the 21st century. The Internet is so huge and dynamic that it can contribute to the development of decentralized models in various areas, including financial ones. The development of digital technologies contributes to the decentralization of the economy

in the world, as well as the movement of companies towards the creation of ecosystems — networks of organizations that are created around a single technological platform. Blockchain is the first large-scale implementation of decentralization models, deployed at a new, more complex level of human activity.

For the period from 2009 to 2019, blockchain became one of the innovative technologies (along with Big data, OpenAPI etc.), which are actively transforming the financial sector in many countries around the world. The capitalization of the decentralized technology market is increasing annually, due to the expansion of the line of innovative products and services, the emergence of new startups that successfully compete with traditional financial organizations.

The desire of the global business community and government structures to explore the new technology and find the most effective areas of its application requires a lot of resources. Per analysts McKinsey [1, p.41], the process of technology development is not fast enough. With that amount of money invested and time spent, real progress in the industry is insignificant. Of the many applications of technology, a large number of projects are still at the concept creation stage, while others are at the development stage, but without significant results. Despite billions of dollars in investment and active promotion in the press and the Internet, the effectiveness of the blockchain's scalable use is highly controversial.

From the standpoint of economic theory [2], the uneven path of technological development is not entirely surprising. Blockchain is a relatively unstable, quite expensive and difficult to use technology. It is also not subject to regulation and is still not standardized internationally. The classical theory of the life cycle suggests that the evolution of any technology, as well as products and solutions based on it, can be divided into four stages.

At the first stage «Research and Development», testing of a new technology begins. Based on it, prototypes of future products are created. Organizations are actively investing their own resources in technology research, as well as engaging third-party investors. An assessment of potential consumers, areas of application, the level of competition of technologies with similar functional properties is made. Sales of technology-based products are generally small, and the return on investment is at a negative level.

At the second stage «Growth», there is an increase in demand for technology, the market is actively developing and technology-based products are becoming popular. The supply of products outpaces the demand for them until the technology is sufficiently tested.

At the third stage «Maturity», the market adopted innovative technology. Growth is stable, companies are actively releasing new products and solutions based on technology. In case of confirmation of the expediency of applying a new technology in a certain direction, the demand for products (solutions) begins to outpace the supply. Technology becomes popular.

At the fourth stage «Decline», new technologies appear, which noticeably surpass the existing technology in functional properties. More technological products and solutions are coming to the market. Gradually, there is a replacement of technology and a complete withdrawal from the market.

After examining enough blockchain projects of leading financial institutions, it can be concluded that the technology

remains in the first stage of the life cycle: the majority of developments are still in the test phase (or are in liquidation), many companies have not been able to invest enough in blockchain projects. In 2015–2016, the future of technology looked quite promising: investments grew, and some structural problems of the industry disappeared. But by the end of 2017 many financial sector experts agreed that the blockchain technology was not ready for use on an industrial scale. There are also doubts about the effectiveness of the application of technology in some areas. In 2019, the practical value of the blockchain in the financial sector is mainly located in 4 specific areas:

1) Implementation of the payment function: making transfers and payments, commission payments, crowd-funding, microfinance operations outside the chain of transactions.

2) Certification of legally relevant circumstances: user identification, confirmation of property rights, confirmation of participation rights (corporate rights), voting (for example, at a meeting of shareholders of the company), tracking expenses, cadastral records, digital signature with automatic date indication.

3) Smart contracts: payment of conditional remuneration under an employment contract, registration of trust management of property (registration of hereditary trusts), escrow accounts, automatic arbitration clause, payment of insurance premiums, ICO.

4) Decentralized autonomous organizations (DAO): design of global value chains, distribution of corporate rights, logistics and supply chain management, asset management.

However, there are no guarantees that any blockchain-based solution can approach the second stage of the industry's life cycle. This will require significant funding, the development of standardization, as well as sufficient grounds to confirm the industry's need for this solution. Leaders of the financial and technological industry must consider in more detail the targeted areas of technology development. Three key principles can be singled out for companies to achieve their goals in blockchain solutions.

Firstly, companies must first focus on the problem. If there are no significant problems in the company's business processes that could be solved with the help of the blockchain, then the implementation of the technology would not be an expedient solution. In addition, the most simple and affordable solution on the market should be implemented. Companies must objectively assess all potential risks, as well as the potential benefits of technology implementation.

Secondly, there should be a clear economic rationale and target level of return on investment. Companies must determine the rationale for investments, which will reflect their position in the market and which will be supported not only at the level of the board of directors, but also by employees. Organizations must consider their level of capabilities in shaping the blockchain ecosystem, developing standards and overcoming regulatory barriers. All this will determine their strategic approach.

Thirdly, after choosing a suitable use case for the technology, companies should evaluate their possibilities for its implementation. For this, first, sufficient financial and technological support will be needed. The next step will be the launch of the design process and the collection of all elements of the project, including the basic blockchain platform and hardware. Then, performance targets should be set for the future blockchain ecosystem (for example, transaction volume and speed). Companies must also create the neces-

sary organizational structures for the most effective interaction of all participants.

To sum up, participants in the financial sector are asked legitimate questions about the future of innovative technology. The modern blockchain in most areas related to finance is not considered an effective asset (or information) management tool. However, with the right use of its benefits, it is still able to transform some areas of the financial sector.

#### References:

1. Higginson M., Nadeau M. — C., Rajgopal K. Blockchain's Occam problem, October 2018 / McKinsey on Payments, pp. 41–47.
2. Levitt, T. Exploit the Product Life Cycle, 1965 / Harvard Business Review, Vol. 43, No. 6, pp. 81–94.

## Финансирование малоэтажного строительства

Махарадзе Давид Вахтангович, студент магистратуры  
Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университет

*В статье рассматриваются вопросы финансирования малоэтажного строительства в России. Автор отмечает существование, типы и ключевые преимущества малоэтажного жилья в условиях развития современного строительного рынка. Обозначаются основополагающие проблемы и перспективы в области ипотечного кредитования малоэтажного домостроения.*

**Ключевые слова:** малоэтажное строительство, финансирование малоэтажного домостроения, ипотечное кредитование.

Формат массового малоэтажного строительства зародился в России десятилетие назад, выступив в качестве достойной альтернативы многоэтажной квартире. Особую актуальность на строительном рынке малоэтажное жилье приобрело в посткризисный период, характеризующийся активной государственной политикой, ориентированной на решение важнейшей социально-экономической задачи, связанной с обеспечением населения доступным, комфортным и инновационным жильем.

В настоящий период наблюдается уверенная тенденция к существенному росту малоэтажного домостроения, строительство которого занимает 52% от общего объема возводимого жилья. В 2007 году Правительством Российской Федерации были определены плановые показатели малоэтажного строительства, согласно которым к 2020 году его доля в общем объеме возводимого жилья должна составлять 65–70%, что равняется 1 млн индивидуальных домов или 150 млн кв. м. в год.

Рынок малоэтажного жилищного строительства дифференцируется на таунхаусы, многоквартирные дома, дуплексы и коттеджи, высота которых, как правило, составляет 2–3 этажа. Ключевой спецификой обозначенных зданий является отсутствие лифтов и центрального мусоропровода — это дома с облегченной инженерной инфраструктурой [1, с. 25].

Основополагающими преимуществами малоэтажного жилищного строительства, формирующими ощутимые конкурентные преимущества перед многоэтажными застройками, являются:

1. Отсутствие значительных административных барьеров. Это выражается в существенно упрощенных разрешительных процедурах на данный вид строительства;

2. Возможность использования инновационных технологий и материалов. Современные инновационные технологии позволяют возводить малоэтажное жилье без эксплуатации тяжелой строительной техники и дорогостоящих строительных материалов, что, в свою очередь, способствует многократному сокращению себестоимости объектов малоэтажного строительства и оперативным срокам их сдачи. Помимо того, применение инновационных технологий колоссально расширяет технические и конструктивные решения в строительном объекте.

3. Относительная дешевизна эксплуатации, детерминированная отсутствием требований к установке лифтов, подкачке воды на верхние этажи и использования прочего дорогостоящего оборудования. Наиболее высокая экономия достигается в строительстве таунхаусов, что обусловлено распределением стоимости строительных конструкций, а также затрат на содержание и эксплуатацию дома на нескольких собственников.

4. Возможность возведения на любом типе почвы: со сложным рельефом, высокой сейсмичностью, слабыми грунтами [5, с. 505].

Осуществление государственной программы по наращиванию объемов строительства в сжатые сроки, при этом соответствующего современным строительным стандартам и эталонам, представляется возможным исключительно с использованием ресурсов малоэтажного строительства. Сегодня центральной проблемой сегмента малоэтажного строительства является отсутствие государственных ассигнований и финансирования со стороны банков. В финансировании проектов малоэтажного строительства преимущественно преобладает схема сочетания собственных и заемных средств покупателя или застройщика. Заемные средства могут быть получены, главным образом, на условиях ипотечного кредитования [2, с. 62]. При этом оформить ипотеку на малоэтажное строительство можно лишь при наличии квартиры в городе, либо достаточно высокой стоимости земельного участка. Существующие ипотечные схемы домостроения совершенно не учитывают особенности малоэтажного домостроения. К сожалению, в современной практике крайне невостребованным является жилищное кредитование через накопительные строй-сберкассы, хотя такая схема инвестирования и предполагает годовой процент, не превышающий 3–4%.

Эффективное решение на сегодняшний день разработано лишь для комплексной застройки в коттеджных поселках, выражающееся в сотрудничестве компании застройщика и кредитной организации на предмет формирования схемы финансирования малоэтажного строительства. При этом выгода от такого партнерства является двусторонней, поскольку банк приобретает нового потребителя на долгосрочный период, а заемщик уверенность в реализации строящихся объектов [4, с. 60].

#### Литература:

1. Асаул А. Н. Теория и практика малоэтажного жилищного строительства в России [Текст] / А. Н. Асаул, Ю. Н. Казаков, Н. И. Пасяда, И. В. Денисова // Под ред. д. э. н., проф. А. Н. Асаула. — СПб.: «Гуманистика», 2011.
2. Зайнуллина Т. Г. Проблемы и перспективы малоэтажного жилищного строительства / Т. Г. Зайнуллина // *Тегга Economicus*, 2017. — № 4. — С. 61–65.
3. Иванов П. К. Малоэтажное строительство в России: проблемы и перспективы / П. К. Иванов // *Современные научные исследования и инновации*. 2018. № 1. Ч. 2 [Электронный ресурс]. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2015/01/43147> (дата обращения: 25.03.2019).
4. Сайфуллина с. В., Логиновская И. Д. Перспективы развития малоэтажного жилищного строительства в России // *Управление экономическими системами*, 2019. — № 4. — С. 56–63.
5. Стефанович М. Ю. Малоэтажное жилищное строительство: особенности и проблемы развития в России // *Молодой ученый*, — 2018. — № 12. — С. 505–507. — URL <https://moluch.ru/archive/92/20038/> (дата обращения: 02.04.2019).

В настоящий период Правительством РФ проводится стимулирующая политика в сфере массового малоэтажного строительства. К примеру, разработаны и направлены в агентство по ипотечному жилищному кредитованию стандарты земельной ипотеки, определяющие этапность выдачи заемных средств. На первом этапе застройщику выдается денежная сумма в размере, покрывающем расходы на инженерные изыскания, осуществление подготовительных работ на участке и возведение фундамента. Второй этап, в преддверии которого производится оценка участка, предполагает выделение суммы для дальнейшего строительства под более ликвидный залог. Данные мероприятия позволят застройщику получать своевременное и полноценное финансирование, а банку — свести к минимуму риски [3, с. 50].

В Санкт-Петербурге успешно функционирует новая кредитная ипотечная программа «Малоэтажное жилье», реализуемая Агентством по ипотечному жилищному кредитованию (АИЖК). Программа позволяет на достаточно лояльных условиях приобрести малоэтажное жилье на территориях организованной комплексной малоэтажной застройки.

Таким образом, малоэтажное строительство представляет собой наиболее востребованное и актуальное направление развития строительного рынка. Основопологающая задача малоэтажного домостроения заключается в обеспечении населения экологичным, комфортным, доступным жильем. В целях процветания рынка малоэтажного строительства, требуется расширение источников инвестиций. Речь идет о средствах структур государственно-частного партнерства, прямых бюджетных ассигнований (из бюджетов всех уровней), льготного кредитования и субсидирования индивидуального домостроения.

## Анализ туристической привлекательности региона и возможности ее повышения (на примере республики Тыва)

Ондар Долгармаа Александровна, студент магистратуры  
Российский государственный гуманитарный университет (г. Москва)

*В условиях усиления конкуренции между регионами возрастает роль органов муниципальной власти в процессе управления привлекательностью региона для как реальных и потенциальных жителей, так и для туристов. «Туризм» может рассматриваться как одна из перспективных «точек роста» повышения конкурентоспособности и привлекательности региона, как как является высокодоходной отраслью. При проведении грамотной программы продвижения в туристической сфере можно сделать территорию привлекательной для разных целевых групп. В статье проводится анализ туристической привлекательности республики Тыва и даются рекомендации по ее повышению.*

**Ключевые слова:** туристическая привлекательность региона, бренд региона, продвижение территории, имидж территории.

Продвижение территории и создание ее положительного имиджа стали одним из приоритетов деятельности региональных и муниципальных органов власти. Сверхзадачей продвижения территории является ее интенсивное экономическое развитие, для чего требуется привлечение инвестиций, иногда человеческих ресурсов и всегда формирование положительного отношения жителей региона к принимаемым политическим решениям. Конечно, для эффективного продвижения территории необходимо, чтобы в наличии были как материальные (например, природные ресурсы, средства производства, промышленные и рекреационные зоны и т.д.) так и нематериальные (технологические ресурсы, репутация, торговые марки и т.п.) активы. Однако, даже имея все это, город или регион не смогут ничего достичь, если о них не будут знать целевые группы, которые оказывают существенное влияние на финансовые потоки.

В сложившихся условиях конкуренция между регионами идет по всем возможным направлениям привлечения средств. Одним из основных факторов конкурентоспособности региона является его туристическая привлекательность.

И. Бегг рассматривает термин конкурентоспособность с двух позиций: во-первых, с позиции уровня развития экономики региона; во-вторых, в сравнении с другими регионами. В этом смысле, по его мнению, конкурентоспособность региона заключается в защите им своей доле рынка (аналогично компаниям).

И. Бегг обращает внимание на то что, способность территории конкурировать зависит от основных его «атрибутов», отвлекающих привлекательность региона как места «региональных действующих лиц», а также от слабых и сильных сторон экономической агентств. [1]

Повышение привлекательности региона в туристической сфере направлено на создание, развитие, распространение общественного признания положительного образа региона для потенциальных туристов. По сравнению с другими направлениями конкурентоспособности региона это направление является относительно недорогим,

хотя и требующим определенных затрат. Ведущие инструменты маркетинга имиджа — это коммуникационные мероприятия, с помощью которых можно продемонстрировать открытость территории для контактов и привлечении внешних субъектов.

Процесс управление туристической привлекательностью региона можно разделить условно на несколько этапов.

Во-первых — сбор статистической информации по туристической сфере

данного региона для определения текущей ситуации (количество туристических фирм, гостиниц, отелей, объектов общественного питания, выставочных, экскурсионных залов и т.д.). Без наличия этого этапа все шаги, направленные на управление процессом конкурентоспособности территории будут совершаться «вслепую»

Во-вторых, анализ туристической инфраструктуры и туристических продуктов конкурентных регионов предполагает правильное определение соперников для конкретного уровня развития туристической отрасли данного региона. Так, например, для республики Тыва целесообразно конкурировать с другими регионами Сибири, такими как республика Алтай, Карелия, Хакасия, которые находятся на более высокой ступени развития туристической индустрии и уже имеют широко известные бренды.

Подчеркивается исключительная важность необходимости правильного выбора конкурентов, что позволит не только эффективно нести борьбу за существующее количество туристов, но и планомерно развивать отрасль в данном регионе. Возможно проведение анкетирования туристических фирм с целью выявления основных предпочтений и интересов туристов в исследуемом регионе.

Проанализируем туристическую привлекательность республики Тыва. Начать необходимо с самого региона. Республика Тыва — субъект Российской Федерации, входит в состав Сибирского федерального округа. Регион обладает значительными туристскими ресурсами, включающими природно-рекреационный и историко-культурный аспекты. Туристов привлекают красота и экологическая чистота природы, большое количество уникальных

памятников истории и культуры, выгодное географическое положение в центре Азии.

Ниже следуют основные направления развития туризма в Республике Тыва. Культурно-познавательный туризм, лечебно-оздоровительный туризм, событийный туризм, сельский туризм, экологический туризм, спортивный туризм.

Необходимо подчеркнуть, что главной особенностью республики является то, что на сравнительно небольшой площади расположены практически все природные зоны земного шара. Как отмечалось ранее, туристов поражает резкий контраст зон на сравнительно небольшой территории: раскаленный песок пустыни и белоснежные шапки гор, ковыльные степи и дремучая тайга, тундра и альпийские луга.

Важно также отметить, что из 807 объектов культурного наследия, стоящих на государственной охране, 756 памятников являются памятниками археологии. Тува

имеет богатейшие запасы минерализованных вод — 34 группы минеральных источников и 11 солено-грязевых озер. Широкое распространение получили объекты размещения типа баз отдыха. На территории Республики Тыва находится 23 баз отдыха, которые в основном эксплуатируются только в летний период.

Можно сделать вывод, что республика Тыва имеет все возможности и ресурсы, чтобы стать конкурентоспособным регионом Сибири. Основной задачей на данный момент становится разработка уникальных туристических продуктов, проведение комплексной программы продвижения республики на туристическом рынке и как следствие формирование благоприятного имиджа региона в целом. Для этого необходим четкий статистический сбор данных по потоку туристов.

Перейдем к показателям. Далее в таблице продемонстрирована динамика показателей туризма по данным Тывастата на 2017 г.

Таблица 1. Динамика показателей туризма в Республике Тыва

Наименование показателя	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г. (оценка)	Прирост 2014 г./2017 г., %
1. Число туристских фирм, штук	15	21	25	28	63
2. Реализовано путевок (турпакетов), штук	428	662	728	864	41
3. Количество обслуженных граждан, человек	34155	44065	48471	50861	61
4. Объем платных услуг населению в сфере туризма, лн рублей	47,8	62,1	62,4	68,6	70
5. Количество коллективных средств размещения, единиц	18	18	30	40	45

Однако нельзя не отметить, что развитие въездного и внутреннего туризма в Республике Тыва существенно сдерживается недостаточным ассортиментом туристического продукта, высокой стоимостью и качеством транспортных и гостиничных услуг, отсутствием системы научного и рекламно-информационного обеспечения продвижения республиканского туристского продукта на внутреннем и внешнем рынках, благоприятных условий для инвестиций в средства размещения туристов, инфраструктуру туризма.

Для выявления конкурентных преимуществ территории с целью ее дальнейшего продвижения, а также для диагностики имеющихся предпосылок и барьеров развития Республики Тыва автором была использована схема SWOT-анализа, фиксирующая сильные и слабые стороны, возможности и угрозы региона.

Среди возможных угроз самыми опасными являются неустойчивость спроса на рынке, усиление конкуренции со стороны других регионов, недостаточное количество долгосрочных вложений в благоустройство и туристскую инфраструктуру территорий и недостаток межотраслевых совместных планов, действий и координации. В более дол-

госрочной перспективе существенными угрозами станут недостаток квалифицированных кадров и ухудшение состояния объектов историко-культурного наследия.

Для противостояния данным угрозам и нивелирования слабых сторон туристской индустрии республики необходимы не отдельные улучшения, а реализация комплексных и системных решений, направленных на формирование на территории Республики Тыва современной туристской индустрии.

Развитие туристической привлекательности региона тесно связано с задачей создание бренда республики. Основные идеи брендинга могут быть использованы в развитии региона как в национальной, так и международной конкурентной среде. Как отмечалось ранее, республика Тыва всегда славилась богатой культурным наследием и уникальными природными ресурсами. Именно расположение Тувы в географической центре азиатского материка, очень часто привлекает не только внутренних туристов, но и зарубежных.

Для повышения конкурентоспособности в национальной и международной среде необходимо еще разрабатывать элементы брендинговой политики на постоянной

Таблица 2. SWOT-анализ республики Тыва

Сильные стороны	Слабые стороны
<p>достаточно высокий рекреационный потенциал, имеет уникальные природные ресурсы для организации отдыха и лечения</p> <p>исторические и архитектурные памятники и уникальные археологические открытия</p> <p>национальная культура, традиционный уклад жизни тувинцев, быт русских староверов, шаманизм и горловое пение вызывают большой интерес у туристов</p>	<p>отсутствие практики создания благоприятных условий для инвестиций в средства размещения туристов и иную туристскую инфраструктуру</p> <p>отдаленность республики от международных путей сообщения и дорогой проезд, слабая развитость услуг авиации</p> <p>недостаточное число гостиниц, несоответствие качества услуг средств размещения международным стандартам</p> <p>отсутствие на республиканском уровне программы продвижения, а также единого логотипа и слогана, раскрывающих туристские перспективы республики.</p> <p>отсутствие достоверной государственной статистической информации по организациям туристской индустрии</p> <p>Непонимание со стороны населения своей роли в повышении качества обслуживания туристов и значимости развития туризма</p>
Возможности	Угрозы
<p>перспективы привлечения дополнительных средств на развитие туристской индустрии и реализацию значимых мероприятий и проектов в рамках федеральных целевых программ и из внебюджетных источников;</p> <p>— наличие устойчивого спроса на посещение объектов исторического и культурного наследия;</p> <p>— повышение спроса на сельского, экологического и лечебно-оздоровительного туризма;</p> <p>— восстановление российского рынка краткосрочных поездок (туров выходного дня);</p>	<p>— усиление конкуренции со стороны других регионов</p> <p>— спад деловой активности в связи с ухудшением экономической ситуации в стране и мире;</p> <p>— усиление конкуренции в соперничестве за инвестиционные ресурсы со стороны других субъектов Российской Федерации;</p> <p>— наличие альтернативных способов использования территорий, пригодных для развития туризма;</p> <p>— неустойчивость спроса на рынке туристских услуг в результате влияния сезонности и других факторов;</p>

основе, где должны быть четко определены ассоциации, связанные с республикой Тыва — логотип, слоган, цвет.

Для создание широкой доступности туристической информации о регионе как в пределах Российской Федерации, так и за рубежом рекомендован целый комплекс мероприятий. Следует начать с развития информационных ресурсов как эффективного средства распространения информации. Далее, необходимо взаимодействие с представителями СМИ в рамках специализированных мероприятий для прессы; создание креативной концепции по продвижению туристических продуктов на

ключевых рынках; производство рекламных материалов: выпуск тематических брошюр, дизайн рекламных модулей и т.д.

В заключении стоит упомянуть о том, что при использовании различных инструментов и способов формирования имиджа региона, следует руководствоваться системным подходом, который предполагает использование всех элементов системы, а в нашем случае системы мер и инструментов, во взаимосвязи и взаимозависимости, которые представляют собой единое целое, направленное на выполнение конкретной миссии.

#### Литература:

1. Василенко И. А., Е. В. Василенко, В. Н. Ляпоров, А. Н. Люлько; под ред. И. А. Василенко. Имидж России: Концепция национального и территориального брендинга. М.: «Экономика», 2012 г.
2. Голубцов О. Н. Становление интернет-брендинга в автобизнесе: Сайты выходят в офлайн-пространство // Маркетинг услуг. 2013. № 2.
3. Дупленко Н. Г. Использование инструментов маркетинга территорий в региональных программах социально-экономического развития // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2011. № 1.
4. Дупленко Н. Г. Использование бенчмаркинга для развития малого предпринимательства в муниципальном образовании // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2012. № 4.
5. Дупленко Н. Г. Механизм выравнивания асимметрии социально-экономического развития региона // European Social Science Journal = Европейский журнал социальных наук. 2012.



6. Котлер Ф., Асплунд К., Рейн И. и Хайдер Д. Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы, СПб. «Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге», 2005.
7. Шабанов Т. И. Развитие инструментов интернет-брендинга в России // Бизнес в законе. 2012.
8. Шалимова А. А. Интернет-маркетинг в продвижении бренда Калининградской области // Культурная и гуманитарная география. 2013. Т. 2. № 1.
9. Имидж России: поиск инновационных технологий: материалы научной конференции кафедры российской политики факультета политологии МГУ имени М. В. Ломоносова 19 марта 2013 г. [Под ред. И. А. Василенко] — Пушкино: «Центр стратегической конъюнктуры», 2013.

## Недостатки в учете дебиторской задолженности и направления их устранения

Павлюк Ирина Станиславовна, студент магистратуры  
Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского (г. Симферополь)

*В статье рассмотрены распространенные недостатки учета дебиторской задолженности в организациях и предложены направления их совершенствования.*

**Ключевые слова:** дебиторская задолженность, дебиторы, резерв сомнительных долгов, расчетные операции, финансовая устойчивость.

На современном этапе развития рыночных отношений проблема задолженности предприятий занимает достаточно большое значение, поскольку это явление имеет негативные последствия. Именно поэтому достаточно актуальным стоит вопрос организации дебиторской задолженности, ведь финансовое состояние предприятия в значительной степени зависит именно от наличия и эффективного управления этим видом задолженности.

Очевидно, что в современных условиях в процессе деятельности предприятие не всегда осуществляет расчеты с другими предприятиями или физическими лицами одновременно с передачей имущества, выполнением работ, оказанием услуг. В связи с этим у него возникает дебиторская задолженность. Надлежащая организация учета дебиторской задолженности способствует эффективному управлению ее объемами и сроками погашения на предприятиях и усилению контроля за своевременным осуществлением расчетов.

В процессе финансово-хозяйственной деятельности у предприятия постоянно возникает потребность в проведении расчетов со своими контрагентами. Реализуя товары, работы, услуги субъект хозяйствования, как

правило, не получает оплату сразу, то есть происходит кредитование покупателя. Таким образом, в течение периода с момента отгрузки продукции до момента поступления платежа средства предприятия находятся в виде дебиторской задолженности.

Основной причиной возникновения проблемы неплатежей является то, что субъекты хозяйствования прежде всего решают вопросы, связанные с обеспечением собственной деятельности и только потом выполняют финансовые обязательства перед своими партнерами. Договорные обязательства между контрагентами не обе-

спечиваются никакой имущественной ответственностью, поэтому они могут уклоняться от выполнения договоренностей. Решение данной проблемы зависит от совершенствования учета взаиморасчетов в целом [1].

Существует ряд причин, объясняющих такое положение. В частности: недостаточные теоретические основы, по оценке задолженности; несовершенна методика отображения информации в системе счетов бухгалтерского учета; структура дебиторской задолженности представленная в нормативных документах, не предусматривает ее детализации и соотношение разных видов дебиторской задолженности; недостаточно исследован вопрос оплаты дебиторской задолженности и политики управления ею; недостаточное изучение учета сомнительных долгов, в том числе резерва на их покрытие с целью сближения бухгалтерского учета по финансовым и налоговым законодательствам.

Правильное и своевременное списание дебиторской задолженности играет важную роль при формировании финансовых результатов деятельности предприятия.

В частности, необходимо совершенствовать методический подход к учету и анализу дебиторской задолженности, так как именно это является инструментом улучшения финансового состояния предприятия. Для этого необходимо предпринять ряд мер: использовать метод начисления резерва сомнительных долгов на основании классификации дебиторской задолженности за товары, работы, услуги по срокам непогашения (меньше 45 дней, от 45 до 90 дней, более 90 дней); заимствуя опыт других стран, нужно использовать метод предоставления скидок за досрочную оплату товаров, работ и услуг покупателями и заказчиками; проводить инвентаризацию дебиторской задолженности предприятий в конце каждого отчетного периода и на ее основе рассчитывать резерв сомнительных

долгов на следующий период; оценивать финансовое состояние и платежеспособность потенциальных дебиторов для уменьшения рисков; увеличивать количество покупателей и заказчиков предприятий для уменьшения масштабов риска неуплаты долгов; установить определенные лимиты размера задолженности как в целом по предприятию, так и на каждого дебитора в отдельности [2].

Еще одним весьма важным и актуальным является вопрос автоматизации учета дебиторской задолженности предприятий. Это может существенно упростить контроль за расчетами и упорядочить информацию о дебиторах. Для этого нужно осуществить ряд мероприятий: создать информационную базу участников расчетов на предприятии; проверить возможность погашения взаимной задолженности с помощью сверок взаимных требований и обязательств; сократить объемы задолженности, путем проведения взаимозачетов; вести учет и отчетность проведенных взаиморасчетов.

Учитывая темпы инфляции, характеризующие современную экономику, иммобилизация значительной части средств предприятия в дебиторской задолженности не только замедляет финансовый цикл предприятия, но и является крайне невыгодной для субъектов хозяйствования. Учитывая существующие тенденции экономического развития Российской Федерации и состояние дебиторской задолженности, широкое и эффективное внедрение внутреннего контроля является необходимым условием успешного функционирования предприятий.

Организация эффективной системы внутреннего контроля должна основываться на своевременности сообщения об отклонении, ответственности, сбалансированности, интеграции, постоянства, комплексности, распределения обязанностей.

#### Литература:

1. Кобелева С. В., Конова О. Ю. Дебиторская задолженность: возникновение, анализ и управление // Территория науки. 2015. № 2. С. 109–115.
2. Куликова Л. И., Финансовый учет: Учебное пособие // Бухгалтерский учет. 2012. С. 37–38.
3. Малкова О. А. Управление дебиторской задолженностью // Главная книга. 2016. № 3. С. 32–34.
4. Пострелова А. В. Методика анализа дебиторской задолженности // Научные исследования: от теории к практике. 2014. № 1. С. 297–299.

## Определение концепции государственно-частного партнерства с учетом мирового опыта

Садовская Екатерина Павловна, студент

Северо-Западный институт управления — филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (г. Санкт-Петербург)

*В статье осуществлен анализ концепции государственно-частного партнерства на основе определений в мировой практике, которая трактуется в двух аспектах: во-первых, как инструмент экономического и социального развития на международных, национальных, региональных, местных уровнях; во-вторых, как*

Целью внутреннего контроля расчетов с дебиторами является установление полноты, достоверности и своевременности отражения данных в первичных документах предприятия, учетных регистрах и отчетности.

Во-первых, контроль предусматривает осуществление проверки соблюдения плановых показателей; налаживание системы наблюдения за сроками оплаты платежей; контроль за выполнением договорных отношений; выявление резервов роста платежеспособности предприятия и контроль за результатами выполнения оптимизационных управленческих решений.

Во-вторых, установление наиболее комфортного для предприятия соотношения между дебиторской и кредиторской задолженности, важно для ускорения оборачиваемости этих двух показателей. Считается, что благоприятной является ситуация, когда период оборота дебиторской задолженности предприятия меньше, чем период оборота кредиторской, так как при таких условиях предприятие может погасить свои обязательства за счет средств, поступающих от дебиторов [3].

Практика показывает, что большинство руководителей предприятий Российской Федерации, особенно не больших, не усматривают необходимости в том, чтобы создавать специальные службы внутреннего контроля, так как не считают это необходимой мерой для поддержания финансовой устойчивости предприятия.

Для того, чтобы усовершенствовать учет дебиторской задолженности на предприятиях необходимо осуществить ряд изменений на уровне учетной политики предприятия — это обеспечит эффективность ведения учета задолженности, позволит предупредить проблемы неплатежеспособности контрагентов и улучшит финансовое состояние предприятия.

конкретные проекты, реализуемые совместно государственными органами и частными компаниями на базе объектов государственной и муниципальной собственности.

**Ключевые слова:** государственно-частное партнерство, государственный сектор, частный сектор, международные организации, глобализация.

Существенным фактором развития национальной экономики и создания научно-технологических преимуществ страны в условиях глобализационных изменений является эффективное взаимодействие органов государственного управления, научных учреждений и бизнес-структур. Накопленный мировой опыт позволяет признать государственно-частное партнерство (далее — ГЧП) одним из основных механизмов расширения ресурсной базы и мобилизации неиспользованных резервов для экономического развития [3].

В трактовке ГЧП как партнерского взаимодействия государства и бизнеса в той или той стране есть определенные особенности, которые зависят от целей, задач, приоритетов экономической политики, законодательной и нормативно-правовой базы, административной структуры и функций органов власти, уровня развития гражданского общества и правовой культуры. Например, в Великобритании «частная финансовая инициатива» является инструментом привлечения внебюджетных средств в сферы хозяйственной ответственности, которые тради-

ционно считались монополией государства. В США особенностью «публично-частного партнерства» является то, что государство и бизнес делят доходы, которые возникают в результате их взаимодействия [2].

Государственно-частное партнерство в мировой практике трактуется в двух аспектах: во-первых, как система отношений государства и бизнеса, широко используется как инструмент экономического и социального развития на международных, национальных, региональных, местных уровнях; во-вторых, как конкретные проекты, реализуемые совместно государственными органами и частными компаниями на базе объектов государственной и муниципальной собственности [5]. Международная передовая практика постоянно уточняет концепцию ГЧП благодаря усилиям международных организаций, таких как Европейская комиссия или Комиссия ООН по международному торговому праву («UNCITRAL»). Такие определения предоставляются многими международными игроками в сфере ГЧП как стандартные определения ГЧП, которые представлены в таблице 1.

Таблица 1. Понятие и характеристики государственно-частного партнерства, определены международными финансовыми организациями и институтами

Организация / институт	Понятие и его характеристика
Секретариат Объединенных Наций	ГЧП определяют как общее понимание распределенных целей и ответственности за их достижение, продолжение государственно-частного диалога о потребностях, которые должны быть удовлетворены, формирования поддерживающей политики и институциональной основы
Европейская экономическая комиссия ООН	ГЧП понимает партнерство, что учреждается с целью обеспечения финансирования, планирования, создания и эксплуатации объектов и предоставления общественных услуг. Главными особенностями являются: долгосрочность обеспечения и предоставления услуг (иногда свыше 30 лет); распределение рисков между государственным и частным партнерами; многообразие форм долгосрочных контрактов, заключаемых между частными и государственными (муниципальными) структурами
Комитет ОЭСР по научной и технологической поли- тики	ГЧП — любые официальные отношения или договоренности на фиксированный/ бесконечный период времени между государственными и частными участниками, в которых обе стороны взаимодействуют в процессе принятия решения и соинвестируют ограниченные ресурсы, такие как деньги, персонал, оборудование и информация для конкретных целей в определенной области науки, технологии и инноваций. Признаки, характеризующие ГЧП: стороны партнерства должны быть представлены как государственным, так и частным сектором экономики; взаимоотношения сторон ГЧП должны быть зафиксированы в официальных документах (договорах, контрактах и т. п) и должны иметь партнерский, то есть равноправный характер; стороны ГЧП должны иметь общие цели и четко определенный государственный интерес; стороны ГЧП должны объединить свои усилия для достижения общих целей и распределять между собой расходы и риски, а также участвовать в использовании полученных результатов
Европейский инвестиционный банк	ГЧП является стандартным термином для обозначения отношений, образованных между частным сектором и публичными органами, часто с целью привлечения ресурсов частного сектора и / или опыта, чтобы помочь в обеспечении и поставках активов и услуг государственного сектора

Организация / институт	Понятие и его характеристика
Европейский экспертный центр	Соглашения ГЧП обычно имеют следующие характеристики: долгосрочный контракт между государственным заказчиком и частным партнером, который своим предметом имеет закупку услуг, а не активов; передача определенных рисков в проектах ГЧП частному сектору, в частности по проектированию, строительству, эксплуатации и/или финансирования проекта; упор делается на спецификации результатов проекта с учетом его полного жизненного цикла; применение частного финансирования как основы для распределения рисков; платежи до частного сектора за предоставленные услуги, могут уплачиваться либо получателями, либо государством, либо совместно ими обоими
Международный Валютный Фонд	ГЧП относится к сделкам, где частный сектор поставляет инфраструктурные активы и услуги, традиционно обеспечивались правительством. В дополнение к частной реализации и финансирования публичных инвестиций, ГЧП имеет две важные характеристики: 1) акцент на предоставлении услуг и инвестировании частным сектором; 2) существенный риск переходит от правительства к частному сектору. ГЧП привлекается в широкий круг социальных и экономических инфраструктурных проектов
Всемирный банк	ГЧП определяют как соглашение между публичной и частной сторонами по поводу производства и оказания инфраструктурных услуг с целью привлечения дополнительных инвестиций, и что еще важнее, как средство повышения эффективности бюджетного финансирования

Международные финансовые организации при определении понятия ГЧП применяют подход к ГЧП, как финансового соглашения между государственным и частным сектором [1]. По определению МВФ определяющей характеристикой ГЧП является передача финансовых обязательств частному партнеру. Такую точку зрения разделяют Мировой банк и Европейский инвестиционный банк.

В то же время, несмотря на разнообразие подходов относительно сущности и содержания ГЧП бесспорным является то, что приведенные определения взаимно дополняют друг друга и создают основу для создания механизмов эффективной реализации проектов ГЧП с учетом локальной специфики и глобального влияния внешней среды [4].

Таким образом, проведенный анализ позволяет сделать вывод о том, что в экономической науке и международной практике нет единодушия по определению госу-

дарственно-частного партнерства. Учитывая особенности рассматриваемых подходов, а также выделены характерные черты ГЧП можно предложить следующее обобщенное определение государственно-частного партнерства ГЧП — это взаимовыгодное сотрудничество между государством, территориальными общинами и субъектами предпринимательской деятельности, направлено на реализацию важных социально-экономических проектов на принципах приоритетности государственных интересов партнеров, их политической и экономической поддержки, справедливого распределения рисков между ними, равноправия и прозрачности отношений на договорной основе или путем создания юридического лица с целью достижения лучших результатов функционирования и/или повышения качества производимой продукции (товаров)/выполняемых работ (услуг), и/или получения прибыли и/или достижения иного неэкономического эффекта в соответствии с требованиями действующего законодательства.

#### Литература:

1. Борщевский Г. А. Государственно-частное партнерство: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. — М.: Юрайт, 2016. — 344 с.
2. Варнавский В. Новые подходы к финансированию инфраструктуры в Великобритании / В. Варнавский // Мировая экономика и международные отношения. — 2012. — № 9. — С. 67–74.
3. Григорьева Е. М. Совершенствование механизма государственно-частного партнерства в кризисных и посткризисных условиях: Монография / Е. М. Григорьева, Д. П. Карпова. — М: Креативная экономика, 2015. — 120 с.
4. Казанцев А. К. Государственно-частное партнерство в научно-инновационной сфере / Казанцев А. К., Рубвальтер Д. А. — М. Инфра-М, 2014. — 330 с.
5. Социально-ориентированное местное управление: опыт городов Германии / Под ред. Б. М. Гринчеля, Н. Е. Костылевой. — СПб.: Наука, 1999. — 338 с.

## Проблемы анализа системы менеджмента качества (СМК) организации: требования, определение несоответствий, методы их устранения

Сенин Сергей Владимирович, студент магистратуры  
Санкт-Петербургский государственный университет гражданской авиации

*Статья посвящена вопросам совершенствования анализа системы менеджмента качества. Была рассмотрена роль системы менеджмента качества для организации и проведен анализ существующих методов и инструментов оценки системы менеджмента качества. Также проанализирован процесс выявления несоответствий, способы и методы их устранения.*

**Ключевые слова:** система менеджмента качества, СМК, анализ, требования, несоответствия, способ, метод, устранение

*The article is devoted to the issues of improving the analysis of the quality management system. The role of the quality management system for the organization was considered and the analysis of existing methods and tools for assessing the quality management system was carried out. Also analyzed the process of identifying inconsistencies, methods and methods of their elimination.*

**Keywords:** quality management system, QMS, analysis, requirements, inconsistencies, method, method, elimination

В настоящее время большинство организаций считают, что основная причина, заставляющая организации добиваться отличного качества, — стремление удовлетворять постоянно растущие запросы потребителей.

Принято полагать, что если качество — это благо для потребителей, компаний и общества в целом, то его отсутствие — это их общая неудовлетворенность.

Конкурентоспособность при этом определяют совокупностью таких характеристик товара, как качество и стоимость товара или услуги, которые предназначены для удовлетворения потребностей потребителей и расходами на их приобретение и потребление.

Повышение качества продукции и услуг имеет большое значение для потребителя, изготовителя или поставщика услуг, и экономики в целом.

Международная практика показывает, повысить качество можно двумя способами. Первый способ основан на внедрении в организации системы тотального контроля производимой продукции с целью выявления в ней дефектов и использование для этого специальных методов и оборудования.

Этот способ является дорогостоящим, поскольку требует создания сети пунктов профилактики и ремонта поставляемой продукции или использования достаточного числа высококвалифицированных юристов, защищающих интересы организации при предъявлении судебных исков потребителей.

Второй способ основан на системе управления качеством, которая исключает возникновение дефектов в продукции, и предусматривает создание в организации системы менеджмента качества (СМК).

СМК — часть системы менеджмента организации, направленная в соответствии с целями в области качества на достижение результатов, чтобы удовлетворять потребностям, ожиданиям и требованиям заинтересованных сторон.

СМК — это система, созданная на предприятии для постоянного формирования политики и целей в области качества, а также для достижения этих целей. Такая система должна исключать или существенно снижать вероятность дефектной продукции.

Дальнейшим развитием теории и практики менеджмента качества на современном этапе стало появление международных стандартов ИСО серии 9000. Стандарты серии ИСО 9000 касаются систем качества на предприятиях, производящих товары или оказывающих услуги. Данные стандарты задают методологию функционирования системы качества, которая должна обеспечивать высокое качество продукции и услуг и обеспечивать высокую степень удовлетворенности потребителей [7, с. 37].

Менеджмент качества включает в себя разработку политики организации в области качества, целей организации в области качества и процессов для того, чтобы были достигнуты цели в области качества за счет планирования качества выпускаемой продукции, обеспечения качества продукции, управления ее качеством и улучшения ее качества [6, с. 48].

ГОСТом Р ИСО 9000—2015 также определен процесс удовлетворенность потребителя (customer satisfaction), который заключается в восприятии потребителем степени выполнения его ожиданий [2].

В стандартах серии ИСО 9000 выделены восемь базовых принципов менеджмента качества (рисунок 1).

Эти принципы дают основу для внедрения хорошей практики управления для любой организации.

Цикл PDCA кратко описывается следующим образом:  
— планируй — это проведение разработки целей и процессов системы и определение ресурсов, которые необходимы для получения результатов согласно потребностям потребителей и политикой организации, определение рисков и возможностей для организации;

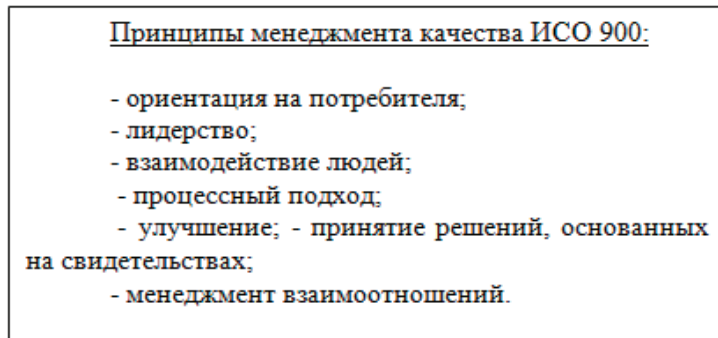


Рис. 1. Принципы менеджмента качества ИСО

- делай — это выполнение намеченных планов;
- проверь — это осуществление мониторинга процессов, продукции и услуг согласно политики, целям, требованиям и запланированным действиям;
- действуй — это принятие мер в случае необходимости для улучшения результатов деятельности [1].

На рисунке 2 нами представлена модель системы менеджмента качества, которая основана в соответствии с циклом PDCA.

Стандарт ИСО 9001 подчеркивает важность определения, внедрения, менеджмента и постоянного повышения результативности процессов, необходимых для системы менеджмента, а также управления взаимодействиями этих процессов для достижения целей орга-

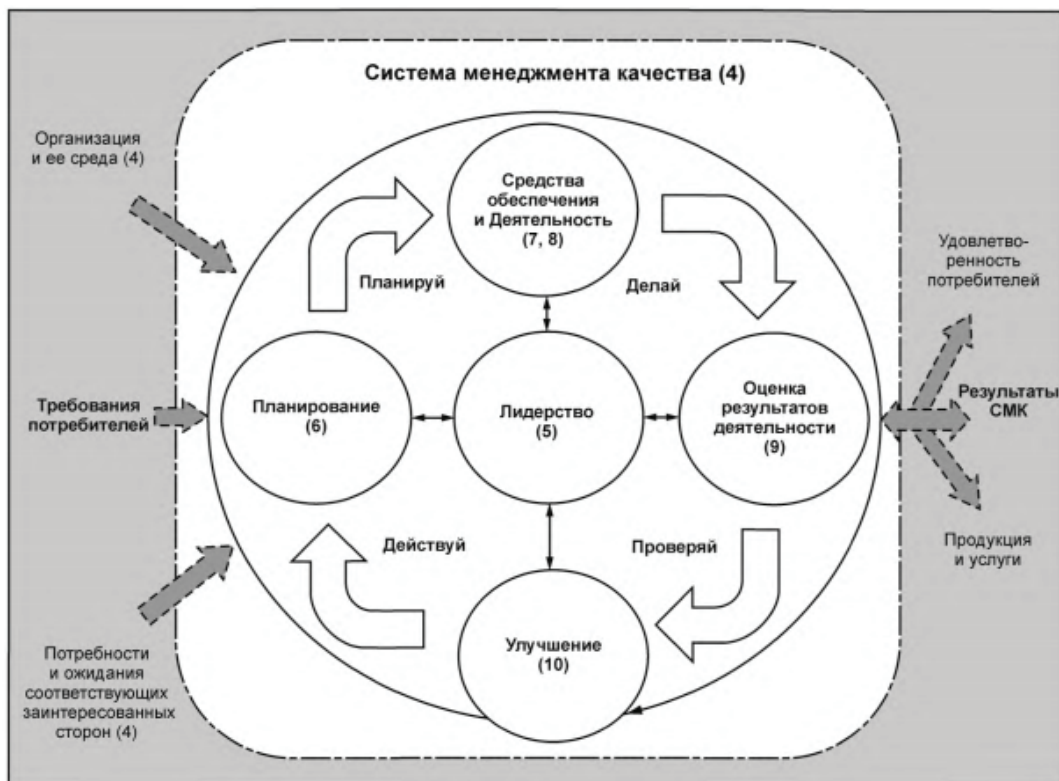
низации. Результативность и эффективность процесса может определяться путем проведения анализа среды организации, ее внутренних и внешних факторов и определения:

- а) заинтересованных сторон, которые имеют отношение к СМК;
- б) требования данных сторон к СМК.

Организации обязаны разрабатывать, внедрять и постоянно улучшать СМК, определять необходимые процессы для СМК и их применение в рамках организации.

Высшее руководство организации должно проявлять свое лидерство и приверженность в отношении СМК за счет:

- а) принятия на себя ответственности за результативность СМК;



Примечание — Цифры в скобках являются ссылками на разделы настоящего стандарта.

Рис. 2. Модель системы менеджмента, основанная в соответствии с циклом PDCA [9, с. 56]

б) разрабатывать политику и цели организации в области качества;

в) обеспечивать интеграцию требований СМК в бизнес-процессы организации;

г) оказывать содействие в применении процессного подхода и риск-ориентированного мышления;

д) обеспечивать организацию необходимыми ресурсами для СМК;

е) обеспечить понимание важности СМК у персонала организации и т.д.

Высшее руководство организации кроме демонстрации лидерства, должно иметь ориентацию на потребителей.

При планировании в СМК организация должна учитывать факторы и требования и определять риски и возможности для того, чтобы:

а) обеспечить уверенность в том, что СМК имеет возможность достичь намеченных результатов;

б) увеличения желаемого влияния возможностей;

в) предотвращения или снижения нежелательного их влияния;

г) достигать улучшений.

Организацией должна проводиться оценка своей деятельности и результативности СМК путем:

– мониторинга степени удовлетворения потребностей и ожиданий потребителей;

– проведения внутренних аудитов через определенные запланированные интервалы времени о качестве СМК.

Таким образом, основными признаками наличия в организации системы менеджмента качества являются: ориентация организации на потребителя, ведущая роль и лидерство руководства в повышении качества продукции, вовлечение персонала, подход, ориентированный на процессы, внедрение системного подхода к управлению организации, а также постоянное улучшение системы на всех уровнях организации от руководства организации до подчиненного персонала. Совершенствуя систему менеджмента качества в соответствии с ИСО 9001, организация рассматривает систему как источник дополнительной прибыли появляются дополнительные доходы.

Руководителем организации принимаются решения по результатам анализа системы менеджмента качества. При этом, решения, принимаемые руководством, должны обеспечиваться необходимыми для достижения поставленных целей, а также результативности СМК ресурсами. Представителем руководства по качеству несет ответственность за их выполнение.

Проведение анализа СМК, как правило, осуществляет представитель руководства по качеству, в обязанности которого входит:

– планирование и регулярный анализ;

– подготовка и анализ;

– составление по проведенному анализу отчетности;

– при выявлении несоответствий, их устранение.

Руководители подразделений должны принимать участие в подготовке к проведению анализа работы системы менеджмента качества и нести ответственность за:

– предоставление всей необходимой информации для анализа;

– создание представителю руководства организации по качеству условий для анализа системы менеджмента качества;

– устранение по своим подразделениям всех выявленных несоответствий.

Цели анализа системы менеджмента качества заключаются в оценке:

– правильности разработки политики в сфере качества, а также ее эффективности;

– необходимости и достаточности документального оформления процедур по процессам, которые связаны с осуществляемой деятельностью;

– соответствия документально оформленным процедурам осуществляемой деятельности;

– результативности используемой системы менеджмента качества по отношению к установленной политике;

а также:

– осуществление процедур по совершенствованию системы менеджмента качества в организации и повышение для выполняемых работ уровня их качества;

– вовлечение в процессы повышения результативности СМК сотрудников организации.

Проведение анализа системы менеджмента качества в организации охватывает такие виды деятельности и их направления, как:

– достижение поставленных в области качества целей;

– актуальность политики организации в области качества;

– организационная структура, а также достаточность у организации ресурсов;

– процедуры (административные и системные), которые документально оформлены;

– квалификация и компетентность персонала;

– оборудование организации и ее материальные ресурсы;

– процессы СМК в организации, их соответствие требованиям государственных стандартов;

– качество выпускаемой продукции;

– документацию и отчетные документы СМК.

Проведение анализа СМК должно быть основано на данных:

– статус действий, которые были проведены руководством по результатам предыдущих анализов;

– произошедшие изменения во внутренних и внешних факторах, которые оказывают влияние на деятельность СМК организации;

– информация о результатах деятельности системы качества, которая в себя включает:

– удовлетворенность потребителей выпускаемой продукцией (оказываемыми услугами);

– достижение целей организации в области качества;

– показатели процессов и отчеты по проведению самообследования;

- результаты проведения мониторинга и измерений (независимая оценка качества);
- действия, направленные на предупреждение и коррекцию;
- результаты проведения внутренних аудитов в подразделениях, а также степень устранения выявленных в результате них несоответствий;
- деятельность по результатам закупочной деятельности внешних поставщиков;
- достаточность имеющихся ресурсов;
- действия, которые были предприняты в отношении рисков и имеющихся возможностей;
- возможности по улучшению.

Документально проведенный анализ системы менеджмента качества в организации оформляется в форме отчета, который в себе содержит информацию о:

- изменениях, происходящих во внутренних и внешних факторах;
- результатах деятельности системы качества организации, включающих:
  - Степень удовлетворенности потребителей выпускаемой продукцией (оказанными услугами);
  - Степень достижения целей организации в области качества;
  - Показатели по процессам;
  - Действия по предупреждению и корректировке;
  - Результаты проведения мониторинга и измерений;
  - Результаты проведения аудитов;
  - Деятельность внешних поставщиков.
- Достаточность имеющихся у организации ресурсов;
- Действия, которые были организацией предприняты в отношении рисков и возможностей;
- Имеющиеся возможности для улучшения.

Руководством организации в результате проведения анализа системы менеджмента качества принимается решения, которые относятся к:

- повышению результативности СМК организации и ее процессов;
- улучшению выпускаемой продукции (оказания услуг) в соответствии с требованиями потребителей;
- повышению удовлетворенности как потребителей, так и иных заинтересованных сторон;
- выделению либо и перераспределению ресурсов организации.

Результаты проведенного анализа системы менеджмента качества в организации доводятся руководством до сведения всех сотрудников, показывая им, как со стороны руководства процесс анализа приводит к постановке новых целей и выработке решений.

Работники предприятия обеспечивают выполнение запланированных мероприятий. Контроль за эффективностью выполнения решений по результатам анализа системы менеджмента качества осуществляет представитель руководства по качеству.

Наиболее характерные несоответствия, которые выявляются в ходе анализа, представлены в таблице 1.

Главными причинами несоответствий считаются:

- отсутствие со стороны высшего руководства организации постоянной поддержки по созданию СМК. В некоторых случаях участие руководства заканчивается только утверждением плана проведения работ по разработке и внедрению в организации СМК, из-за чего персонал не мотивирован к осуществлению интенсивной работы по построению системы;
- отсутствие у представителя руководства по качеству достаточных полномочий для оказания реального влияния на функционирование и развитие в организации СМК, что затрудняет процессы ее разработки и внедрения;
- не доведение до сотрудников в организации информации о важности и актуальности их труда и вкладе в достижение целей по качеству, что может являться следствием того, что высшее руководство формально относится к созданию СМК;
- самоустранение от анализа СМК высшего руководства и перекладывание ответственности на службу качества, что снижает статус системы;
- низкая культура в обращении с документами: небрежность в оформлении, не ориентация в них со стороны руководства и сотрудников; использование наряду с формальным отношением к ведению записей, отличных от установленных форм записей;
- не соблюдение установленного порядка технического обслуживания оборудования, а также требований к производственной среде и технологической документации;
- ненадлежащее проведение анализа результатов аудита, формальность устранения несоответствий и корректирующих действий (не отражены причины появления несоответствий), нацеленность предпринимаемых действий не на предупреждение, а лишь на устранение несоответствий.

Несоответствия в зависимости от степени нарушения требований к процессу, продукции либо услуге, могут быть следующих видов [3]:

- а) категория 1 (значительное несоответствие) — несоответствие СМК, с большой вероятностью которое может повлечь за собой невыполнение требований соответствующих стандартов и/или обязательных требований, которые предъявляются к продукции (услугам);
- б) категория 2 (малозначительное несоответствие) — отдельное и несистематическое упущение либо ошибка, или недочет в функционировании СМК или в документации, в результате чего могут быть не выполнены требования либо снижена результативность функционирования СМК;
- в) уведомление — свидетельство аудита, которое не носит характер несоответствия, а фиксируется для предотвращения возможного несоответствия.

Управление несоответствиями — это совокупность действий, в результате которых организация имеет возможность устранить возникающие несоответствия, а также их причины и ими управлять. По управлению несоответствий в организации разрабатывается процедура, включающая, как правило, в себя следующие этапы:



Таблица 1. Наиболее характерные несоответствия СМК

Разделы и пункты стандарта ISO 9001	Несоответствия
<b><u>Система менеджмента качества</u></b>	
Общие требования	-Нет достаточного представления о взаимодействии процессов -Мониторинг и измерение процессов СМК не осуществляются
Требования к документации	-Отсутствуют документальные свидетельства утверждения документов -Отсутствуют документальные свидетельства ознакомления пользователей с документами -Применяются неучтенные копии документов -Применяются неактуализированные документы -Применяются отмененные документы -Отсутствуют необходимые документы на рабочих местах - Не регламентирована работа с документами в электронном виде - Не ведется или ведется не в полном объеме первичная документация (рабочие журналы, текущие записи и пр.)
<b><u>Ответственность руководства</u></b>	
Обязательства руководства	-Отсутствует документальное подтверждение обязательств руководства -Отсутствует четкая иерархическая структура предприятия
Ориентация на потребителя	Существующий порядок регистрации претензий и пожеланий потребителя не позволяет проследить выполнение коррекции и/или корректирующих действий по ним
Политика в области качества	-Политика в области качества доведена не до всего персонала предприятия -Отсутствует подтверждение актуальности политики в области качества и ее пригодности для целей предприятия
Планирование	-Цели в области качества не согласованы с политикой в области качества -Не все цели в области качества измеримы -Цели в области качества не доведены до соответствующих руководителей предприятия -Не осуществляется планирование деятельности по достижению целей в области качества
Ответственность, полномочия и коммуникация	-Отсутствует документальное закрепление ответственности и полномочий некоторых лиц -Ответственность и полномочия доведены не до всего персонала предприятия -Не соблюдаются сроки информирования персонала по вопросам, касающимся СМК
Анализ со стороны руководства	-Не проведен анализ СМК высшим руководством -При анализе СМК высшим руководством используется неполный состав входных данных
<b><u>Менеджмент ресурсов</u></b>	
Обеспечение ресурсами	СМК обеспечивается ресурсами не в полном объеме
Человеческие ресурсы	-Не проводится оценка результативности мер по подготовке и повышению квалификации персонала -Не обеспечена осведомленность персонала о важности своей деятельности
Инфраструктура	Не соблюдаются установленный порядок технического обслуживания оборудования
Производственная среда	Не соблюдаются установленные требования к производственной среде

1. Выявление несоответствий СМК.
2. Выбор методов для идентификации несоответствий из числа, которые установлены в процедуре. Наиболее важной частью данного этапа считается регистрация несоответствий на месте их возникновения.
3. Выявление причин несоответствий и разработка действий, корректирующего характера, по их устранению,

а также причин, вызвавших их, в том числе и назначение по реализации этих действий ответственных лиц. Как правило, ответственность за проведение этих действий ложится на руководителей подразделений.

4. На заключительном этапе устраняются причины выявленных несоответствий за счет применения корректирующих действий.

Таблица 1 (продолжение)

<b><i>Процессы жизненного цикла продукции</i></b>	
Планирование процессов жизненного цикла продукции	-Применяются неутвержденные документы по планированию процессов жизненного цикла продукции -Технологическая документация не однозначна -Отсутствует документальное подтверждение внесения необходимых изменений в отчетную документацию
Процессы, связанные с потребителями	Нарушается порядок анализа контракта
Проектирование и разработка	-Не проводится анализ адекватности входных данных проектирования -Существующий порядок разработки и освоения новой продукции не обеспечивает координацию различных групп и подразделений
Закупки	-Не проводится оценка способности поставщиков поставлять необходимую предприятию продукцию -Отсутствуют требования по закупкам нематериальных ресурсов
Производство и обслуживание	-Нарушаются требования технологической документации -Существующий порядок валидации процессов, отнесенных к специальным, не предусматривает критериев анализа и утверждения этих процессов, а также утверждения оборудования для выполнения процессов и квалификации персонала, осуществляющего процесс -Продукция не идентифицирована установленным образом -Нарушаются условия хранения -Нарушаются условия эксплуатации технологического оборудования
Управление устройствами для мониторинга и измерений	-Используются неучтенные средства измерений -Используются неуполномоченные и некалиброванные средства измерений -В график поверки калибровки включены не все средства измерений -Не обеспечены идентификация и защита от повреждений и ухудшения состояния средств измерений -Нарушается порядок хранения средств измерений
<b><i>Измерение, анализ и улучшение</i></b>	
Общие положения	Не определены методы мониторинга, измерения, анализа и улучшения процессов СМК, в том числе статистические
Мониторинг и измерение	-Не проводится оценка удовлетворенности потребителей -Не выполняются программы внутреннего аудита -Записи по аудитам ведутся не в полном объеме -Не соблюдаются сроки выполнения корректирующих действий по аудиторским проверкам -Мониторинг и измерение проводятся не для всех процессов
Управление несоответствующей продукцией	Не соблюдается методика проведения контроля
Анализ данных	Анализ готовой продукции осуществляется не по всем ее показателям
Улучшение	-Не во всех случаях анализируются причины несоответствий -Не оценивается результативность корректирующих и предупреждающих действий -Записи о корректирующих действиях ведутся и поддерживаются в рабочем состоянии не в полном объеме

Оценка результатов предпринятых корректирующих действий проводится через определенный промежуток времени после проведения аудита. В случае, если несоответствия не повторяются, то это свидетельствует о правильности выявления причин и подобранные корректирующие действия результативны. Если же аналогичные несоответствия возникают повторно, то есть наблюдается нерезультативность

корректирующих действий, руководитель подразделения должен выявить причины повторного возникновения несоответствия, а затем вновь разработать план корректирующих действий и обеспечить его реализацию.

Решение о соответствии СМК требованиям стандарта и документации СМК организации принимается в зависимости от вида и общего количества несоответствий.

Наиболее часто выявляемые несоответствия связаны с неправильным ведением документации и записей, проведением внутренних аудитов (составлением планов, оформлением отчетов по аудиту), разработкой целей по качеству и назначением ответственных лиц по их реализации [16, с. 26].

Под коррекцией понимается действие, направленное на устранение самого несоответствия (обычно без по-

мощи каких-либо системных действий). Чаще всего коррекции подвергаются несоответствия, связанные с человеческим фактором.

Таким образом, управление несоответствиями в СМК неотъемлемой частью СМК и направлено на обеспечение успешного функционирования СМК, повышение ее результативности и обеспечение удовлетворенности потребителей.

#### Литература:

1. ГОСТР ИСО 9001–2015 «Система Менеджмента Качества: Требования» — Москва, Стандартинформ, 2015. — 25с.
2. ГОСТР ИСО 9000–2015 «Система Менеджмента Качества: Основные положения и словарь» — Москва, Стандартинформ, 2015. — 48с.
3. ГОСТ Р 55568–2013 Оценка соответствия. Порядок сертификации систем менеджмента качества и систем экологического менеджмента. М.: Издво стандартов, 2013. — 52 с.
4. Басовский, Л.Е. Управление качеством: Учебник / Л.Е. Басовский, В.Б. Протасьев. — М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. — 253 с.
5. Беляев, С.Ю. Управление качеством: Учебное пособие для бакалавров / С.Ю. Беляев, Ю.Н. Забродин, В.Д. Шапиро. — М.: Омега-Л, 2013. — 381 с.
6. Васин, С.Г. Управление качеством. всеобщий подход: Учебник для бакалавриата и магистратуры / С.Г. Васин. — Люберцы: Юрайт, 2016. — 404 с.
7. Гембрис, С. Управление качеством / С. Гембрис, Й. Геррманн; Пер. с нем. М.Н. Терехина. — М.: СмартБук, 2013. — 128 с.
8. Герасимов, Б.Н. Управление качеством. Практикум: Учебное пособие / Б.Н. Герасимов, Ю.В. Чуриков. — М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2013. — 208 с.
9. Горбашко, Е.А. Управление качеством: Учебник для бакалавров / Е.А. Горбашко. — Люберцы: Юрайт, 2016. — 450 с.
10. Дунченко, Н.И. Управление качеством в отраслях пищевой промышленности: Учебное пособие / Н.И. Дунченко, М.Д. Магомедов. — М.: Дашков и К, 2016. — 212 с.
11. Желкова Е.А. К вопросу о корректирующих действиях // Методы менеджмента качества. — 2015. — № 7. — С. 14.
12. Магомедов, Ш.Ш. Управление качеством продукции: Учебник / Ш.Ш. Магомедов, Г.Е. Беспалова. — М.: Дашков и К, 2016. — 336 с.
13. Разумов, В.А. Управление качеством: Учебное пособие / В.А. Разумов. — М.: ИНФРА-М, 2014. — 208 с.
14. Руднев, Е.А. Управление качеством образования в школе: ресурсы руководителя: Учебно-методическое пособие / Е.А. Руднев. — М.: ПО России, 2013. — 176 с.
15. Салимова, Т.А. Управление качеством: Учебник по специальности «Менеджмент организации» / Т.А. Салимова. — М.: Омега-Л, 2013. — 376 с.
16. Сильвестрова Н.П. Рекомендации по формированию несоответствий и замечаний в различных системах сертификации, а также по устранению // Стандарты и качество. — 2016. — № 17. — С. 26.
17. Управление качеством / Под ред. С.Д. Ильенковой. — М.: ЮНИТИ, 2016. — 287 с.
18. Управление качеством образовательной деятельности: Научное издание / Под ред. Н.В. Тихомировой. — М.: ЮНИТИ, 2015. — 511 с.
19. Фрейдина, Е.В. Управление качеством: Учебное пособие / Е.В. Фрейдина. — М.: Омега-Л, 2013. — 189 с.
20. Шемякина, Т.Ю. Производственный менеджмент: управление качеством (в строительстве): Учебное пособие / Т.Ю. Шемякина, М.Ю. Селивохин. — М.: Альфа-М, НИЦ ИНФРА-М, 2013. — 272 с.
21. Типичные несоответствия и их основные причины. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.est-cert.ru/info/rukovoditelu/tipi4nuenesootvet>

## Механизм принудительного взыскания налоговой задолженности с предприятий

Сладкова Марина Владимировна, студент магистратуры  
Российский университет кооперации (г. Мытищи, Московская обл.)

Налоги представляют собой основной инструмент в арсенале государственной экономической политики. Они отражают основную политико-правовую природу современного государства.

С точки зрения управления налогообложением налог наиболее часто трактуется как экономическая, финансовая и правовая категория [6, с. 24–25].

Все процессы, связанные с налогообложением в Российской Федерации, регулируются Налоговым Кодексом.

В НК РФ представлено следующее определение налога: «Под налогом понимается обязательный, индивидуально безвозмездный платеж, взимаемый с организаций и физических лиц в форме отчуждения принадлежащих им на праве собственности, хозяйственного ведения или оперативного управления денежных средств, в целях финансового обеспечения деятельности государства и (или) муниципальных образований».

Исчислять и уплачивать налоговые платежи — важнейшая обязанность каждого субъекта предпринимательской деятельности. Своевременное выполнение упомянутой обязанности дает возможность предприятию оптимизировать налоговую нагрузку, а также избежать таких дополнительных финансовых потерь как штрафные санкции.

В большем числе случаев налоговые платежи выплачиваются в установленные законодательством сроки, налоговые органы, в свою очередь должны лишь сопоставлять данные поступления с расчетными обязательствами налогоплательщиков по надлежащим налоговым сборам и за соответствующие периоды. Платежи, не поступившие в назначенные сроки, считаются просроченными. При их зачислении налогоплательщикам должна предъявляться уплата процента за просрочку. После истечения определенного законом срока невнесенные налоги считаются недоимкой. В отношении сумм недоимок, которые также включают в себя проценты, начисленные в течение периода просрочки, налоговый орган должен предпринимать определенные меры и действия по их взысканию. Еще одним источником недоимок могут считаться суммы налогов, доначисленные налоговыми органами по результатам их контрольно-ревизионной работы [4, с. 469].

В ст. 11 НК РФ предусмотрено, что недоимкой является сумма налога или сбора, не уплаченная в установленный налоговым законодательством срок. Недоимка образуется, в том случае, если налогоплательщик не перечислил в бюджет причитающихся налогов или произвел их перечисление частично. Контроль над соблюдением налогоплательщиком налогового законодательства осуществляется налоговым органом путем проведения камеральных и выездных налоговых проверок [ст. 87 НК РФ].

В случае, если налогоплательщик, независимо от того, является он юридическим или физическим лицом, обязанное в соответствии с законами о налогах своевременно эти налоги выплачивать, не выполняет возложенных на него налоговых обязательств и игнорирует требования и уведомления налоговых органов об уплате, подлежащая уплате сумма должна быть взыскана принудительно, не исключая такой меры, как арест имущества.

«Пристав имеет право арестовать имущество должника только в том размере и объеме, которые необходимы и достаточны, чтобы выполнить исполнительный документ, при этом учитывая исполнительский сбор и расходы по совершению исполнительных действий» [п. 2 ст. 69 Федерального закона № 229-ФЗ]. Из этого следует, что невозможно арестовать собственность, стоимость которой больше суммы задолженности. К тому же пристав не имеет права арестовать собственность, которая не подлежит взысканию [ст. 446 ГПК РФ].

Таким образом, на практике нередко складывается ситуация, создающая препятствие судебным приставам арестовывать, например, транспортное средство, с целью побуждения лица к неотложному выполнению конституционной обязанности по уплате налогов и сборов, которая сформировалась в результате несвоевременной уплаты транспортного налога, объектом которого и является транспорт.

На практике налоговые органы нередко сталкиваются с описанной ситуацией. В течение трех месяцев со дня образования недоимки у налогового органа появляется основание для направления налогоплательщику по установленной форме требование об уплате налога, пени, штрафа [п. 1 ст. 45 НК РФ].

Уведомление об аресте имущества налогоплательщика создает для него практически неосуществимой возможность продления выданного ранее или получения нового кредита. Из этого вытекает ситуация, при которой налогоплательщик не сможет занять денежные средства на погашение налоговой задолженности.

С целью повышения эффективности взыскания налоговой задолженности в ходе процедур банкротства необходима концентрация функций обеспечения процедур банкротства как на уровне региональных управлений ФНС России, так и в правовой и досудебной работе ФНС России на уровне центрального аппарата для инициирования исключительно тех процедур, в которых задолженность по налогам будет погашена. Для устранения возможности использования недобросовестными лицами банкротства для уклонения от уплаты налогов, а также повышения эффективности процедур банкротства, необходимо следующее:

1) взыскание налоговой задолженности с реальных бенефициаров или руководителя, не исполнившего обязанность по подаче должником заявления о своем банкротстве;

2) привлечение к субсидиарной ответственности руководителей и учредителей (участников) должника;

3) создание рыночных условий по проведению торгов по реализации имущества должников и ограничение возможности участия в процедуре лиц, аффилированных с должником.

Делая выводы касательно принудительного взыскания налогов, можно указать по пунктам, что:

1) Принудительное взыскание недоимки по налогу производится в случае неуплаты или неполной уплаты налога в установленный срок и регулируется статьями 46, 47, 48 НК РФ.

2) Взыскание недоимки производится за счет денежных средств на счетах налогоплательщика, его электронных денежных средств, или же за счет его имущества.

3) Процедура принудительного взыскания задолженности начинается с направления налогоплательщику налоговым органом требования об уплате определенной суммы налога (пени), сбора или штрафа.

4) Решение о взыскании принимается после истечения срока, установленного в требовании об уплате налога, но не позднее двух месяцев после истечения указанного срока.

5) Налоговые органы вправе взыскать долг в бесспорном порядке.

6) Данное решение может подлежать обжалованию налогоплательщиком в судебном порядке.

#### Литература:

1. Налоговый Кодекс Российской Федерации, Часть 1
2. Гражданско-Правовой Кодекс Российской Федерации, ст. 446
3. Федеральный закон № 229-ФЗ «Об исполнительном производстве», п. 2 ст. 69
4. Аронов А. В., Кашин В. А. Налоговая политика и налоговое администрирование: учеб. пособие. — 2-е изд. / А. В. Аронов, В. А. Кашин. — М.: Магистр: ИНФРА-М, 2019
5. Евстигнеев Е. Н. Налоговый менеджмент и налоговое планирование в России: Монография / Е. Н. Евстигнеев, Н. Г. Викторова. — М.: НИЦ Инфра-М, 2012
6. Майбуров И. А. Теория и история налогообложения: Учеб. пособие. — 2-е изд. / И. А. Майбуров, Н. В. Ушак, М. Е. Косов. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010

## Перспективы создания кластера в курортно-рекреационно-туристическом комплексе

Сохтаев Мамеди Кодырович, кандидат сельскохозяйственных наук, профессор;  
Амет-устаева Диляра Мамметовна, аспирант, преподаватель  
Крымский инженерно-педагогический университет (г. Симферополь)

*В статье дано определение «кластера» и предложен кластер для курортно-рекреационно-туристического комплекса, в рамках которого необходимо подготовить ориентированный на качественный сервис персонал, реализовать комплекс инфраструктурных проектов и сформировать привлекательную для предпринимательства институциональную среду.*

**Ключевые слова:** кластер, курортно-рекреационно-туристический комплекс, схема функционирования регионального кластера, Республика Крым.

В настоящее время в экономических исследованиях регионального туризма достаточно бурно развивается так называемый кластерный подход. Необходимость поддержания и развития туристских кластеров отмечается практически во всех документах стратегического развития туристической сферы, активно разрабатываемых как на национальном, так и на региональном уровне управления. В этой связи проблемы идентификации туристических кластеров, оценки их воздействия на экономику региона, а также управления развитием кластерных об-

разований в сфере туризма приобретают все большую актуальность [4].

Понятие «кластер» введено в экономическую теорию М. Портером, согласно которому «кластер» — это сконцентрированные по географическому признаку группы взаимосвязанных компаний, агентств, организаций, фирм, торговых объединений, ведущих совместную работу на общий положительный экономический результат — получение прибыли. Понятие «кластер» коррелируется с понятием «курортно-рекреационно-туристический ком-

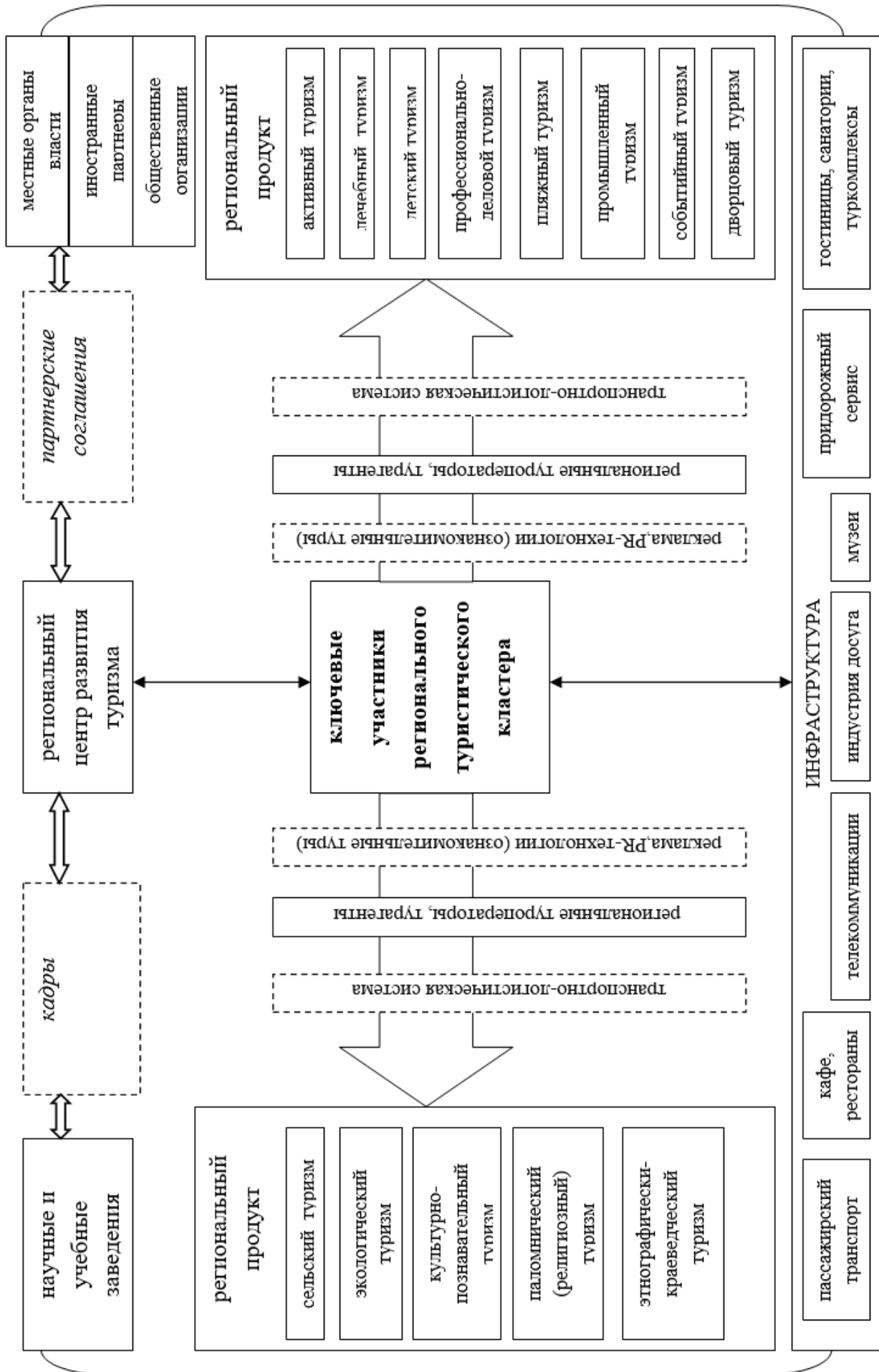


Рис. 1. Схема функционирования кластера в курортно-рекреационно-туристическом комплексе региона

плекс» — как совокупность связанных между собой отраслей и предприятий, объединенных общей целью по круглогодичному использованию курортов, созданию конкурентных курортно-рекреационно-туристических услуг, эффективному использованию природно-климатических, лечебных, социально-культурных и производственно-экономических ресурсов региона [3].

В туристической сфере кластерный подход может обеспечивать повышение экономической эффективности хозяйственной деятельности кластеров на региональном уровне через развитие и совершенствование туристической и рекреационной инфраструктуры для формирования качественных туристических продуктов; создание и развитие туристических продуктов и территорий в регионе с учетом сохранности окружающей среды и возрождение природного потенциала; развитие предпринимательства в туристической сфере, повышение качества и обеспечения конкурентоспособности региональных туристических продуктов и предложений на мировом рынке услуг в сфере туризма. Кроме того, кластерный подход в сфере туризма активизирует предпринимательство через концентрацию деловой активности, поэтому способствует созданию рабочих мест, доходов, улучшению качества туристических услуг, жизни населения на территории его введения. Достигается это благодаря росту конкурентоспособности, возможности интеграции интеллектуальных, природно-рекреационных, трудовых, финансовых материальных ресурсов в обеспечении качества производства и услуг [1].

Основной целью создания рекреационно-туристических кластеров вклад в обновление и укрепление регионального экономического потенциала; повышение конкурентоспособности рекреационно-туристической отрасли государства. Средствами достижения цели должны стать: определение государственных экономических, оптимального распределения государственной поддержки предприятий кластера; формирование организационной структуры, необходимой для закрепления кооперационной системы и выполнения кооперационных проектов.

Приведем схему функционирования кластера в курортно-рекреационно-туристическом комплексе региона на рисунке 1.

Предложенная блок-схема функционирования кластера в курортно-рекреационно-туристическом комплексе региона объединяет усилия региональных органов власти и ключевых участников кластеров для производства определенного регионального туристического продукта и позволяет диверсифицировать его по видам туризма согласно спросом потребителей.

#### Литература:

1. Дишловый, И. М. Особливості функціонування регіонального рекреаційнотуристичного кластеру та його регулювання / І. М. Дишловый // [Электронный ресурс] / Режим доступа: [http://kaifmen.ru/library/compilations\\_vak/eiu/2010/6/p\\_69\\_75.pdf](http://kaifmen.ru/library/compilations_vak/eiu/2010/6/p_69_75.pdf)
2. Закон Республики Крым «О стратегии социально-экономического развития Республики Крым до 2030 года». [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.crimea.gov.ru/textdoc/ru/7/act/352z.pdf>

Создание туристско-рекреационных кластеров включает интеграцию многих, в том числе культурно-исторических, составляющих: объектов историко-культурного наследия и природного комплекса, средств размещения, туристических фирм, предприятий питания и индустрии развлечений (парки, музеи, театры), транспорта, финансовой инфраструктуры, предприятий, производящих лечебно-оздоровительную и сувенирную продукцию и т.п. С 2014 года в рамках ФЦП «Социально-экономическое развитие Республики Крым и г. Севастополя до 2020 года» в регионе создаются туристско-рекреационные кластеры: «Детский отдых и оздоровление» (г. Евпатория), «Лечебно-оздоровительный отдых» (г. Саки), «Черноморский», «Коктебель», а также кластер в районе озера Чокракское [2].

Наиболее важными приоритетными и перспективными проектами являются проекты, направленные на развитие санаторно-курортного и туристического комплекса — модернизация существующих и строительство новых туристических и санаторно-курортных комплексов; развитие яхтенного туризма на базе яхтенного порта (марины), создание туристической инфраструктуры для развития экологического туризма (создание сети автокемпингов), придание институту ГБУЗРК «НИИ детской курортологии и физиотерапии» статуса федерального, проведение природоохранных мероприятий по сохранению природных экосистем оз. Мойнаки и оз. Сасык-Сиваш, создание инфраструктуры для появления и развития туристско-рекреационного кластера вокруг озера Мойнаки в рамках проекта «Золотое кольцо здоровья», восстановление системы мониторинга за состоянием гидродинамической обстановки в Каламитском заливе и оз. Донузлав (с целью предотвращения деградации пляжей).

Таким образом, кластер является одним из привлекательных форм организации рекреационной деятельности, особенно в условиях становления рыночных механизмов хозяйствования, поскольку объединяет на добровольных и взаимовыгодных условиях субъектов экономической деятельности, что позволяет им успешно конкурировать на рынках различных уровней; кластерные технологии способствуют налаживанию взаимопонимания между управленческими структурами и деловыми кругами в процессе решения социально-экономических проблем определенного региона; рекреационная отрасль — привлекательная сфера вложения инвестиций, которые будут давать полную отдачу при условии создания региональных рекреационных кластеров; регион имеет реальные шансы превратиться в один из пионерных регионов введения кластерных технологий в сфере рекреации и туризма.

3. Устойчивый Западный Крым. Крымские золотые пески. Коллективная монография / Тарасенко В. С., Бережная И. В., ..., Юдин В. В., (32 соавтора) Симферополь: Бизнес-Информ, 2014. — 472 с.
4. Шильченко, Т. Н. Перспективы развития туристских кластеров в Российской Федерации / Т. Н. Шильченко // [Электронный ресурс] / Режим доступа: [http://tourlib.net/statti\\_tourism/shilchenko.htm](http://tourlib.net/statti_tourism/shilchenko.htm)

## Оценка эффективности предпринимательской деятельности АО «ЛЕДВАНС» на основе общего анализа показателей деятельности организации

Теслин Сергей Владимирович, кандидат экономических наук;

Кривцова Анна Сергеевна, студент магистратуры

Смоленский государственный университет

*В статье рассматривается распространенная методика оценки эффективности предпринимательской деятельности, содержащая анализ по следующим показателям: доход, прибыль и рентабельность, а также коэффициенты, которые характеризуют финансовую деятельность организации. Продемонстрировано ее практическое применение на основе анализа деятельности АО «ЛЕДВАНС».*

**Ключевые слова:** предпринимательство, оценка эффективности, предпринимательская деятельность, многокритериальная оценка, отрасль, регион.

АО «ЛЕДВАНС» является крупнейшим системообразующим предприятием промышленности Смоленской области, оказывающим значительное влияние на экономику региона [2].

С целью определения текущего состояния организации на основе бухгалтерской отчетности составлен сравнительный аналитический баланс и соотнесен с признаками удовлетворительного бухгалтерского баланса.

Таблица 1. Сравнительный аналитический баланс АО «ЛЕДВАНС» за 2016–2017 гг.

Наименование статей	Абсолютные величины, тыс. руб.		Удельный вес, %		Изменения			
	2016	2017	2016	2017	Абс.	в структуре, %	в% к величине на н.г.	в% к изменению ВБ
Актив								
I. Внеоборотные активы	597 709	555 810	25,74	23,23	-41 899	-2,51	-7,01	-59,34
II. Оборотные активы	1 724 473	1 836 976	74,26	76,77	112 503	2,51	6,52	159,34
ВАЛЮТА БАЛАНСА	2 322 182	2 392 786	100	100	70 604	0	3,04	100
Пассив								
III. Капитал и резервы	1 656 711	1 978 751	71,34	82,70	322 040	11,35	19,44	456,12
IV. Долгосрочные обязательства	72 415	74 782	3,12	3,13	2 367	0,01	3,27	3,35
V. Краткосрочные обязательства	593 056	339 253	25,54	14,18	-253 803	-11,36	-42,80	-359,47
ВАЛЮТА БАЛАНСА	2 322 182	2 392 786	100	100	70 604	0	3,04	100

Составив сравнительный аналитический баланс АО «ЛЕДВАНС» за 2016–2017 гг., можно сделать следующие выводы.

1. На протяжении исследуемого периода валюта баланса увеличивается на 3,04%, что говорит об удовлетворении состояния АО «ЛЕДВАНС» первому признаку удовлетворительного баланса. Более того, по официальным данным инфляция России в 2017 году составила

2,5%, следовательно, темп роста валюты баланса опережает темп роста инфляции.

Существенное влияние на валюту баланса оказали изменения по статье «Запасы» и статье «Финансовые вложения» в активе, по статье «Займы и кредиты» в пассиве. Это произошло вследствие уменьшения закупки товаров для перепродажи, досрочное погашение кредита, предоставление займа свободных денежных средств.



2. Темп прироста оборотных активов значительно опережают темпы прироста внеоборотных активов, что говорит об удовлетворении исследуемой организации второму признаку.

Рост оборотных активов обусловлен предоставлением краткосрочного займа свободных денежных средств в иностранной валюте заемщику «LEDVANCE GmbH», который является держателем 99,23% общего количества голосов исследуемой компании.

Увеличение в составе внеоборотных активов такого элемента, как «Прочие внеоборотные активы», свидетельствует об отвлечении денежных ресурсов организации на выдачу авансовых платежей на приобретение объектов основных средств, что говорит об увеличении производственных мощностей.

В отчетном периоде наблюдается снижение доли запасов в общем объеме оборотных активов на 7,7%, что образовалось вследствие уменьшения статьи «Товары для перепродажи, товары отгруженные» на 40,5%.

Дебиторская задолженность компании демонстрирует незначительное снижение менее, чем на один процент. В то же время доля дебиторской задолженности в активе баланса составляет более 30%, что свидетельствует о широком использовании организацией авансирования своих покупателей и поставщиков. Присутствует просроченная дебиторская задолженность за отгруженные товары покупателям в размере 11386 тыс. руб.

3. Собственный капитал организации превышает заемный, и темпы его роста значительно превышают темпы роста заемного капитала.

Увеличение доли собственных источников в валюте пассива баланса свидетельствует об усилении финансовой устойчивости и независимости организации от заемных и привлеченных средств

4. Темпы роста кредиторской задолженности АО «ЛЕДВАНС» значительно опережают темпы роста дебиторской. Присутствует просроченная кредиторская задолженность перед поставщиками и подрядчиками в размере 6488 тыс. руб.

Тем не менее, дебиторская задолженность в 2017 году составила 35,68% от общего объема активов, а кредиторская — 6,77%, что говорит о том, что средняя однодневная дебиторская задолженность превышает среднюю однодневную кредиторскую задолженность.

5. В бухгалтерском балансе АО «ЛЕДВАНС» за 2016–2017 гг. отсутствует непокрытый убыток. Однако, в соответствии с отчетом о финансовых результатах, чистая прибыль в 2017 году в сравнении с 2016 годом снизилась на 28,4% или на 127444 тыс. руб.

6. Доля собственных средств в обороте составляет 61,4%, что говорит об удовлетворении состояния АО «ЛЕДВАНС» данному признаку и нахождении исследуемой организации в нормальном финансовом состоянии.

Однако можно заключить, что бухгалтерский баланс АО «ЛЕДВАНС» за 2016–2017 гг. является неудовлет-

ворительным, т.к. не соответствует всем признакам удовлетворительного баланса.

Произведем оценку эффективности его деятельности при помощи общего анализа показателей деятельности организации. Данная методика содержит анализ по следующим показателям: доход, прибыль, рентабельность, а также коэффициенты, которые характеризуют финансовую деятельность организации.

Прибыль (чистый доход) предприятия представляет собой разницу между доходом и затратами (расходами) на их получение. Формула выглядит следующим образом

$$ПР = Д - З, \quad (1)$$

где ПР — прибыль предприятия, Д — доходы предприятия, З — затраты предприятия.

Чистая прибыль представляет собой разницу между прибылью и налогом на прибыль, которым облагается предприятие.

$$ЧПР = ПР - НПР, \quad (2)$$

где ЧПР — чистая прибыль предприятия, НПР — налог на прибыль.

Балансовая прибыль — это прибыль, соответствующая бухгалтерским расчетам на определенную дату.

Валовая прибыль — это суммарная прибыль (доход) от операций по реализации продукции (ПР<sub>рп</sub>) (работ, услуг), реализации основных фондов и иного имущества (ПР<sub>оф</sub>) и внереализационных операций (ПР<sub>вро</sub>).

$$ВПР = ПР_{рп} + ПР_{оф} + ПР_{вро}. \quad (3)$$

Прибыль от реализации продукции (работ, услуг) рассчитывается как разница между выручкой и затратами (расходами) на производство (В<sub>рп</sub>) и реализацию продукции (работ, услуг) (З<sub>рп</sub>):

$$ПР_{рп} = В_{рп} - З_{рп} \quad (4)$$

Перечень затрат, включаемых в себестоимость продукции (услуг), включает расходы на использование в процессе производства природных ресурсов, сырья, материалов, топлива, энергии, основных фондов, трудовых ресурсов, а также дополнительные расходы на подготовку и освоение новых видов продукции, работ или услуг.

Прибыль от внереализационных операций представляет собой разницу между доходами от долевого участия в деятельности других предприятий, сдачи имущества в аренду, дивидендов по акциям, а также другими доходами, не связанными с производством продукции и ее реализацией (Д<sub>вро</sub>), и затратами (расходами) по этим операциям (З<sub>вро</sub>):

$$ПР_{вро} = Д_{вро} - З_{вро}, \quad (5)$$

Важнейшим показателем эффективности предприятия является рентабельность, которая представляет собой отношение прибыли к единовременным либо текущим затратам, благодаря которым она была получена. Различают рентабельность производства и рентабельность продукции (работ, услуг).

Рентабельность активов характеризует результативность использования имущества предприятия. Она представляет собой процентное отношение годовой прибыли к авансированному капиталу (АК), который представляет

собой сумму среднегодовой стоимости основных фондов (ОФ) и оборотных средств (ОС) за исключение прочих внеоборотных активов:

$$P_{\text{активов}} = \frac{ПР}{АК} * 100 = \frac{ПР}{(ОФ+ОС)} * 100 \quad (6)$$

С помощью данного показателя можно определить срок, в течение которого авансированный капитал будет возвращен полностью. Так, если  $P_{\text{активов}} = 25\%$ , то это означает, что полный оборот капитала произойдет через 4 года ( $100\%/25\% = 4$ ).

Рентабельность продукции (работ, услуг) ( $P_{\text{прод}}$ ) характеризует результативность текущих затрат предприятия. Она представляет собой процентное отношение прибыли (П) к себестоимости продукции (работ, услуг), т.е. затратам на ее производство и реализацию (З):

$$P_{\text{прод}} = \frac{ПР}{З} * 100. \quad (7)$$

Данный показатель дает возможность определить целесообразность производства отдельных видов продукции, работ или услуг [5, с. 198–200].

Кроме вышеперечисленных показателей эффективность предпринимательской деятельности можно определить, используя финансовые коэффициенты: показатели ликвидности и рентабельности собственного капитала.

Для осуществления анализа активы и пассивы баланса классифицируются по следующим признакам:

- 1) по степени убывания ликвидности (актив);
- 2) по степени срочности оплаты обязательств

Такая группировка статей актива и пассива баланса представлена в таблице 2.

Таблица 2. Схема группировки активов и пассивов баланса по степени ликвидности и срочности

Активы		Пассивы	
A1	Быстрореализуемые активы (денежные средства и краткосрочные финансовые вложения)	П1	Наиболее срочные обязательства (кредиторская задолженность)
A2	Средне реализуемые активы (дебиторская задолженность со сроком погашения менее 12 мес.)	П2	Краткосрочные обязательства (краткосрочные заемные средства и прочие краткосрочные обязательства)
A3	Медленно реализуемые активы (запасы, НДС, дебиторская задолженность со сроком погашения более 12 мес., прочие оборотные активы)	П3	Долгосрочные обязательства (долгосрочные обязательства, доходы будущих периодов, оценочные обязательства)
A4	Труднореализуемые активы (внеоборотные активы)	П4	Постоянные пассивы (капитал и резервы)

Показатели ликвидности дают возможность судить о способности предприятия выполнить свои краткосрочные долговые обязательства, используя текущие ак-

тивы. Способы расчета и нормативные значения представлены в таблице 3.

Таблица 3. Показатели ликвидности

№ п/п	Наименование показателя	Формула для расчета	Нормативное значение
1.	Коэффициент абсолютной ликвидности	$Кал = A1/(P1+P2)$	Рекомендуемое значение: 0,15–0,2. Низкое значение указывает на снижение платежеспособности
2.	Коэффициент критической ликвидности (промежуточного покрытия)	$Ккл = (A1+A2)/(P1+P2)$	Рекомендуемое значение: 0,5–0,8. Низкое значение указывает на необходимость систематической работы с дебиторами, чтобы обеспечить ее преобразование в денежные средства
3.	Коэффициент ликвидности при мобилизации средств	$Клмс = A3/(P1+P2)$	Рекомендуемое значение: 0,5–0,7. Нижняя граница характеризует достаточность мобилизации запасов для покрытия краткосрочных обязательств
4.	Коэффициент текущей ликвидности (покрытия)	$Ктл = (A1+A2+A3)/(P1+P2)$	Рекомендуемое значение: 1–2. Нижняя граница указывает на то, что оборотных средств должно быть достаточно для покрытия краткосрочных обязательств
5.	Коэффициент собственной платежеспособности	$Ксп = (A1+A2+A3) / (P1+P2)$	Показатель индивидуален для каждой организации и степень его роста зависит от специфики производственно-коммерческой деятельности
6.	Общий показатель платежеспособности	$Коп = (A1+0,5A2+0,3A3) / (P1+0,5P2+0,3P3)$	Степень роста данного показателя индивидуальна для каждой организации

Рентабельность собственного капитала:

$$R_{ск} = \frac{ЧП}{СК} * 100 \quad (8)$$

Минимальное значение данного соотношения, при котором предприятие может нормально развиваться, должно быть не ниже 12% в год или 3% в квартал [5, с. 201].

Произведем анализ финансовых результатов деятельности АО «ЛЕДВАНС» за 2016–2017 гг.

Таблица 4. Анализ отчета о финансовых результатах АО «ЛЕДВАНС» за 2016–2017 гг.

Наименование показателя	Значение показателя, тыс. руб.			Темп роста, %	Удельный вес показателя в выручке, %		
	на 31.12.2016	на 31.12.2017	(+,-)		на 31.12.2016	на 31.12.2017	(+,-)
Выручка	4 917 723	3 229 010	-1 688 713	65,66	100	100	-
Валовая прибыль	1 206 297	817 950	-388 347	67,81	24,53	25,33	0,80
Прибыль (уб.) от продаж	669 968	423 934	-246 034	63,28	13,62	13,13	-0,49
Прибыль (уб.) до налогооблож.	564 506	407 464	-157 042	72,18	11,48	12,62	1,14
Чистая прибыль (убыток)	449 484	322 040	-127 444	71,65	9,14	9,97	0,83

По данным таблицы 4 видно, что все основные показатели отчета о финансовых результатах демонстрируют отрицательную динамику. Наибольшее снижение наблюдается по статье «Прибыль (убыток) от продаж».

Рассчитаем показатели АО «ЛЕДВАНС» при помощи методики оценки эффективности предпринимательской деятельности на основе анализа показателей деятельности организации. Результат представлен в таблице.

Таблица 5. Показатели АО «ЛЕДВАНС» по методике оценки эффективности предпринимательской деятельности на основе анализа показателей деятельности организации

№ п/п	Показатель	Значение
1.	Прибыль (чистый доход) предприятия, тыс. руб.	3 229 010
2.	Чистая прибыль, тыс. руб.	322 040
3.	Валовая прибыль, тыс. руб.	817 950
4.	Прибыль от реализации продукции, тыс. руб.	423 934
5.	Прибыль от внереализационных операций, тыс. руб.	-16 380
6.	Рентабельность производства, %	172
7.	Рентабельность продукции, %	25,33
8.	Коэффициент абсолютной ликвидности	3,29
9.	Коэффициент критической ликвидности (промежуточного покрытия)	8,49
10.	Коэффициент ликвидности при мобилизации средств	2,78
11.	Коэффициент текущей ликвидности (покрытия)	11,27
12.	Коэффициент собственной платежеспособности	10,27
13.	Общий показатель платежеспособности	4,58
14.	Рентабельность собственного капитала, %	17,72

По данным таблицы 5 мы видим, что рентабельность производства исследуемой организации составила 172%, т.е. полный оборот капитала в исследуемой организации происходит за шесть месяцев.

Рентабельность продукции составляет более 25%. Данный показатель индивидуален, однако его положительное значение говорит о целесообразности производства продукции АО «ЛЕДВАНС».

Рассчитанные показатели ликвидности АО «ЛЕДВАНС» находятся значительно выше рекомендуемых значений и демонстрируют положительную динамику. Таким образом, можно заключить, что организация способна

своевременно рассчитываться по долговым обязательствам.

Рентабельность собственного капитала исследуемой организации составляет более 17%, что находится выше нормативного значения и говорит о том, что у АО «ЛЕДВАНС» есть все шансы успешно функционировать.

Таким образом, проведенная оценка эффективности предпринимательской деятельности АО «ЛЕДВАНС» на основе анализа показателей деятельности организации позволяет заключить, что предприятие эффективно, негативных тенденций не выявлено. Однако проведенный ранее анализ сравнительного аналитического баланса вы-

явил отрицательную динамику по ряду значимых показателей. Следовательно, применение данной методики содержит риск получения неполных данных по деятельности

объекта исследования. Необходимо дополнить методику анализом показателей в динамике и расширить перечень коэффициентов.

#### Литература:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 N51-ФЗ (ред. от 29.07.2017) (с изм. и доп., вступ. в силу с 06.08.2017) // Собрание законодательства РФ. — 1994. — N32. — Ст. 3301.
2. Распоряжение Губернатора Смоленской области от 08.02.2017 № 145-р «Об утверждении перечня системообразующих организаций, имеющих региональное значение и оказывающих в том числе существенное влияние на занятость населения и социальную стабильность в Смоленской области».
3. Багиев, Г.Л. Организация предпринимательской деятельности / Г.Л. Багиев, А.Н. Асаул. — СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2001. — 231 с.
4. Баканов, М.И. Теория экономического анализа / М.И. Баканов, М.В. Мельник, А.Д. Шеремет. — М.: Финансы и статистика, 2005. — 536 с.
5. Кузьмина, Е.Е. Организация предпринимательской деятельности / Е.Е. Кузьмина. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 417 с.
6. Моисеева, И.И. Принципы и методы оценки эффективности предпринимательской деятельности / И.И. Моисеева // Вестник ТГУ. — 2010. — № 6.
7. Украинцева, И.В. Об эффективности предпринимательской деятельности / И.В. Украинцева, А.И. Авдеева // Научно-методический электронный журнал «Концепт». — 2017. — Т. 23. — С. 91–94.

## Теоретические основы факторов воздействия корпоративного управления на финансовую деятельность компании

Фам Тхи Киеу Чанг, старший преподаватель;  
Нгуен Хоанг Нгуен, старший преподаватель  
Университет «Тан Чао» (г. Ханой, Вьетнам)

Pham Thi Kieu Trang  
Nguyen Hoang Nguyen

### Теоретические основы корпоративного управления (понятие и содержание)

Корпоративное управление — это инструмент, используемый для мониторинга и контроля за результатами деятельности компании, благодаря действиям которой компания демонстрирует эффективность работы с целью удовлетворения интересов акционеров и аффилированных лиц.

Следует отметить, что в каждой стране существует своя модель корпоративного управления, которая адаптирована именно под реалии данной страны, и призвана решать различные экономические проблемы предприятий данной страны. Среди различных моделей развитых стран особенно выделяются модели корпоративного управления Великобритании и США. В модели корпоративного управления Великобритании (2014) имеется 5 основных элементов: менеджмент, эффективность, ответственность, механизмы поощрения и взаимоотношение с акционерами.

В Соединенных Штатах с 2002 года был издан закон Сарбейнса-Оксли, который коренным образом изменил модель корпоративного управления в стране, в результате

чего все американские компании были призваны повышать качество и доверенность публичной отчетности компаний, также этим законом регулировалось определение роли и ответственности аффилированных лиц компании.

### Теория менеджмента

— Теория агентства

Теория агентства предполагает, что все люди работают в своих личных интересах, поэтому менеджеры в компании не всегда действуют в интересах компании (владельца). Таким образом, следователи данной теории корпоративного управления рекомендуют компаниям повысить независимость наблюдательного совета, что позволит более тесно контролировать Совет директоров. Это в свою очередь поможет компаниям свести к минимуму конфликт интересов между агентами и собственниками, что в целом снизит затраты на агентов (Wang and Hуонh, 2013).

— Теория управления

Теория управления является противоположностью теории агентства: менеджеры вместо действия в личных

интересах предпочитают действия во благо компании, реализуя таким способом свой потенциал, что в свою очередь дает выгоду владельцам компании. По этой причине следователи данной теории рекомендуют отдать власть управления одному человеку. Так как генеральный директор, являясь одновременно председателем Совета директоров, будет всеми силами стараться приносить наибольшую выгоду для акционеров.

— Теория заинтересованных сторон (теория стейкхолдеров)

Теория заинтересованных сторон — это расширенная модель теории агентств. Вместо того, чтобы фокусироваться на отношениях между владельцем (акционером) и представителем (менеджером), теория заинтересованных сторон также затрагивает отношения между компанией и различными группами заинтересованных сторон. Теория заинтересованных сторон фокусируется на структуре Совета директоров, в частности на продвижении женщин как членов Совета директоров. Таким образом, гендерное разнообразие в Совете приносит компании определенные преимущества, делая мониторинг Совета директоров более эффективным, более независимым (Ayuso and Argandoña, 2007). Кроме того, участие женщин в Совете директоров обычно способствует творческому подходу, повышению производительности, конкурентным преимуществам, а также повышению эффективности управления и мониторинга, что в итоге повышает эффективность деятельности компании.

### **Теоретические основы эффективности финансовой деятельности компании**

Финансовая эффективность компании — это экономическая категория, отражающая выгоду, достигнутую благодаря деловой активности компании.

— Критерии измерения финансовых показателей

Финансовая эффективность компаний, которая отражается в постоянно в публикуемой отчетности, является очень важным показателем для заинтересованных сторон, таких как акционеры, Совет директоров, кредиторов, поставщики и т.д., для принятия деловых или инвестиционных решений. Финансовая эффективность демонстрирует результаты деятельности компании на основе показателей, отражающих экономические цели, включая также группы показателей, отражающих рентабельность, и группы показателей, отражающих рыночную стоимость (Venkatraman и Ramanujam, 1986).

Литература:

1. Adams R., and Mehran H (2005), «Corporate performance, board structure và its determinants in the banking industry», Working paper, Federal Reserve Bank of New York.
2. Adams Renee B, Heitor Almeida and Daniel Ferreira (2005), «Powerful CEOs and Their Impact on Corporate Performance», Журнал «The Review of Financial Studie»s, Номер 18(4).
3. Aldamen H., Duncan K., Kelly S., McNamara R., and Nagel S (2012), «Audit Committee Characteristics and Firm Performance during the global financial crisis», Журнал «Accounting và Finance», Номер 52(4), 971 — 1000.

В научных исследованиях финансовая эффективность часто достигается с помощью рыночных подходов, доступа к финансовой отчетности и комплексного подхода (Pham Quoc Viet, 2010). Она измеряется различными показателями, которые можно разделить на две основные группы:

- a) показатели, отражающие рентабельность;
- b) показатели, отражающие рыночную стоимость.

### **Воздействие корпоративного управления на эффективность финансовой деятельности компании**

Исследования влияния корпоративного управления на финансовую эффективность часто проводят двумя способами. Первый способ — изучение влияния корпоративного управления на эффективность компании посредством оценочных карт либо показателей корпоративного управления. Второй способ — изучение влияния элементов корпоративного управления на финансовую эффективность.

Первый способ дает разрозненные результаты в связи с зависимостью от времени сбора статистики и зависимостью от правовых институтов и культуры, а также особенностей конкретной страны.

Второй способ рассматривает ряд факторов, представляющих элементы корпоративного управления, влияющих на финансовую эффективность; зачастую основное внимание уделяется элементам, распределённым по группам:

1. Характеристика Совета директоров: независимость, профессиональная квалификация членов, количество женщин, входящих в Совет директоров, общее количество членов Совета директоров, право на неполный рабочий день.
2. Структура собственности: собственность членов Совета директоров, собственность крупных инвесторов, собственность иностранных инвесторов.
3. Характеристики наблюдательного совета: независимость, профессиональная квалификация, количество членов наблюдательного совета.
4. Механизм вознаграждения членов Совета директоров.

Как представлено в данном обзоре исследований, в основном, исследование влияния репрезентативных элементов корпоративного управления на финансовую эффективность компаний дает разнообразные, а порой и противоречивые результаты.

4. Bethel J. E., Liebeskind J. P., and Opler T (1998), «Block share purchase and corporate performance», Журнал «The Journal of Finance», Номер 53(2), 605–634.
5. Bhagat Sanjai and Brian Bolton (2008), «Corporate Governance and Firm Performance», Журнал «The Journal of Finance», Номер 14, 257–273.
6. Brainard W. C., and Tobin J (1968), «Pitfalls in financial model building», Журнал The American Economic Review, Номер 58(2), 99–122.
7. Brickley J., J. Coles and G. Jarrell (1997), «Leadership Structure: Separating the CEO and Chairman of the Board», Журнал «The Journal of Finance», Номер 3, 189–220.
8. Bronson S. N., J. V. Carcello, C. W. Holligsworth and T. L. Neal (2009), «Are fully independent audit committees really necessary», Журнал «The Journal of Finance», Номер 25(5), 609–625.

## Формирование системы контроллинга использования персонала на предприятии

Хачемизов Анзор Русланович, преподаватель-исследователь, начальник отдела  
АО «Краснодарпроектстрой» (г. Краснодар)

*Цель настоящего исследования состоит в определении концептуального содержания системы контроллинга трудовых ресурсов на предприятии. В качестве основного методологического базиса принят системный подход. В результате исследования разработана схема информационного взаимодействия элементов системы контроллинга персоналом на предприятии, рассмотрены функционально-технологический и системно-целевой подходы к формированию системы контроллинга персонала на предприятии.*

**Ключевые слова:** система контроллинга, персонал, контуры управления, информационные процессы

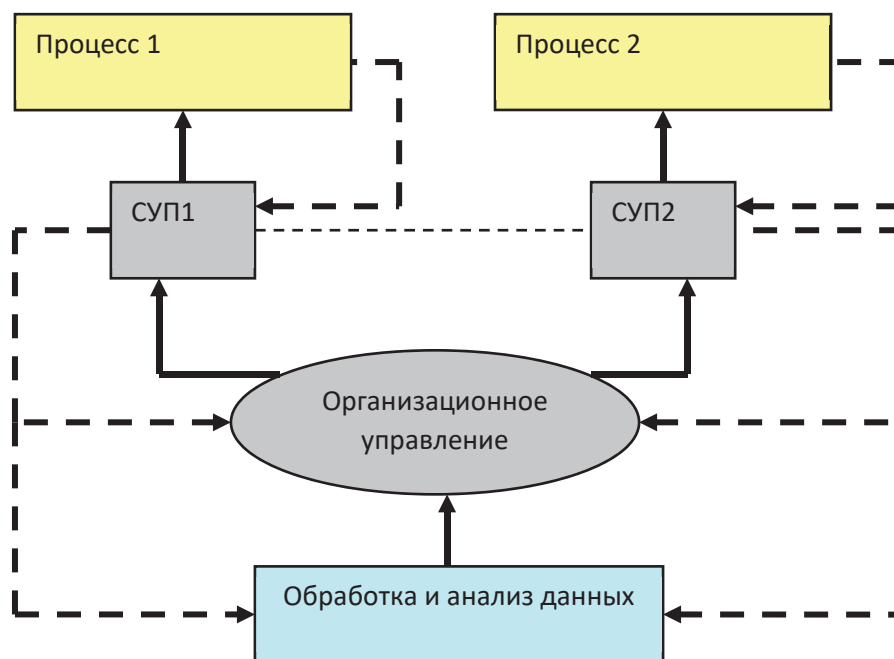
Управление трудовыми ресурсами, как и любой процесс в организации, связано с переработкой значительных объемов информации. Поскольку любая организация является сложной системой, то протекающим в ней процессам свойственны параллельность, пересечение пространства и времени, что обуславливает необходимость создания соответствующей системы контроллинга, ориентированной на разработку и принятие эффективных управляющих воздействий по изменениям внешней среды, организационных требований и условий производственных процессов [1].

В данном случае информационный ресурс является таким же независимым компонентом как трудовой, финансовый, материальный и другой ресурс. В тоже время он играет роль инструмента управления трудовыми ресурсами в частности. При этом он (информационный ресурс) рассматривается как составная часть системы поддержки решений по использованию персонала в рамках одного процесса, перенаправления его на другие процессы или изменение условий его использования. Сформулированные задачи решаются на основе информационных технологий, представляющих собой процессное множество действий по формализации и расширению массива знаний, формирование связей между информацией, персоналом и информационными базами данных. По существу данные действия являются задачами системы контроллинга персонала предприятия [5].

Информационные технологии предоставляют системе контроллинга персонала возможность эффективного решения задач в трудовой сфере. В современных усло-

виях развития информационных технологий обуславливается формирование эффективных мониторинговых систем контроля всех организационных процессов, в которых задействован человеческий ресурс. Такими образом, информация, информационные технологии являются не только самостоятельным независимым ресурсом, но и эффективным инструментом управления персоналом предприятия. Схема управления с учетом взаимодействия элементов системы управления в виде обмена информационными потоками между элементами системы контроллинга представлена на рисунке 1.

Очевидно, что процесс контроллинга персонала управления трудовыми ресурсами осуществляется в двух уровнях организационного управления: процессном и организационном. На организационном уровне решаются задачи стратегического управления использованием человеческих ресурсов. К их числу относятся задачи: прогнозирования, потребности в человеческих ресурсах, найма рабочей силы через внешний рынок труда, перераспределение персонала между процессами, определения режима использования трудовых ресурсов на предприятии, создание системы переподготовки и повышения квалификации и т.д. В рамках организационных процессов система контроллинга занимается перераспределением и использованием трудовых ресурсов в пространстве одного конкретного процесса. При этом решаются задачи начальной подготовки трудовых ресурсов, их перемещения в рамках единичного процесса, повышения эффективности процесса использования рабочей силы, охраны и безопасности труда и т.д. [3]. В данном случае



**Рис. 1. Схема информационного взаимодействия элементов системы контроллинга персоналом:**

**СУП — система управления процессом;**

**————> — Прямые информационные потоки;**

**- - -> — Обратные информационные потоки**

процессы контроллинга и управления неразрывны в связи с их логической взаимосвязью. Если контроллинг рассматривается как информационная составляющая процессов управления, то добавив к нему функцию принятия решений будет иметь место контроллинговое управление персоналом предприятия.

На предприятии МУП «Майкопские тепловые сети» организационный уровень системы информационных взаимодействий представлен следующими подразделениями: производственный отдел, экономический отдел, бухгалтерия, отдел кадров и т.д. Эти подразделения связаны прямыми информационными потоками с подразделениями, реализующими однородные процессы: котельные, служба внешних коммуникаций, аварийная служба, транспортный цех, производственные участки и т.д. Подразделения, в свою очередь объединены обратными информационными потоками с системой организационного управления и непосредственно с информационным отделом. В рамках одного подразделения может реализовываться несколько единичных процессов. Известен набор действий по реализации процесса управления системами (в том числе и трудовыми ресурсами): сбор информации, анализ, выработка управляющих воздействий, трансферт информации и решений до исполнителей, получение и оценка результатов, корректировка управляющих воздействий, выработка корректирующих решений [2]. Эффективность управляющих воздействий в большой степени зависит от качества информации, интегрирующего полноту, доступность, своевременность и достоверность.

На предприятии формируется и функционирует множество контуров управления, в которых информационные процессы (процессы сбора, обработки и передачи информации) отличаются спецификой, связанной с особенностями информационных процессов и типов перерабатываемой информации. В число таких контуров на МУП «Майкопские тепловые сети» входят: контуры производственных процессов, финансовые, информационные, контуры учета ресурсов, контуры транспортного обеспечения. Данные контуры интегрируются в единую информационную систему на основе выбранной методологии и методики анализа обработки и трансфера информации, а также характера данных, поступающих из внешней среды (рынок трудовых ресурсов, характеристики трудовых ресурсов на рынке и т.д.). Вся информация, обращающаяся в информационной системе, должна позволять получить полное представление об использовании человеческих ресурсов в основных и вспомогательных процессах и обеспечивать возможность учета финансов для стимулирования персонала. Специализированные программные продукты являются необходимым элементом информационных процессов, протекающих в системе контроллинга предприятия.

Система контроллинга может быть организована в соответствии с функционально-технологическим или системно-целевым подходами. Функционально-технологический подход позволяет реализовать горизонтальную интеграцию информационных потоков, которые организованы в рамках отдельных функций или технологий [4]. Системно-целевой подход организации информационной

системы предполагает ее формирование в соответствии с иерархической системой управления. Очевидно, что при этом возможна вертикальная интеграция различных контуров в системе управления предприятием.

В целях реализации этих подходов необходима разработка интегрированной бизнес модели предприятия. После разработки бизнес модели разрабатывается техническое задание на проектирование и организацию системы контроллинга. Информационная модель организационной модели предприятия отображает содержание и процессное наполнение системы контроллинга. Так, один из вариантов данной модели представляет организационную систему предприятия в виде открытой интегрированной системы, объективно объединяющей организационно-функциональную, функционально-технологическую и процессно-ролевою подсистему. Система контроллинга пронизывает указанные подсистемы и функционирует как множество отдельных процессных информационных контуров, интегрированных не только в названные подсистемы, но и составляющих цельный организационно-информационный контур.

Информационный контур организационно-функциональной подсистемы обеспечивает описание и мониторинг параметров функционирования организационной структуры в увязке с функциональной характеристикой структурных элементов. В функционально-технологической подсистеме функционируют информационные контуры, действующие в пространстве технологических процессов и множества функций. При этом осуществляется

мониторинг, и информационная поддержка решений не только текущего состояния, но и ресурсов, которые перерабатываются и используются в данном пространстве.

Информационные контуры процессно-ролевой подсистемы действуют в целях мониторинга и анализа деятельности персонала в различных организационных процессах. Реализация технологии моделирования управления использованием трудовых ресурсов, определяет возможность наиболее полно представить процесс управления для поиска оптимальных решений по управлению рабочей силой [6]. Эффективное управление трудовыми ресурсами реализуется в свою очередь через управление изменениями на основе анализа гипотетических ситуаций, связанных с изменениями внешних и внутренних факторов. Динамика данных факторов может привести к необходимости внесения изменений в систему управления с учетом проявившихся новых требований по совершенствованию системы контроллинга персонала предприятия.

Таким образом, организационно-информационная схема управления трудовыми ресурсами на организационном уровне отражает взаимосвязи внутрифирменного рынка труда с внешним рынком и элементами внешней среды. На процессном уровне обеспечивается полнота и законченность управления трудовыми ресурсами предприятия. В связи с этим для таких предприятий как МУП «Майкопские тепловые сети» необходимо полнофункциональная система контроллинга, обеспечивающая процесс управления использованием персонала при учете стратегических информационных целей.

#### Литература:

1. Багдасарян А. Г. Общая структура информационной экспертной системы моделирования и анализа сложных иерархических систем в контуре управления // Управление большими системами. Выпуск 21, РАН, 2009.
2. Одегов, Ю. Г. Аудит и контроллинг персонала / Ю. Г. Одегов, Т. В. Никонова. — Москва: РГГУ, 2016. — 672 с.
3. Кибанов, А. Я. Аудит, контроллинг и оценка расходов на персонал / А. Я. Кибанов. — М.: Проспект, 2016. — 585 с.
4. Фольмут, Х. Й. Инструменты контроллинга от А до Я / Х. Й. Фольмут. — Москва: Наука, 2016. — 288 с.
5. Ковалев, С. В. Система контроллинга персонала промышленной организации / С. В. Ковалев. — М.: КноРус, 2015. — 264 с.
6. Вебер, Юрген Введение в контроллинг / Юрген Вебер, Шеффер Утц. — Москва: ИЛ, 2016. — 416 с.

## Инновации в системе высшего образования

Ходосова Евгения Вадимовна, студент магистратуры  
Санкт-Петербургский государственный экономический университет

Сегодня, для обеспечения качества образования, формируемые у учащихся компетенции, должны включать изменчивость и постоянное обновление знаний

и умений<sup>1</sup>, в соответствии с требованиями экономической системы. Такая взаимосвязь не может быть односторонней: включение инновационных, в том числе, ситуаци-

<sup>1</sup> На пути к 2030 году: доклад ЮНЕСКО по науке / Организация Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры, 2015. 44 с



онных управленческих подходов в образовании не только опирается на запрос со стороны работодателей и рынка труда, но и создает основу для последующего успешного развития национальной и региональной экономики в условиях инновационного роста.

На данный аспект указывает не только доклад ЮНЕСКО «На пути к 2030 году», но и исследования экономистов. Так, К. Фримен совместил инновационные идеи с проблемами занятости и социальными аспектами и показал в ходе проведенных исследований, что ключевым фактором экономического цикла жизни выступают как сами инновации, так и занятость, которая является не только следствием, но и «триггером» («переключателем») экономической активности на основе возникновения новых профессий, новых видов деятельности и новой отраслевой структуры национальной и глобальной экономики [3]. На ранних стадиях спрос на рабочую силу носит ограниченный характер: объемы нового производства еще не велики и требуется лишь особо квалифицированная рабочая сила. По мере увеличения объемов производства акцент переходит на капиталосберегающую технику, спрос на рабочую силу начинает увеличиваться. Этот рост продолжается до насыщения спроса, как на рабочую силу, так и на соответствующие товары. Параллельно растет заработная плата, увеличиваются издержки. Возникает необходимость трудосберегающих инноваций. Происходит отлив рабочей силы, снижение заработной платы, и общего спроса, то есть спад в экономике.

Наконец, говоря о применении подхода ситуационного управления к обеспечению качества образования в контексте инновационной экономики, нельзя обойти вниманием теорию тройной спирали, согласно которой в течение XX века произошло смещение ролей в цепочке «университеты — бизнес — власть», и сегодня ключевую роль в этой цепочке играют именно университеты [2]. Авторы, рассматривая эволюцию инновационных систем, выделяют три этапа тройной спирали. На первом этапе государство полностью координирует бизнес и научную сферу, регулирует взаимоотношения между данными элементами. Второй вариант спирали предполагает, что все университеты, бизнес и власть представляют собой отдельные институциональные образования, между которыми установлены четкие границы, а взаимодействие весьма ограничено. Наконец последний вариант тройной спирали подразумевает формирование инфраструктуры знаний путем частичного объединения всех трех институтов с учетом взаимообмена функциями элементов. Основная цель заключается в создании благоприятной инновационной среды, включающей в себя фирмы, созданные на базе университетов, стратегические альянсы между предприятиями различных отраслей и уровней технологического развития, государственные научно-исследовательские лаборатории. Тройная спираль не обладает свойством стабильности в связи с тем, что взаимосвязь отдельного элемента с двумя другими порождает множе-

ство новых сетей коммуникаций, объединений и организаций в рамках спирали.

А. В. Тычинский отмечает, что инновационная деятельность представляет собой процедуру создания и внедрения новых товаров и услуг, разработку и внедрение новых технологий, которые будут являться основой деятельности фирмы в будущем, а коммерческая реализация вновь созданных изделий (услуг) обеспечит будущие доходы и сформирует конкурентную позицию компаний [4].

Наконец, следует привести следующее определение: «инновационная деятельность высшего учебного заведения представляет собой целостную совокупность процессов регулярного производства и применения продуктовых, процессных и организационных инноваций, обеспечивающих рост эффективности использования всех видов ресурсов учреждения высшего профессионального образования при повышении качества подготовки специалистов и оптимизации их численности в соответствии с текущими и перспективными потребностями общества» [5]. Условием эффективной инновационной деятельности является целенаправленное формирование и регулирование состояния инновационной среды организации.

Первый ученый, который положил начало изучению инновационной среды и дал ей определение, был Мануэль Кастельс, который рассматривал ее «как специфическую совокупность отношений производства и менеджмента, основанную на социальной организации, которая в целом разделяет культуру труда и инструментальные цели, направленные на генерирование нового знания, новых процессов и новые продукты». Любая среда организации подразделяется на внутреннюю и внешнюю, инновационная среда не является исключением. Внешняя инновационная среда включает в себя дальнейшее (макроокружение) и ближнее (микроокружение). Данные среды качаются любых участников инновационных процессов, оказывающие либо косвенное (макроокружение), либо прямое (микроокружение) влияние на условия инновационной деятельности и ее результата. В качестве компонентов макросреды выступают социальная, технологическая, экономическая и политическая сферы, как описано в технологии PEST — анализа. С точки зрения образовательных учреждений компонентами социальной среды будут выступать люди, политической — государство, экономической — тоже государство, из-за особенностей финансирования образовательных учреждений, технологической — совершенствование техники. Существует также внутренняя инновационная среда — это взаимоотношения внутри предприятия, связи, которые образуются из элементов системы организации, которые влияют на ее инновационную деятельность. Понимание внутренней инновационной среды позволяет оценить инновационные возможности организации. Знание внешней среды позволяет оценить инновационный климат. Знание среды в целом — инновационное положение организации.

## Литература:

1. Острякова А. Ф. Инновации как фактор устойчивого развития и экономической безопасности страны // Бизнес в законе. 2015. № 1. С. 242–245.
2. Пахомова И. Ю. Модель «Тройной спирали» как механизм инновационного развития региона // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Экономика. Информатика. 2012. № 7–1 (126).
3. Freeman Ch., Clark J., Soete L. Unemployment and technical innovation. — L., 1982. P. 81–83.
4. Тычинский А. В. Управление инновационной деятельностью компаний: современные подходы, алгоритмы, опыт. — Таганрог: ТРТУ, 2006.
5. Лосев К. В., Смирнов С. Б. Инновационная деятельность и её специфика в высшем учебном заведении // Журнал правовых и экономических исследований. — 2012. — № 3. — С. 135–138.

## ИСТОРИЯ

### Введение агитационной политики советской власти в Туркестанской АССР

Исламова Саодат Улугбековна, студент магистратуры

Национальный университет Узбекистана имени Мирзо Улугбека (г. Ташкент, Узбекистан)

С 30 апреля 1918 года Туркестанский комиссариат по национальным делам с момента своего возникновения стал выступать проводником политики советской власти. Важнейшим импульсом, определявшим недовольство широких масс коренного населения края советской властью, неизменно выступал национальный вопрос. Он воспринимался в разных слоях туркестанского общества неоднозначно. Обозначалась обширная гамма представлений о путях и методах национального самоопределения, уровне и качестве его выражения. Но консолидирующей основой выступало стремление к реальному обеспечению национальных прав, желание народа самому определять свою политическую волю.

Одной из форм привлечения трудовых масс разных национальностей Туркестана в органы власти были на первых порах мусульманские Советы, областные и уездные национальные комиссариаты и отделы при Советах рабочих и солдатских депутатов [10].

Организационно-агитационный отдел содействовал созданию органов советской власти в кишлаках и аулах. В советских и партийных кругах поднимался вопрос о вовлечении большого количества местных работников в строительство Республики, и одновременно приходилось говорить и о другом вопросе, являвшимся не раздельным для осуществления первого — это выявление новых кадров, которые могли быть использованными в работе различных учреждений [9].

Пристальное внимание было уделено подготовке соответствующих идеологических и партийно-советских кадров, работников «культурного фронта». В сентябре 1918 г. для подготовки кадров организаторов и агитаторов направил на учебные курсы при комиссариате Земледелия Сузакбая Косбармакова, Яккубаева, Мухтара Саиджанова и Мухаммед Ваф Галиева [15]. В 1918 г. при комиссариате по национальным делам были созданы курсы для подготовки инструкторов-агитаторов (срок обучения 2 месяца). Согласно положению, разработанного под руководством агитационного отдела Турккомнаца — Ю. Ибрагимова, на курсы допускались лица, рекомендованные областными и уездными партийными организа-

циями, без различия национальности, пола и не моложе 20 лет. Курсы были рассчитаны на 60 человек, с 22 мая 1919 г. обучалось 80 человек (срок обучения 4 месяца) [2].

По данным Л. М. Ланды первый набор начался 20 декабря 1918 г. и закончил свою программу 20 октября 1919 г. за этот период было подготовлено 115 агитаторов [3]. Если представить масштабы Туркеспублики и ее потребности в советских работниках коренных национальностей, можно утверждать, что в конце 1918 г. — начале 1919 г. они фактически почти не готовились. Лишь организация курсов в середине 1919 г. на основе нового положения способствовала некоторому увеличению числа их выпускников [8]. Назначение агитации состояло в том, чтобы разъяснить текущие события в свете политики, в доступной форме доводить до широких масс трудящихся идеи партии. Важнейшей особенностью политической агитации явилась ее массовость. Она охватывала все слои народа [6].

В агитации широко использовались все средства идеологического влияния: печать, радио, кино, устные и наглядные пособия. Задача стояла в том, чтобы партийные организации правильно использовали эти важные средства воздействия, умело применяли в политической работе среди трудящихся [9, С. 20–21]. Огромный размах получила устная агитация: проводились беседы, выступления руководящих партийных и советских работников.

При содействии Узбекского отдела Турккомнаца общества «Кумак» велась большая работа. Учащиеся местных национальностей отправляли за границу через центральный орган для завершения образования. Главное управление кружка находилось в г. Ташкенте [13]. Деятельность кружка содержалась на местные средства вернее за счет средств населения. В кружок отчислялось 5% вакуфных денег края, 3% дохода от всех узбекских театральных и культурных учреждений, 2% общего дохода узбекских коммунальных отделов, 2% от всех устраиваемых со стороны узбекских улак (скачка) и кураш (борьба), 50% чистого дохода кружка назначалось в фонд учащихся отправленных за пределы РСФСР [14].

Особую роль в деятельности Турккомнаца Туркестанской республики в воспитательно-пропагандистской работе среди коренных национальностей играла пресса. Весной 1918 г. Совнарком Туркеспублики национализировал типографии и литографии, принадлежавшие «органам буржуазной печати». Все инакомыслящие издания закрывались. Стремительными темпами создавалась советская периодическая печать. При этом наряду с русскими изданиями особое внимание уделялось выпуску газет и журналов на языках коренных народностей. В первый год своей работы Наркомнац РСФСР издал газеты более чем на 20 языках [5].

С 3 ноября 1918 г. начался выпуск газеты «Жизнь национальностей» — органа Наркомнаца РСФСР. По решению I съезда Компартии Туркестана 20 июня 1918 г. начался выпуск на языках местных национальностей газеты «Иштракиюн» — органа Компартии Туркестана и Турккомнаца Туркестанской АССР. Сначала газета выходила три раза в неделю на узбекском (часть — на казахском) языках. С 1 марта 1919 г. она выходила ежедневно по 3 тыс. экземпляров [7].

О том, какую роль играла эта газета, можно судить по отчету редакционной коллегии от 3 марта 1920 г., где подчеркивалось, что она «является единственным органом печати, обсуждающим нужды многонационального мусульманского населения не только туркестанского края, но и сопредельных с ним стран». Газета «Иштракиюн» в дальнейшем выходила под названием «Кизил байрок», «Туркистон», «Кизил Туркистон», «Совет Туркистон».

За 1917–1918 гг. в Туркестане выпускались «Нажот», «Кенгаш», «Турон», «Турк Эли»<sup>1</sup>, «Улуг Туркистон», «Хуррият», «Эл байроги», «Турк сузи», «Чаён», «Юрт», «Ишчилар дунёси», а также другие газеты и журналы, которые охватывали в себе различные сведения из жизни Туркеспублики [4].

В 1918–1922 гг. местные отделы Народного комиссариата по национальным делам Туркестанской республики в Самарканде, Намангане, Фергане и других городах издавали следующие газеты: «Мехнаткашлар тауши», «Халк газетаси», «Фаргона ахбороти», «Ишчилар калкони», «Эркинлик», «Янги Шарк», «Бюллетень», «Фаргона нидоси», «Эл байроги» и другие.

С 3 ноября 1918 г. начался широкий выпуск газеты «Жизнь национальностей» — орган Наркомнаца

РСФСР. I съезд принял решение об издании нового печатного органа «Иштракиюн» («Коммунист»), который регулярно освещал партийную жизнь. В июле выходит ряд первых номеров советских газет на узбекском языке: 20 июля в Ташкенте «Иштракиюн»<sup>2</sup>, в дальнейшем выходила под названием «Кизил байрок» на узбекском языке, на киргизском — «Ак кол», на туркменском — «Туркмен» [7], 27 июля — «Известия» в Фергане [12].

Особенно широко была развернута агитационная работа в городах и кишлаках. Проводились митинги, собрания и беседы в чайханах, были опубликованы ряд воззваний и обращений к местному трудовому народу и к тем трудящимся, которые оказались «втянуты в басмаческие шайки» [1]. Для вовлечения местного населения были созданы женские артели, так, например, в июне 1922 г. в Ташкенте созданные женские артели — «Манзура», «Юлдуз», «Махамдажха», объединили 80 женщин русской нации и 80 — местных национальностей [16]. Коренное население Туркеспублики привлекались к общественным работам (субботники, строительство железных дорог, каналов) [11].

Необходимо отметить, что среди структур советского народовластия в Туркестане в самых неблагоприятных условиях находились мусульманские Советы. Проявляя в своей деятельности непосредственность и беспринципность Народный комиссариат по национальным делам Туркестанской АССР, все же стремился использовать и сохранить некоторые мусульманские Советы в качестве инструмента вовлечения коренного населения в советское строительство.

Подводя итоги, можно сделать вывод, в советские годы была широко поставлена агитационная работа во всех ее формах и проявлениях. Основная цель данных работ было осуществление национальной политики советской власти. Поступавшая информация с достаточной убедительностью говорит о том, что в агитационной работе на местах было много недочетов: местные комитеты партии недостаточно отчетливо и полно усвоили основные задачи и элементы агитационной работы. В то же время, само содержание пропагандистской работы подчас продолжали выполнять задачами копированные с Центральной России, в результате чего агитационная деятельность теряла систему и последовательность, превращаясь в работу от «случая к случаю».

#### Литература:

1. Азизханов А. Туркбюро полномочный орган ЦК РКП (б). — Ташкент: Узбекистан, 1977. — С. 88.
2. Культурное строительство в ТАСР (1917–1924 гг.) / Сборник документов. — Ташкент, 1973. — С. 368–370; Мокринский Л. Партияга муносиб кишиларни қабул қилмоқдамиз // Партия турмуш. — Тошкент, 1960. — № 12. — 69–70 Б.

<sup>1</sup> «Турон» и «Кенгаш» объединились 4 октября 1917 г. в один орган под названием «Турк Эли».

<sup>2</sup> Газета «Иштракиюн» орган Компартии и Турккомнаца Туркестанской АССР, сначала выходила три раза в неделю на узбекском, часть на казахском языках. С 1 марта 1919 г. она выходила ежедневно по 3 тыс. экземпляров.

3. Ланда Л. М. Создание Народного Комиссариата по национальным делам Туркестанской АССР и его деятельность, 1918–1919 гг. // Из истории Советского Узбекистана. — Ташкент: АН Уз ССР, 1956. — С. 107.
4. Мингноров А. 1917–1918 йил сиёсий жараёнларнинг Туркистон матбуотида ёритилиши // Ўзбекистон тарихи. — Тошкент, 1999. — № 4. — 45 Б.
5. Песикина Е. А. Народный комиссариат по делам национальностей и его деятельность в 1917–1918 гг. — М.: АОН при ЦК ВКП (б), 1950. — С. 67.
6. Песикина Е. И. Агитационная работа партии в массах. — М.: Высшая партийная школа, 1953. — С. 5, 10.
7. Победа Октябрьской революции в Узбекистане // Сборник документов. — Ташкент: АН УзССР, 1963. Т. 2. — С. 291–292.
8. Прилуцкий Е. А. Национально-государственное строительство в Советском Туркестане (1918–1920 гг.): Дисс. ... канд.ист.наук. — Ташкент, 1991. — С. 121–122.
9. Саипова К. Д. История Народного комиссариата по национальным делам ТАССР (1918–1924 гг.). Дисс. на соис. уч. степ. канд. ист. наук. — Ташкент, 2011. — С. 157.
10. Совдепам и партийным организациям Туркестана // Жизнь национальностей. — Москва, 1919. — № 7. — С. 2.
11. Суворов В. А. Железнодорожный транспорт Туркестанского края в годы гражданской войны (1918–1920 гг.). — Ташкент: Ёш Гвардия, 1965. — С. 27.
12. Ташмухаммедов М. Борьба трудящихся за создание и укрепление Туркестанской Советской Республики.: Дисс. ... канд. ист. наук. — Ташкент, 1959. — С. 201.
13. ЦГА РУз., Ф.Р.36, оп.1, д. 143, л.32; д. 173, л.29.
14. ЦГА РУз., Ф.Р.36, оп.1, д. 42, л.156.
15. ЦГА РУз., Ф.Р.36, оп.1, д. 11, л.74.
16. Штуссер А. Ковровая артель // Новый Туркестан. — Ташкент, 1929. — № 26–27. — С. 164; Рашидов Г. История социалистического Ташкента. — Ташкент: Наука, 1965. — С. 136.

## Исторический аспект Владивостокского ГУМа

Корнилов Александр Вячеславович, студент магистратуры  
Дальневосточный федеральный университет (г. Владивосток)

*В статье рассматривается история здания универмага «Кунст и Альберс». Основной целью для написания данной статьи является сохранность исторических мест города Владивостока. Красивые здания грациозностью притягивают к себе внимание, показывая нам замысел архитектора, который вложил много труда в свое творение.*

**Ключевые слова:** Владивосток, ГУМ, здание, аспект, история.



Рис. 1. Торговый дом «Кунст и Альберс»



Рис. 2. Владивостокский ГУМ

В 1864 г. немецкие предприниматели Густав Кунст и Густав Альберс открыли свою мелочную лавку в г. Владивостоке. Вокруг находились лишь 40 изб и армейские казармы. Город развивался, но быстрее росло дело

фирмы «Кунст и Альберс». Сначала было построено двухэтажное здание с небольшими ларьками-витринами. Затем потребовалось увеличить площадь здания, так как торговая фирма развивалась, и маленький магазин уже

был не в состоянии справляться с различными торговыми функциями. В 1882 году Кунст и Альберс начинают строительство нового здания. Для этого из Германии был приглашен архитектор Гуго Георг Юнгхендель.

Новое здание универмага было выполнено в стиле немецкого модерна, а почти все стройматериалы привезены из Гамбурга. На паруснике под названием «Ганс» были доставлены 124 стальные балки общим весом в 55 т, 25 т цветной плитки для пола, 2000 листов кровельного железа, цемент, доски и другие строймате-

риалы. 1 апреля 1884 г. фирма открыла двери своего нового здания. По техническому оснащению здание было на первом месте. Здесь был установлен первый в городе лифт, телефон, паровое отопление и даже собственное электричество.

На коньках флигелей и на башенке в центре здания красовались три монограммы: Густава Кунста, Густава Альберса и Адольфа Даттана. Бухгалтер стал третьим человеком в руководстве фирмы, а впоследствии к нему переходят бразды правления (рис. 3).



Рис. 3. Управляющие и владельцы «Кунст и Альберс». Сидят: Альберс, Кунст и Даттан

В новом здании хватало места для всех отделов, контор, банка, отделения морских перевозок и службы доставки товаров.

Со временем в здании разместились 18 самостоятельных торговых отделов: галантерея, галантерейные товары для мужчин, ювелирные изделия, товары для путешественников и оптика, охотничье оружие, парфюмерия, скобяные изделия, льняное белье, ткани, белые товары, аптекарские товары, колониальные товары, вина, дамский конфекцион, мужской конфекцион, мебель, стекло и фарфор, а также меха и кожаные изделия.

«В кризисные годы универмаг постоянно оказывался становым хребтом многосторонней деятельности фирмы. Ежедневная торговля за наличные давала фирме средства выстоять при любом экономическом и политическом

кризисе. Из подобных коллизий она выходила без малейшего ущерба для себя, даже наоборот — окрепнув, поскольку постоянно могла сбывать свои товары и без проволочек пополнять склады товарами обанкротившихся конкурентов», — писал о новой эпохе в истории фирмы будущий младший совладелец Альфред Альберс [2].

С приходом советской власти здание торгового дома «Кунст и Альберс» было национализировано. В 1931 году здание преобразовано в главный универсальный магазин — ГУМ. До настоящего времени Владивостокский ГУМ не знал ни одной реставрации. Ремонт производился только косметический и не лучшим образом. В наши дни была проделана большая работа по реставрации здания. В ГУМе полностью реставрировали исторический декор, сохранившийся до настоящего времени: лестницы, радиаторы отопления (рис. 4).



Рис. 4. Реставрационные работы лестниц, радиаторов отопления в здании Владивостокского ГУМа

Реставрация Владивостокского ГУМа проводилась под контролем опытных реставраторов и экспертов из Москвы и Владивостока. В ходе реставрационных работ проводились различные экспертизы, которые выявили — реставраторы действительно сделали свою работу на должном высоком уровне. Пришлось заново создавать кованую лестницу по чертежам и фотографиям. Старинные чугунные батареи с рельефами также отреставрированы и функциони-

руют. Обновленный облик Владивостокского ГУМа может выполнять не только свою основную торговую функцию, но и стать своеобразным культурным центром, площадкой для различных выставок, модных показов и других мероприятий. На сегодняшний день Владивостокский ГУМ является уникальной жемчужиной не только краевой столицы, но и столицы Дальнего Востока, так как в 2018 году город Владивосток получил этот статус (рис. 5, 6).



Рис. 5. Обновленный фасад здания ГУМа

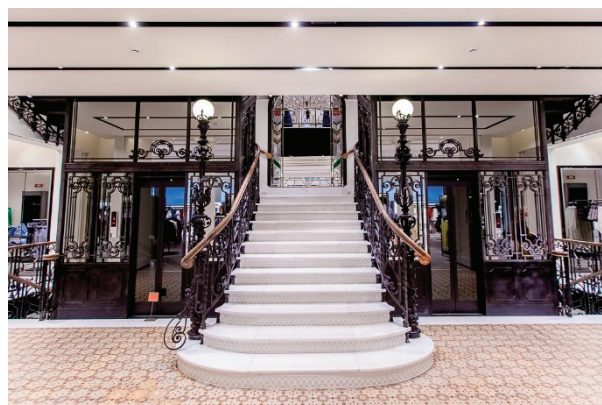


Рис. 6. Обновленная лестница торгового зала

Литература:

1. Матвеев, Н.П. Краткий исторический очерк г. Владивостока. — Владивосток: Тихоокеанское издательство «Рубеж», 2-е изд. 2012. — 512 с.
2. Деег, Л. Кунст и Альберс Владивосток. История немецкого торгового дома на Российском Дальнем Востоке 1864–1924 г.г. Владивосток: ПКДО общества любителей книги РФ, изд-во Примполиграфкомбинат, 2002. — 336 с.

## Кашмир в русско-британском противостоянии XIX столетия

Сергеева Елена Вячеславовна, кандидат исторических наук, преподаватель  
Дагестанский государственный университет народного хозяйства (г. Махачкала)

Во второй половине XIX века, когда царская Россия выступила в качестве соперника Великобритании по колониальным захватам в Центральной Азии, значение Кашмира для Англии сильно возросло.

Стремясь распространить границы своих владений за пределы северной и северо-западной Индии, английское правительство посчитало целесообразным противодействовать усиливающейся мощи и распространению политического влияния своего восточного соперника в лице России. Великобритании в значительной степени удалось лишить ее доступа к Средиземному морю, и, соответственно, к своим владениям в Азии.

Антагонизм между двумя названными державами особенно обострился во второй половине XIX века, когда царская Россия опередила своего соперника, аннексировав три центрально азиатских ханства — Коканд, Бухару и Хиву.

После присоединения к России Центральной Азии отряды казаков начали спускаться по склонам Гиндукуша к северным границам княжества Кашмир. Русский офицер Янов провел свои отряды через перевал Корабант в княжество Читрал, которое в тот момент находилось в вассальной зависимости от княжества Кашмир.

Северная и северо-западная границы Кашмира (Гилгит, Хунза, Нагар, Читрал), не находившиеся под прямым контролем Англии, привлекали внимание русских военных специалистов. Они ставили перед собой цель поднять на этих границах и перевалах через Гиндукуш царский флаг, чтобы обозначить господство России в данном квадрате [1].

Английское правительство опасалось продвижения России к восточным склонам Гиндукуша и северным границам княжества Кашмир, так как это ставило под угрозу английские интересы в Индии.

Княжество Кашмир, расположенное на крайнем севере Индии, соприкасалось с находившимся под властью царской России территориями Памира, поэтому занимало важное место на английской стратегической карте.

Для того чтобы сдержать растущее влияние России и защитить свои северные границы, первым, что сделало английское правительство, послало в Кашмир своего политического представителя (резидента). Хотя фактический контроль над Гилгитом остался в руках кашмирского махараджи. Его войска, численностью в бтысяч человек несли гарнизонную службу на границах Гилгита. Но эта многочисленная армия не могла противостоять совместному нападению вождей Хунзы и Нагата, не говоря уже о том, чтобы дать им отпор. Полный разгром этой армии на важных в стратегическом отношении северных гра-

ницах обеспокоил английское правительство, так как оно полагалось на нее как на свою личную охрану, способную сражаться с царской армией.

Поэтому, вторым, что сделала Англия, приняла необходимые и срочные меры с целью модернизации армии княжества. План предусматривал сокращение численности огромных масс «вооруженных банд» (как называло армию махараджи английское правительство) и замену их небольшими компактными соединениями хорошо обученных, дисциплинированных и регулярно оплачиваемых войск. Эти соединения, названные войсками имперской службы, проходили обучение под руководством английских офицеров и состояли из трех полков и одной батареи, общей численностью в 2тысячи человек, в основном гурков и догров. Военным министром Кашмира был назначен полковник Невиль Чемберлен, который совместно с резидентом следил за осуществлением английских планов.

Третий и наиболее серьезный шаг состоял в том, чтобы фактически установить над Гилгитом английский контроль, при этом формально оставив его под управлением махараджи. Эта мера диктовалась необходимостью привести непокорные племена и их вождей в полное подчинение Англии. Неспособность и полное неумение махараджи распространить английское влияние на отдаленные районы Гиндукуша вынудили Великобританию самой взяться за охрану «своих» границ. В марте 1889года в Гилгите было окончательно создано политическое представительство. Гарнизонную службу в Гилгите несла армия имперской службы. Началось строительство «стратегической дороги» между Сринагаром и Гилгитом, имевшим телеграфную связь со штабом английского военного командования.

Все вышеперечисленные мероприятия требовали усиления контроля над управлением княжества. Появилась мысль о его полной аннексии, которая тотчас же была отвергнута правительством Индии.

В ответ английский резидент начал подделывать письма, приписывая их махарадже Пратап Сингу. Письма должны были свидетельствовать, что он предатель и находится в переписке с царской Россией, а также замышляет убийство своих братьев и английского резидента. Пратап Сингу вручили проект «ирсада» и заставили его поставить под ним подпись («ирсад» содержал отречение махараджи от власти). Был сформирован совет министров, который полностью подчинялся английскому правительству, а фактической главой княжества стал английский резидент. После данного шага Великобритания начала направлять деятельность кашмирской администрации и использовать ресурсы и финансы Кашмира в целях удовлет-



ворения своих военных нужд в пограничных районах, что полностью противоречило интересам кашмирского народа. Таковы были меры, которые предприняло английское правительство для превращения Гилгита в свой военный форпост.

Затем наступила очередь княжеств Хунза и Нагар, граничивших с территориями, захваченными царской Россией в Центральной Азии. Английское правительство поставило задачу как можно скорее подчинить данные княжества своему контролю, так как было известно, что оба князя симпатизировали царской России и что незадолго до этого их посетили русские офицеры, обещавшие им помощь в борьбе против английского правительства в Гилгите.

Князьям Хунзы и Нагара был послан ультиматум, в котором содержались требования, предоставить индийскому правительству право свободного доступа на территорию княжеств, для того чтобы оно имело возможность принять все необходимые меры для укрепления границ. Князьям надлежало предупредить, что от Гилгита до Хунзы и Нагара будет построена военная дорога, а в случае необходимости, она будет продолжена далее. Если князья не согласятся на эти условия, то английский представитель в Гилгите будет уполномочен приступить к строительству дороги, не считаясь с их мнением, послав в эти два пограничных района войска. Ответ главы княжества Хунза был неблагоприятным. В ответ английское правительство в Гилгите начало готовиться к наступлению на эти княжества. Были мобилизованы обученные армии под командованием английских офицеров. Из Сринагара доставлялось оружие, боеприпасы, снаряжение, продовольствие.

Литература:

1. Горянин А. Соперничество и искусство компромисса / А. Горянин // Русский мир. — URL: <http://russkiimir.ru> > Публикации > Большая игра Англии и России (дата обращения 10.04.2019)
2. Кумар, В. Англо-американский заговор против Кашмира / В. Кумар. — М.: Изд-во иностранной литературы. — 1954. — 251с.

## Псковщина и ее роль в Великой Отечественной войне

Федорова Влада Алексеевна, студент

Санкт-Петербургский гуманитарный университет профсоюзов

Вот уже 74 года не гаснет огонь памяти в сердцах русского народа о событиях Великой Отечественной войны против немецко-фашистских захватчиков, которая явилась для псковичей, как и для всего нашего народа, труднейшим испытанием, потребовавшим крайнего напряжения всех духовных и нравственных сил. Народ поднялся на священную войну. В первый же день войны на псковской земле, как и по всей стране, прошли многочисленные митинги, где советские люди выражали гнев

Тысячи крестьян Кашмира, Балти и Дарда, не заинтересованных в предстоявшем вторжении в эти два княжества, были против их воли и за самую нищенскую плату мобилизованы в армию в качестве кули.

Английская армия включала в себя: регулярные части численностью в тысячу человек, нерегулярные несколько тысяч, и двух тысяч кули [2, с. 38].

Сражение продолжалось несколько дней. В итоге князья были вынуждены уступить превосходящей силе противника. В этой войне английские войска в своем стремлении разгромить племена не останавливались ни перед чем. Пленных сбрасывали в пропасти, сотни людей расстреливали за попытку спастись бегством, панически разбежавшиеся племена обстреливались из орудий.

В результате княжества Хунза и Нагар были захвачены. Также был занят Мисгар, он был самым удаленным пунктом в районе распространения английского влияния на севере. После захвата Мисгар стал рассматриваться английским правительством в качестве одного из входов на полуостров Индостан.

В 1895 году была организована Читральская военная экспедиция (располагался на северо-западе страны), итогом которой стал также захват данного княжества и размещение английских войск, хотя кашмирский дурбар номинально продолжал олицетворять «верховную власть» над Читралом.

Таким образом, захватив северные стратегические границы и поставив на них свои войска для охраны перевалов через Гиндукуш, английское правительство сумело расстроить планы России относительно проникновения в северные районы Кашмира.

и возмущение вероломным нападением гитлеровской Германии на нашу страну, заявляли о своей готовности биться насмерть с коварным врагом.

Дел трудных, непривычных, неотложных было великое множество. Срочно и слаженно провели мобилизацию в ряды армии и флота. Всего из Псковского края за годы войны было мобилизовано 200 тысяч человек. Быстро сформировали истребительные батальоны для борьбы с парашютистами и шпионами врага, привели в боевую

готовность средства и силы местной ПВО, создали линию наземных укреплений, заложили лесные базы для партизанских отрядов, эвакуировали часть населения, ценное имущество, скот, хлеб. Все это было сделано в первые же дни войны.

Псков занимал важное место в планах немецкого командования по захвату Ленинграда. «Ключ к дверям Ленинграда», «ворота в Прибалтику» — так именовали его гитлеровцы, имея в виду важное стратегическое значение города. Каждый город и населенный пункт Псковской области оказывал фашистам серьезное сопротивление, они несли большие потери в живой силе и технике. Обескровленные в ходе тяжелых боев на подступах к Ленинграду уже через месяц гитлеровцы вынуждены были перейти к обороне. Немецкий блицкриг превратился в затяжную позиционную войну на истощение, чего так сильно опасались немецкие генералы. [1]

Псковичи проявили мужество и героизм на полях сражений. И Родина оценила их подвиг: 159 уроженцев Псковской области удостоены высокого звания Героя Советского Союза, десятки тысяч награждены орденами и медалями. Первый в годы войны Указ Президиума Верховного Совета СССР о присвоении звания Героя Советского Союза был подписан 8 июля 1941 года. Это высокое звание было присвоено трем летчикам — П. Т. Харитонову, С. И. Здоровцеву и М. П. Жукову. Они первыми в псковском небе осуществили воздушный таран, при этом сумели сохранить свои машины и вернуться на аэродром. 30 апреля 1945 года первым на крыше гитлеровского рейхстага водружал Красное знамя пскович, сержант М. П. Минин. [3]

Боевые дела народных мстителей Псковщины заслужили всенародную славу. На Псковской земле с первых дней оккупации действовали партизанские объединения. Тринадцать Ленинградских партизанских бригад, объединявших 35 тысяч народных мстителей, и шестнадцать Калининских, насчитывавших 22 тысячи бойцов, — это та сила, которая помогла Советской Армии разгромить германских оккупантов на нашей земле. Это та огромная сила, которая не давала фашистам ни на минуту почувствовать себя хозяевами положения на оккупированной территории. Все годы оккупации народные мстители вели жестокую борьбу с немецко-фашистскими захватчиками. Партизаны уничтожили более 150 тыс. гитлеровцев. Вывели из строя более 1600 паровозов и около 25 тыс. вагонов, взорвали и сожгли 2687 мостов, подорвали более 190 тыс. рельсов, в воздухе и на земле уничтожили 121 самолет. Много было разбито и захвачено германских автомашин, бронетранспортеров, танков, пушек, минометов и другого оружия. Партизаны вели ожесточенную войну за спасение советских граждан от истребления и угона в Германию. Сотни тысяч мужчин, женщин, детей были избавлены от ожидавшей их участи рабов, сотни сел и деревень спасены от сожжения. Родина высоко оценила боевые заслуги ленинградских и калининских партизан: 20 стали героями Советского Союза. Около 8 тысяч награждены орденами и медалями.

В лесах Псковщины родилось совершенно уникальное для войны явление — Партизанский край, маленькая советская республика в тылу врага. Партизаны отбили у фашистов 400 деревень — территорию в 10 000 квадратных километров. Население деревень увидело надежду на защиту в лице партизан. Жители всячески помогали отрядам продовольствием, одеждой, локаций немецких войск. Здесь продолжали работать школы, мастерские, колхозы. В марте 1942 года край собрал урожай и отправил через линию фронта в блокадный Ленинград целый обоз продовольствия. [4]

Также важно отметить, что именно на территории Псковской области в 1943 году героически оборвалась жизнь командира 3-й Ленинградской партизанской бригады А. В. Германа. Он и его бригада были окружены и обстреляны немцами у деревни Житница (Новоржевский р-н), которая была занята врагом. Комбриг сумел вывести своих бойцов из окружения и освободить деревню, но сам был смертельно ранен в бою в ночь с 5 на 6 сентября 1943 года. [2, с. 169]

В ноябре 1941 года впервые в истории войны был образован Псковский межрайонный подпольный центр, который действовал в течение года. Этот опыт был перенят, и на оккупированной советской территории было создано уже 11 межрайонных подпольных центров, которые создавали подпольные организации и группы, организовывали диверсии и проводили разведку.

Три года длилась оккупация Псковского края. В середине августа 1944 года территория Псковской области была полностью очищена от оккупантов. За это время фашисты нанесли области огромный ущерб: были уничтожены предприятия, лежали в руинах города и села, вместо школ, библиотек, больниц остались груды развалин, колхозные и совхозные поля были обезображены окопами, воронками, траншеями. Перед трудящимися Псковщины встала новая задача — в короткий срок ликвидировать последствия хозяйничанья гитлеровцев, полностью восстановить разрушенное хозяйство области. Приложив немало сил, псковичи сумели к концу первой послевоенной пятилетки ликвидировать последствия фашистской оккупации.

Указом Президиума Верховного Совета СССР за активное участие и мужество, проявленные псковичами в партизанском движении против немецко-фашистских захватчиков, и успехи, достигнутые в восстановлении и развитии народного хозяйства, Псковская область в 1967 году была награждена орденом Ленина. Почетного звания Российской Федерации «Город воинской славы» за мужество, стойкость и массовый героизм, проявленные защитниками в борьбе за свободу и независимость Отечества удостоены два города Псковской области: Псков (указом Президента № 1387 от 5 декабря 2009 года) и Великие Луки (указом Президента № 1532 от 28 октября 2008 года).

74 года назад в жестоких боях наш народ выстоял и победил. 1418 дней и ночей страна шла к этой Победе. Велились тяжелые бои не ради славы, а ради жизни будущих

поколений. А мы, те, кто живет под мирным небом над головой, должны помнить и свято чтить подвиг отцов и дедов. Мы должны низко поклониться людям, которые отстаивали свободу и независимость нашей Родины. Из

всего вышеописанного можно сделать вывод о том, что псковичи, несомненно, помогали ковать победу над немецко-фашистскими захватчиками с помощью тяжелого труда и жертвенного героизма.

Литература:

1. Бомбили наши города... Горячее лето 41-го года // Псковская правда. URL: <http://pravdapskov.ru/gubric/29/10811> (дата обращения: 10.03.2019).
2. Никитенко Н. В. Организаторы народной борьбы в тылу врага: (о биографиях и судьбах командиров ленинградских партизанских бригад) Псков. — 2010. — № 33. — С. 164–176.
3. Псков в годы великой отечественной войны // Централизованная библиотечная система» города Пскова. URL: <http://bibliopskov.ru/pskov-vov.htm> (дата обращения: 10.03.2019).
4. Специальный проект Первого канала к 70-летию Победы: город воинской славы Псков // Первый канал. URL: [https://www.1tv.ru/news/2015-02-02/26343-spetsialnyy\\_proekt\\_pervogo\\_kanala\\_k\\_70\\_letiyu\\_pobedy\\_gorod\\_voinskoy\\_slavy\\_pskov](https://www.1tv.ru/news/2015-02-02/26343-spetsialnyy_proekt_pervogo_kanala_k_70_letiyu_pobedy_gorod_voinskoy_slavy_pskov) (дата обращения: 02.04.2019).

## ПОЛИТОЛОГИЯ

### Исторические предпосылки возникновения молодежного экстремизма в России

Калашникова Екатерина Александровна, студент магистратуры

Дальневосточный институт Всероссийского государственного университета юстиции (РПА Минюста России) (г. Хабаровск)

Возникновение молодежного экстремизма в России — это закономерный процесс, который обусловлен в большей степени преобразованиями, произошедшими в политической, социальной, экономической жизни общества и государства. Стоит учитывать тот факт, что это не просто тенденция, которая характерна для Российского государства, но и для всего мирового сообщества в целом.

На сегодняшний день принято выделять несколько основных этапов в истории становления молодежного экстремизма [1, с. 32].

Так, первым этапом считается дореволюционный. Данный период датирован 4 апреля 1866 года. Именно в этот день произошел выстрел в Александра II. Часть исследователей придерживаются позиции о том, что начало молодежного экстремизма — это попытка государственного переворота 25 декабря 1825 года. В данных исторических событиях принимало участие и значительное количество молодежи.

Большая часть исследователей придерживается позиции о том, что экстремизм среди молодежи на данном историческом этапе был неким средством запугивания, а также свержения царской власти. И терроризм стал наиболее распространенной формой экстремизма. Поскольку молодежный экстремизм был относительно новым явлением для Российского государства, то и отсутствовали меры, с помощью которых можно было ему противостоять.

Следующим этапом в молодежном экстремизме принято выделять советский период, который охватывает 1917–1991 года. Данный период характеризуется тем, что экстремизм молодежи был выражен слабо. Все это привело к тому, что в уголовном законодательстве не была предусмотрена уголовная ответственность за преступления экстремистской направленности. Интересным представляется тот факт, что субъектом таких экстремистских противоправных деяний была рабоче-крестьянская молодежь. И уже к 20-м годам XX века стали весьма распространенными среди молодежи такие противоправные деяния, как преступления против порядка управления, контрреволюционные преступления [2, с. 21].

Следующим, не менее важным этапом, был переходный, который датируется 1991–2000 годами. Именно в этот период, по мнению большей части исследователей, молодежный экстремизм достиг своего пика развития. И здесь можно обозначить ряд особенностей, которые характерны для молодежного экстремизма данного исторического периода:

- повсеместное массовое распространение экстремизма в молодежной среде в Российской Федерации;
- субъектами преступлений экстремистской направленности становится молодежь, которая не работает и не занимается общественно полезными занятиями;
- стали возникать различные формы проявления экстремизма [3, с. 11].

Начиная с 2000 года, начался современный этап в истории молодежного экстремизма. Данный этап длится и сегодня. И здесь можно обозначить ряд основных характеристик:

- формальное закрепление понятие экстремистской деятельности (экстремизма);
- закрепление на законодательном уровне ответственности за совершение преступлений экстремистской направленности;
- разработка мероприятий, направленных на осуществление противодействия экстремизму в молодежной среде;
- появление разнообразных форм экстремизма в молодежной среде;
- экстремизм в молодежной среде приобрел глобальный характер [4, с. 43].

На сегодняшний день экстремизм воспринимается в качестве своеобразной приверженности к крайним взглядам, а в первую очередь к мерам. Так, к таким мерам необходимо отнести: провокация беспорядков, различные террористические акции и т.д. Стоит учитывать и тот факт, что негативно на рост экстремизма в молодежной среде оказывают влияние и различные социальные, экономические кризисы, падение уровня жизни населения и т.д.

Все это приводит к тому, что ежегодно отмечается увеличение количества молодежных субкультур, которые как раз и носят некую экстремистскую направленность. По

мнению Бааль Н.Б., проявление экстремизма в молодежной среде связано с наличием конфликтов конкурирующих поколений, представляющих спектр политических ориентаций лево- и правоэкстремистского толка, выступающих с интенсивными требованиями социальных изменений [5, с. 26].

Согласно позиции Левикова С.И., в любой молодежной среде присутствует своеобразная оппозиция по отношению к обществу, поскольку молодое поколение не может получить от общества того, что желает [6, с. 16]. Все это как раз и способствует интенсивному развитию экстремизма в молодежной среде

Начиная с 1990-х годов, в России начались процессы трансформации, направленные на демократизацию общества. Но это способствовало тому, что в некоторых сферах жизни общества возник хаос и даже своеобразная анархия. Государство со своей стороны ослабило некий идеологический контроль. Все это привело к тому, что групповые проблемы стали разрешаться далеко нелегальными способами. И на сегодняшний день отмечается ситуация, при которой в недостаточном объеме реализованы направления социальной политики, что как раз и приводит к увеличению преступлений экстремистской направленности в молодежной среде.

Кроме этого, начиная с 1990-х годов, среди молодежи отмечается всплеск стихийных протестов, а также частично и политический экстремизм. Молодежь, вовлеченная в такую экстремистскую деятельность, пошла по пути нарастания оппозиционных настроений [7, с. 320].

Интересным представляется и тот факт, что значительное количество организаций, партий, групп стали осуществлять мероприятия, направленные на политическую вербовку молодежи. Все это способствовало тому, что часть молодежи просто оказалась в некоем состоянии дезадаптации к современным условиям, а также с выраженным асоциальным поведением.

Направленность протеста со стороны молодежи обусловлена и наличием кризисного состояния в обществе, а также наличием имущественного расслоения, отсут-

ствием должных условий для успешной социализации молодежи [8, с. 44].

В период 1990–2000 годов молодежный экстремизм сформировал определенную многоаспектную систему, которая включает в себя комплекс организационных структур, общественные и военно-политические организации, историко-культурные общества, политические партии и объединения, а также экстремистские формирования.

Стоит обратить внимание на то, что молодежный экстремизм в России представляет собой своеобразную трехуровневую структуру, которая включает в себя:

1. Первый уровень — подразумевает наличие формального или неформального членства в организациях, которые носят экстремистскую направленность (например, движение скинхедов).

2. Второй уровень — представлен экстремистской политической культурой.

3. Третий уровень — поведенческий, как раз и проявляются определенные действия, поступки, которые носят экстремистский характер [8, с. 284].

На сегодняшний день в России отмечается тенденция роста неформальных организаций молодежи. И наиболее привлекательными для молодежи становятся именно крайне правые или крайне левые экстремистские организации, поскольку в них присутствует возможность активных действий.

И если ранее экстремизм среди молодежи носил именно стихийный характер, который проявлялся в виде протеста, ненависти и т.д., то сегодня в силу огромного влияния преступных сообществ, финансовых махинаций, повышением уровня безработицы молодежные группировки приобрели значительный опыт в данной области, а соответственно сам экстремизм приобрел четко определенные границы.

Таким образом, роль и значение экстремизма среди молодежи на протяжении длительного времени не оценивалась должным образом, что привело к ряду негативных последствий, трагическим событиям.

#### Литература:

1. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 № 63-ФЗ (ред. от 17.04.2017) // СЗ РФ. — 1996. — № 25. — Ст. 2954; официальный интернет-портал — <http://www.pravo.gov.ru>.
2. О противодействии экстремистской деятельности: Федеральный закон от 25.07.2002 № 114-ФЗ (ред. от 23.11.2015) // СЗ РФ. — 2002. — № 30. — Ст. 3031.
3. Бааль Н.Б. Молодежные экстремистские организации в постсоветской России / Н.Б. Бааль // История государства и права. — 2017. — № 11. — С. 26–29.
4. Воронцов С.А. Противодействие экстремизму в среде студенческой молодежи / С.А. Воронцов // Власть. — 2017. — № 9. — С. 43–44.
5. Залужный А.Г. Правовые гарантии противодействия экстремистской деятельности в политической, религиозной и других сферах общественной жизни / А.Г. Залужный // Закон и право. — 2015. — № 9. — С. 65–68.
6. Краснов М.М. Политический экстремизм — угроза государственности / М.М. Краснов // Российская юстиция. — 2016. — № 1. — С. 11–14.
7. Левикова С.И. О готах, готике и больном российском обществе / С.И. Левикова // Общественные науки и современность. — 2009. — № 2. — С. 16.

8. Сиоридзе А. Т. Причины возникновения группового молодежного экстремизма / А. Т. Сиоридзе // Черные дыры в Российском законодательстве. — 2016. — № 2. — С. 382–386.
9. Эфирова С. А. Вероятен ли рост терроризма в России: Монография / С. А. Эфирова. — М.: Юрайт. 2018. — 335 с.

## Департамент информационной политики губернатора как эффективный инструмент для создания имиджа региона

Федосеева Анна Анатольевна, студент

Уральский институт управления — филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (г. Екатеринбург)

Для того, чтобы говорить об эффективности работы над имиджем региона, необходимо знать определения таких понятий, как «имидж» и «имидж региона(территории)».

Понятие «имидж» до недавнего времени применяли лишь к личности человека. В основном к популярным политикам, звездам театра, кино, телевидения, общественным деятелям. Достаточно много определений термина имидж в современной научной литературе, но я остановлюсь на самом, на мой взгляд четком и понятном. Имидж (от лат. *Imago* — образ, вид) означает «целенаправленно формируемый образ какого-либо лица явления, предмета, призванный оказать эмоционально-психологическое воздействие на кого-либо, с целью популяризации, рекламы, обретения устойчивого признания, авторитета» [1. с. 8]

Такое понятие как «имидж региона» начали изучать в нашей стране относительно недавно, статьи на эту тему в различных источниках публиковались с 2004 года. Общепризнанного понятия в научном сообществе пока не сформировалось, в своей статье буду опираться на наиболее полное определение, которое сформулировала И. С. Глебова «имидж региона — совокупность эмоциональных и рациональных представлений о территории. Он складывается исторически и обусловлен национальными, социально — психологическими, культурными особенностями. Имидж территории, как и имидж отдельного государства может быть внутренним — это образ региона в представлении населения, проживающего на данной территории и внешним. Внешний имидж формируется на основе распространяемой информации, рейтингов, различных индексов, характеризующих экономическую, социальную, политическую и культурную жизнь региона. Он может базироваться на слухах, рассказах, впечатлениях людей, не проживающих на данной территории. **Чаще всего внешний и внутренний имидж не совпадают**». [2. с. 59–61]

Так для чего же регионам так необходим положительный имидж? Зачем на имидж регионов работают огромные армии пиарщиков, маркетологов, пресс — секретари? Положительный имидж региона, сегодня — это инвестиции, развитие, привлекательность для реализации федеральных проектов, приток населения, высокий рейтинг экономической привлекательности и еще много

бонусов, которые можно снимать как сливки из банки с парным молоком, если PR-специалисты грамотно и ответственно выполняют свою работу.

Чтобы работа по созданию имиджа региона была централизована и структурирована главы территорий создают специальные подразделения, которые отвечают за повестку и создают ее, придумывая информационные поводы или же грамотно подают информацию об уже случившемся событии. В каждом регионе своя схема управления и создания таких подразделений, например: в свердловской области это «Департамент информационной политики», в Омской области «Главное управление информационной политики Омской области», в Пермском крае создали целое министерство для создания имиджа «Министерство информационного развития и связи Пермского края». Все эти структуры являются органами исполнительной власти, специалисты, работающие в них, несут государственную службу.

Работа специалистов департамента информационной политики должна быть ориентирована на все коммуникационные каналы, такие как ТВ, Радио, печатные СМИ, региональные и федеральные. Так же совсем недавно стало необходимым и популярным ведение страниц в социальных сетях (Фейсбук, Инстаграм, ВКонтакте и т.д.). У каждой социальной сети своя аудитория и ее необходимо информировать и вести диалог, для того чтобы понимать и получать социальный отклик, а жители региона будут чувствовать, что руководство региона их слышит, это всегда очень разряжает обстановку и помогает более эффективно и оперативно вести работу над проблемами и вопросами. Важно отметить, что специалисты департамента в основном работают именно над политическим имиджем региона, так как освещают деятельность губернатора и правительства, и задача специалистов привлечь к региону внимание, способствовать формированию благоприятного инвестиционного климата, наладить политические связи между центром и регионом, оперативно реагировать на проблемные ситуации и профессионально «сбавлять накал страстей» в обществе.

Какие главные правила создания политического имиджа региона, на которые необходимо опираться профессионалам?

1. Политический имидж региона должен быть актуальным и востребованным. Не нужно придумывать характеристики, которые не соответствуют действительности. Необходимо выделять лучшие черты и качества, которые необходимы жителям региона в данный момент, в данное время и которые привлекут интерес извне. Необходимо, чтобы имидж отвечал актуальным потребностям и желаниям жителей региона.

2. Реалистичность. Политический имидж, который далек от реальности, обречен на провал. С течением короткого времени, станет понятно, что все амбиции региона — это лишь мыльный пузырь и стратегия не справится с поставленными задачами и говорить о каком — то положительном эффекте нет смысла. Важно, чтобы политический имидж имел как позитивные, так и негативные характеристики. Иначе он будет рассматриваться как чересчур положительный герой, что насторожит и заставит

задуматься о реалистичности, будет неубедителен, не найдет достойной поддержки и даже может спровоцировать снижение доверия к тому, чей образ позиционируется.

3. Яркость и простота. Необходимо понимать и угадывать эмоциональное состояние общества. Важна эмоциональная реакция при визуальном контакте и, конечно, чтобы эти эмоции несли положительный характер.

Создавая политический имидж региона, необходимо помнить, что политические решения оказывают серьезное влияние, как на социум, так и на федеральный политический имидж региона. Если власть позиционирует себя как эффективная, перспективная структура, то ее работа должна быть направлена на решения с положительным результатом, это позитивно скажется на развитии региона в целом, повысит репутацию власти, а значит положительно скажется на имидже субъекта в целом.

#### Литература:

1. Минаев А. А. Критерии формирования имиджа региона. М.: «Роснаук», 2002. — 8с
2. Глебова И. С. Имидж республики Татарстан сегодня и завтра // PR технологии в информационном обществе: Материалы \ \ Всерос.науч.кон. — Санкт-Петербург, 10–12 ноября 2004 г. — СПб.: Издательство политех. Ун-та, 2004, с 59–61.

## СОЦИОЛОГИЯ

### Исследование уровня сформированности суицидальных намерений студенческой молодежи г. Оренбурга

Васильев Андрей Александрович, студент;  
Исламгулова Алсу Назифовна, студент;  
Кузнецова Марина Андреевна, студент  
Оренбургский государственный медицинский университет

Самоубийство — это важное медико-социальное явление. На численность населения России, хотя и в незначительной степени, влияет процент самоубийств, а среди причин смерти, по данным ВОЗ, суицид занимает 4 место в мире. По официальным данным количество самоубийств с 2019 года в России составляет около 2000 человек, из которых более трети — дети и подростки.

В структуре смертности населения в Российской Федерации значимое место занимают случаи суицида, которые составляют 1% от всех смертей на территории страны. По критериям ВОЗ, частота самоубийств свыше 20,0 на 100000 населения в год считается критической. Частота суицида в России в 2018 году снизилась до оптимистических цифр — 12,2. Однако отдельные регионы страны, например Челябинская область, Республика Башкортостан и Оренбургская область находятся за критической отметкой по показателям смертности по причине суицида. В Оренбургской области в 2018 году частота самоубийств составила 25,9 на 100000 населения, при этом большинство случаев приходится на нетрудоспособное население молодого возраста 16–30 лет [4].

Цели и задачи исследования: выявление уровня сформированности суицидальных намерений среди учащихся Оренбургского Государственного Медицинского Университета, а также определить общее мнение студенческой молодежи о причинах суицида.

Для решения объявленных задач был взят опросник суицидального риска Шмелева в модификации Т.Н. Разуваевой. Оценка проводилась по следующим шкалам: демонстративность, аффективность, уникальность, несостоятельность, социальный пессимизм, слом культурных барьеров, максимализм, временная перспектива, антисуицидальный фактор — со средним максимальным значением = 6,5. [1]

В исследовании принимали участие 185 студентов ОрГМУ (100 — мужского пола и 85 — женского пола), в период с 08.04.19 по 16.04.19. Из них в возрасте

17–19 лет — 34чел., 20–22 лет — 74чел., 23–25 лет — 49чел., 26–28 лет — 28чел.

Сравнительный анализ показателей суицидального риска среди молодежи в возрасте 17–28 лет показал следующие особенности: среди исследуемых возраста 17–19 лет наиболее выражены показатели аффективности (доминирование эмоций над интеллектуальным контролем), несостоятельности (представление о своей некомпетентности, ненужности, «выключенности» из мира), максимализма (инфантилизм ценностных установок и аффективная фиксация на неудачах) и антисуицидального фактора. В возрастной группе 20–25 лет наиболее выраженными являются аффективность, социальный пессимизм (восприятие мира как враждебного, не соответствующего представлениям о нормальных или удовлетворительных для человека отношениях с окружающими) и антисуицидальный фактор. Контингент студентов 26–28 лет отличается более низкими и стабильными коэффициентами с сохранением высоких значений антисуицидального фактора.

В целом, в ходе исследования было выявлено, наибольшая выраженность среди молодежи антисуицидального фактора, это свидетельствует о том, что у студентов сформировано чувство долга и ответственности за близких, а также представление о греховности самоубийства и его антиэстетичности.

Одновременно был проведен опрос о наиболее вероятных причинах суицида, по мнению студентов, и выявлены следующие результаты. Лидируют чувство изоляции и дефицит социальной поддержки (34,4%), психические расстройства (28,2%). Межличностные конфликты, утрата близкого человека, а также нездоровый характер отношений, которые являются поводом для психологического стресса, и могут стать причиной суицида по мнению 22,3% опрошенных. Из опрошенных 9,1% предполагают, что финансовая неопределенность повышает риск самоубийства. Наименее вероятными причинами самоубийств



Таблица 1. Результаты применения опросника суицидального риска среди студентов ОрГМУ

Шкалы	Возрастные группы			
	17–19 лет	20–22 лет	23–25 лет	26–28 лет
Демонстративность	М 1,40±1,1	М 1,64 ± 1,6	М 1,37±1,4	М 0,9 ± 1,0
	Ж 2,33±1,2	Ж 2,03 ± 1,8	Ж 1,43±1,4	Ж 0,8 ± 0,6
Аффективность	М 2,02±1,3	М 2,89 ± 1,9	М 2,32±1,7	М 1,37 ± 0,9
	Ж 4,47±1,7	Ж 3,42 ± 1,9	Ж 2,78±1,8	Ж 2,2 ± 0,9
Уникальность	М 0,80±1,3	М 1,89 ± 1,7	М 1,29±1,1	М 0,6 ± 0,6
	Ж 2,78±1,0	Ж 1,9 ± 1,9	Ж 1,26±1,4	Ж 1,2 ± 1
Несостоятельность	М 2,75±2,0	М 1,89 ± 2,2	М 1,98±2,0	М 0,75 ± 0,7
	Ж 2,72±1,7	Ж 2,58 ± 2,4	Ж 1,26±1,7	Ж 1,5 ± 2,1
Социальный пессимизм	М 2,83±1,1	М 3,21 ± 1,5	М 2,61±1,6	М 1,5 ± 1,1
	Ж 3,50±1,3	Ж 3,27 ± 1,3	Ж 2,86±1,2	Ж 2,33 ± 0,5
Слом культурных барьеров	М 1,53±1,1	М 2,42 ± 1,7	М 1,97±1,3	М 1,72 ± 1,0
	Ж 2,30±2,0	Ж 2,04 ± 1,3	Ж 1,86±1,2	Ж 1,53 ± 1,1
Максимализм	М 3,20±2,6	М 1,85 ± 2,4	М 1,83±1,8	М 1,6 ± 1,3
	Ж 2,60±2,3	Ж 1,95 ± 2,2	Ж 2,29±2,0	Ж 1,06 ± 1,5
Временная перспектива	М 1,47±1,0	М 1,39 ± 1,7	М 1,69±1,8	М 0,55 ± 0,7
	Ж 2,00±1,1	Ж 1,99 ± 1,5	Ж 0,84±0,8	Ж 0,36 ± 0,5
Антисуицидальный фактор	М 4,80±1,6	М 5,22 ± 2,1	М 4,34±2,3	М 6,4 ± 0
	Ж 5,00±1,6	Ж 5,15 ± 1,6	Ж 5,18±1,6	Ж 3,2 ± 2,9

анкетированные считают жестокое обращение (3%) и дискриминацию личности (3%).

На основе всех имеющихся данных можно сделать следующие выводы:

наиболее уязвимым контингентом являются студенты в возрасте 20–22 лет, которые, в виду своей психологической незрелости, становятся более подверженными стрессу в процессе адаптации к взрослой жизни. Причем среди девушек общий уровень суицидального настроения выше

почти в 2 раза, вследствие врожденной ранимости и высокой чувствительности девушек к внешним раздражителям.

Основными причинами, приводящими к суициду, считаются чувство изоляции и дефицит социальной поддержки, а также психические расстройства.

Для предотвращения суицида могут использоваться как глобальные стратегии защиты здоровья населения, так и адресное вмешательство по отношению к наиболее уязвимым группам населения.

Литература:

1. Банников Г. С., Вихристюк О. В., Миллер Л. В., Сеницына Т. Ю. Методические рекомендации (памятка) психологам образовательных учреждений по выявлению и предупреждению суицидального поведения среди несовершеннолетних. /М.: ГБОУ ВПО МГППУ, 2013. — 40 с.
2. Предотвращение самоубийств. Глобальный императив./ Доклад ВОЗ. 2014, — 102 с.
3. Руженков В. А., Руженкова В. В., Концепции суицидального поведения / Белгород, Россия, 2012, — 7 с.
4. Статистический ежегодник Оренбургской области / Оренбургстат, 2018, — 532 с.
5. Интернет источник: База данных ФСГС РФ/ доступ: <http://www.gks.ru/>

### Исследование сложившихся стереотипов о преступной личности среди людей 18–30 лет

Топкина Александра Владимировна, учитель начальных классов  
МБОУ «Школа № 18» г. Нижнего Новгорода

*Статья посвящена криминальной психологии, области её изучения, психологические характеристики преступной личности. Статья раскрывает сложившиеся стереотипы о преступной личности у людей в возрасте 18–30 лет.*

*Ключевые слова:* криминальная психология, девиантное поведение, психология преступной личности, стереотип.

В последнее время в России участились случаи терроризма, не говоря уже о других серьезных правонарушениях. В связи с этим люди становятся более осмотрительными, внимательными и максимально наблюдательными. Всматриваясь в лица, элементы внешнего вида, стиля, человек невольно анализирует — опасен ли для него его сосед по скамейке в парке, не похож ли случайный прохожий в метро на террориста-смертника и т.д. Объективно рассматривая этот вопрос, стоит отметить, что не каждый человек способен анализировать поведение человека, его мимику и жесты, манеру разговаривать, вести себя в общественном месте при скоплении большого количества людей, и поэтому ориентируется в основном на внешние признаки.

Изучением психологического аспекта формирования преступной личности занимается криминальная психология. Это отрасль юридической психологии, которая изучает психологию преступников, а также психологические механизмы совершения преступлений отдельными лицами и преступными группами, психологические аспекты вины и юридической ответственности. [1]

Баронин А. С. в своих работах упоминает, что характеристика преступника состоит из характеристики его поведения и личности в целом. Он утверждает, что помимо этого характеристика преступника может включать в себя такие элементы, как: привычки, семейное положение, расовая принадлежность, уровень агрессии, отношение убийцы к преступлению (если речь идет о конкретном уже совершенном преступлении), навыки, определенные заболевания и т.д. [2]

Стэнфордский тюремный эксперимент, проведенный в 1971 году, где изначальная задумка заключалась в инсценировании тюрьмы, в итоге в умах ее охранников и заключенных стал тюрьмой реальной, и даже слишком реальной. Социальный психолог Ф. Дж. Зимбардо, упоминая в своих работах Стэнфордский эксперимент, затрагивает проблему возникновения злого умысла в человеке. Он упоминает некоторые причины, такие как: невротические расстройства, низкая самооценка, застенчивость, предрассудки, стыд и многое другое. [4]

Также в своей работе Ф. Дж. Зимбардо дает подробное описание того, как менялась психика участников эксперимента по мере его проведения, какие черты характера в той или иной мере они начинали проявлять.

Не все знакомы со Стэнфордским экспериментом, но при этом, каждый может ответить на вопрос: какие качества личности могут быть присущи преступнику. Отсюда появляются народные стереотипы о преступной личности.

Стереотипы окружают нас везде и всюду. Ни для кого не секрет, что в последнее время, если мы говорим о той или иной сфере деятельности человека, то опираемся

на опыт предыдущих поколений, опыт современников, и, следовательно — стереотипов.

Обращаясь к толковому словарю Ожегова, мы можем убедиться, что слово стереотип имеет два значения: прямое и переносное. В первом случае — это типографская печатная форма — рельефная копия с набора или клише. Во втором — прочно сложившийся, постоянный образец чего-либо, стандарт. [6]

Так каков же психологический портрет преступника? Проблема стереотипов относительно психологических качеств преступников изучается криминальными психологами и по сей день.

Нами был проведен онлайн-опрос среди жителей России в возрасте от 18 до 30 лет. Данный опрос представляет собой сбор информации, которая отражает сформировавшееся мнение людей о преступниках и их психологических характеристиках. Цель опроса — выяснить, какие сложившиеся стереотипы о психологическом портрете преступной личности сформированы у совершеннолетних лиц до 30 лет. В онлайн-опросе приняли участие 109 человек.

В результате 76,1% опрошенных считают, что на формирование личности преступника влияют психические заболевания, 59,6% — различные зависимости (алкогольная, наркотическая и т.д.), 50,5% — безвыходные ситуации, 47,7% — стресс, и 25,7% — что влияет наследственность.

На вопрос «Как вы думаете, какой человек в большей степени способен на преступления?» 58,7% ответили, что тихий, спокойный человек, не проявляющий агрессию в окружении людей, 29,4% — Демонстративно проявляющий агрессию человек, а 11,9% ответили, что зависит от конкретных обстоятельств.

На вопрос «Влияет ли материальное и социальное положение преступника на формирование черт его характера, имеющих прямое отношение к преступлениям?» 67,9% ответили, что влияют, 17,4% считают, что не влияют, и 14,7% опрошенных не смогли ответить на этот вопрос однозначно.

96,3% опрошенных считают, что окружение человека (семья, друзья, коллеги и т.д.) влияет на его поступки и 3,7% считают, что не влияет.

Опрашиваемым был дан перечень основных моделей поведения, из которых нужно было выбрать несколько наиболее характерных для преступников по их мнению. В результате 67% считают, что преступникам свойственно девиантное поведение (устойчивое поведение личности, отклоняющееся от общепринятых, наиболее распространенных и устоявшихся общественных норм). [7]

46,8% опрошенных отметили деструктивную модель поведения (обострение конфликтов), 45,9% считают, что характерна агрессия, 42,2% — замкнутость, 31,2% отме-

тили увливание от ответов и конкретных формулировок, 25,7% проголосовали за демонстративность в поведении, 18,3% — чрезмерное выражение своего дружелюбного отношения, 16,5% — отсутствие собственного мнения, приспособленчество, а 6,4% отметили конструктивную модель поведения (стремление уладить конфликт).

Таким образом, на основе проведенного опроса можно сделать вывод о сложившихся стереотипах о преступной личности. Большинство опрошенных считают, что на формирование преступной личности влияют: психические заболевания, зависимости, безвыходные ситуации и окружение. А также, большинство опрошенных считают, что для преступной личности характерны такие модели поведения как девиантное поведение, деструктивная модель поведения, агрессия, замкнутость, увливание от ответов и конкретных формулировок.

Данный опрос является актуальным на 2018 год. В дальнейшем данные опроса могут быть использованы для исследования изменений общественного мнения от-

носителю психологического портрета личности. В одной из своих работ Э. Ноэль-Нойман опубликовала следующее утверждение: «Подобно грозovým облакам, стереотипы заполняют атмосферу мнений в какой-то момент, а чуть погода могут бесследно исчезнуть, их никто уже не увидит». [5]

В завершение хотелось бы отметить, что данные стереотипы не являются истинными характеристиками преступной личности. Все вышеупомянутые характеристики являются частью психики любого человека, проявляющиеся в той или иной степени. Криминальная психология изучает психологические особенности становления и развития противоправной деятельности. Иными словами, одну из сторон формирования противоправной деятельности. Данный раздел юридической психологии рассматривает причины формирования преступной личности, имея дело с клиническими случаями. Безусловно, все характеристики индивидуальны и каждый человек сам выбирает свой путь. Но меняются ли при этом сложившиеся стереотипы?

#### Литература:

1. Ахмедшин, Р. Л. Криминальная психология: проблемы и перспективы / Р. Л. Ахмедшин // Вестник Томского Государственного Университета. — 2010. — № 341. — С. 114–117.
2. Баронин, А. С. Психологический профиль убийцы — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://yugpsy.com/files/xrest/3/11.htm/> (Дата обращения 20.09.2018).
3. Васильев, А. В. Юридическая психология: Учебник / А. В. Васильев. — СПб.: Питер, 2009.
4. Зимбардо, Ф. Дж. Эффект Люцифера. Почему хорошие люди превращаются в злодеев / Ф. Дж. Зимбардо // Альпина Паблишер, 2013.
5. Ноэль-Нойман, Э. Спираль молчания/ Э. Ноэль-Нойман — М., 1996 г.
6. Ожегов, С. И. Толковый словарь русского языка — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.ozhegov.org/> (Дата обращения 13.09.2018).
7. Шнейдер, Л. Б. Девиантное поведение детей и подростков / Л. Б. Шнейдер. — М., 2005.

## ПСИХОЛОГИЯ

### Теоретико-методологические основания изучения психологической безопасности образовательной среды в условиях уголовно-исполнительной системы РФ

Вшивкова Алена Анатольевна, аспирант  
Кемеровский государственный университет

Психологическая безопасность в образовательной среде является одной из проблем современной психологии, наряду с такими как конфликтология, толерантность и профилактика экстремизма, проблемы причин профессионального выгорания и др.

Изучением психологической безопасности образовательной среды занимались такие ученые как В. В. Авдеев, Б. Г. Ананьев, А. А. Реан, В. И. Слободчиков и другие.

Проблема безопасности России и ее граждан, их психического здоровья имеет важное значение для жизни страны. И это обстоятельство нашло свое закрепление в законодательстве Российской Федерации. Так в федеральном законе Российской Федерации «О безопасности» безопасность определяется как состояние защищенности жизненно важных интересов личности, общества и государства от внутренних и внешних угроз. Жизненно важные интересы представляют собой совокупность потребностей, удовлетворение которых надежно обеспечивает существование и возможности прогрессивного развития личности, общества и государства. Безопасность — это состояние защищенности (человека и среды), а также способность отражать неблагоприятные внешние и внутренние воздействия.

Проблема безопасности очень актуальная, а также уделяется большое внимание психологической безопасности, в том числе психологической безопасности в образовательной среде. Внимание уделяется как практикующими работниками, так и учеными и исследователями.

После того, как мы обозначили, как в законодательстве России определяется безопасность, дадим определение образовательной среды.

В понимании В. В. Рубцова «образовательная среда» — это такая общность, которая в связи со спецификой возраста характеризуется:

- а) взаимодействием ребенка со взрослыми и детьми;
- б) такими важнейшими процессами, как взаимопонимание, коммуникация, рефлексии (то есть отношение к своему собственному опыту внутри данной общности);
- в) такой важнейшей характеристикой, как историко-культурный компонент, который определяет, откуда

это взялось, как оно «двигается» (ибо, может быть, этого никогда не было). Все это связано с порождением того средства, которое даст этой общности возможность принять этот образец как его собственный, то есть его создать [3, с. 69].

Безопасность образовательной среды является пространством, оказывающим значимое влияние на развитие и формирование личности граждан. Образовательная среда обладает необходимой совокупностью условий, в которых формируется и развивается человек.

Необходимо уделять большое значение психологической безопасности в образовательной среде, так как это обеспечивает положительное развитие будущего страны. Уделять внимание нужно образовательной среде как в обычных условиях жизнедеятельности людей, так и в особенных, таких как уголовно-исполнительная система, специальные образовательные учреждения.

Исследователи отмечают, что угрозы безопасности в образовательной среде уместно разделить на внешние и внутренние.

Внешние угрозы могут носить:

1. социальный характер: ухудшение здоровья детей, демографические проблемы — вырождение, наличие большого количества врожденных уродств, рождение малого количества здоровых детей, террористические акты, социальные конфликты, захват заложников, похищение детей с целью выкупа, полуголодное существование, пропуски уроков с целью заработка, участие детей в криминальных группах;

2. техногенный характер: различного рода аварии, отопительные проблемы, заливы, пожары, взрывы, ДТП с участием детей, нарушение техники безопасности, наличие оружия у детей;

3. эпидемиологический характер: эпидемии гриппа, гепатита, туберкулеза, кишечные инфекции, венерические заболевания;

4. природный характер: экологические проблемы — экологические проблемы — загрязнение окружающей среды, повышение радиационного фона, природные катастрофы (землетрясения, наводнения, пожары природ-

ного характера); болезни животных; болезни и зараженность растений вредителями;

5. внутрисемейный характер: алкоголизм, наркомания, конфликты, насилие в семьях;

6. характер другого рода: распространение религиозных организаций, сект.

Внутренние угрозы:

1. социально-психологического характера:

— напряженный социально-психологический климат в классе — натянутые отношения между учащимися;

— малые неформальные группировки (социальные и антисоциальные);

— общение и конфликты — грубые выходки и проступки учащихся, конфликты между учащимися, угрозы и запугивания, слухи, оскорбления и прозвища;

— традиции и обычаи, опасные для жизнедеятельности учащихся;

— отклоняющееся поведение — наркомания, злоупотребление алкоголем;

— личностного порядка — агрессия грубость, вспыльчивость.

2. со стороны персонала: вымогательства, сексуальные домогательства, проявление агрессивности по отношению к учащимся;

3. насилие среди учащихся: групповое, индивидуальное, унижение, сексуальное насилие в группировках;

4. большой объем учебных заданий [1, с. 49].

Что касается осужденных, находящихся в местах лишения свободы, например внутрисемейный характер угрозы безопасности в образовательной среде (насилие в семье, алкоголизм, наркомания) оставляют свой отпечаток на психике детей, подростков. И если такие подростки отстают, то осуждаются и помещаются судом в колонии для отбывания наказания. С такими подростками работают все службы уголовно-исполнительной системы, в том числе педагоги, воспитатели, психологи, они выполняют работу по разъяснению несовершеннолетним осужденным, что какие-то аспекты его поведения не приемлемы в обществе, каким-то просто необходимо обучиться заново.

Известный психиатр В.Л. Леви выразил мысль, что педагог по своей объективной функции является психотерапевтом, так как он видит отношения учащихся и может влиять на систему отношений ребенка. Психотерапевтическая функция учителя реализуется в двух сферах общения: «учитель — ученик» и «коллектив — ученик». В первой сфере учитель, непосредственно вступая в отношения с ребенком, обеспечивает его эмоциональное благополучие, во второй — учитель влияет на ребенка опосредованно, реализуя взаимоотношения учащихся [2, с. 25].

И это, несомненно, имеет место быть, в том числе применительно к уголовно-исполнительной системе, так как педагоги плодотворно работают с осужденными в школах и профессиональных училищах при исправительных колониях, объясняют и показывают им, что считается нормой, а что асоциальным.

Так как осужденные, при прибытии в исправительные колонии зачастую отстают по образовательному уровню сверстников, педагоги делают все, чтобы дать им нужные знания. Нередко это сложный процесс, ведь в местах лишения свободы обучаются по таким же образовательным стандартам, что и вне этих мест. Педагоги стараются сделать образовательный процесс интереснее, увлекательнее, чтобы у осужденных не было дискомфорта, и они хорошо усваивали учебный материал. Рассказывают, что для психологической безопасности в образовательной среде необходимо постараться избавиться от конфликтных ситуаций, а постараться поддерживать друг друга и восполнять свои недостающие знания по образовательным предметам.

Образование обеспечивает сохранение здоровья будущего поколения. При обеспечении безопасности в образовательной среде происходит интеграция ценностей безопасности в общественную жизнь, снижается уровень преступности, насилия между людьми, а также развивается адекватное поведение деятельности людей в разных жизненных ситуациях как в обычных, так и в экстремальных.

При изучении научной литературы (труды Баевой И. А. и других) можно консолидировать, что психологическая безопасность в образовательной среде в своей структуре имеет несколько компонентов, таких как поведенческий, когнитивный и эмоциональный. Поведенческий, то есть, как субъект может управлять своим поведением. Когнитивный — характеризуется тем, что личность субъекта образовательной среды должен осознавать и понимать, что учебное заведение и вся образовательная среда развивает его личность, обучает его определенным навыкам и умениям, тем самым повышается его интеллект, способности и другие аспекты его жизнедеятельности. Эмоциональный компонент определяется, как человек переживает весь учебный план и сам процесс образования, как он относится к сверстникам, одноклассникам, учителям и другим участникам образовательной среды.

Психологическая безопасность в образовательной среде характеризуется тем, что, у ее субъектов должны присутствовать положительные эмоции (радость, увлечение, интерес) и не должно быть отрицательных эмоций (страх, отвращение, гнев, злость и др.).

Психологи, а также педагоги должны уделять огромное значение психологическому состоянию обучающихся, и в случае хоть малейшей угрозы психологической безопасности должны предпринимать попытки устранения угроз и помогать обучающимся всеми возможными способами.

Осужденные, находящиеся в местах лишения свободы ограничены в общении с близкими, родственниками, друзьями, они находятся в не привычной для себя обстановки, что негативно сказывается на их психике и поведении. Поэтому воспитатели, психологи, педагоги делают все возможное, чтобы осужденные не чувствовали дефицита внимания, поддерживают их в благоприятных на-

чинаниях, подготавливают к освобождению из мест лишения свободы, чтобы они освободились психологически готовыми к нормам и устоям современного общества.

Цель обеспечения эмоциональной безопасности образовательной среды — это свести к минимуму отрицательные эмоции, переживаемые субъектами образовательного процесса (страха, гнева, отвращения, печали) и увеличение количества положительных эмоций (радости, удовольствия, интереса).

Несомненно, что при вовлечении в образовательную среду человек формируется и осознает степень важности своей деятельности, значимость образования для его дальнейшей жизни. Так, например, образовательная среда

в уголовно-исполнительной системе формирует у человека те качества, которые в силу каких-то жизненных обстоятельств были деформированы в его представлениях и действиях. Через образовательную среду человек формируется. В дальнейшем он становится полноправным и сильным участником жизнедеятельности общества.

Как показывает практика и исследования ученых, вне зависимости, где человек находится в образовательной среде (привычная среда или в местах лишения свободы) необходимо уделять большое значение психологической безопасности в образовательной среде, так как это является пространством, оказывающим значимое влияние на развитие и формирование личности граждан.

Литература:

1. Лактионова Е. Б. Основные подходы к проблеме рисков в образовательной среде // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. — 2008. — № 52. С. 41–53.
2. Леви В. Л. Нестандартный ребенок. — М., 1996. 256 с.
3. Рубцов В. В. Социально-генетическая психология развивающегося образования: деятельностный подход. — М.: МГППУ, 2008. 416 с.

## Стресс в студенческом возрасте

Выходцева Валерия Евгеньевна, студент

Амурский государственный университет (г. Благовещенск)

*В данной статье раскрывается понятие стресса и какое влияние он оказывает на человека и какие влечёт за собой последствия, конкретно в период обучения в высшем учебном заведении, т.е. в студенческом возрасте.*

**Ключевые слова:** стресс, дистресс, студенческий возраст, напряжение, симптом.

В 1936 году канадский врач Ганс Селье ввёл такое понятие как «стресс», который обозначает специфическую реакцию организма на любое предъявляемое к нему требование. Г. Селье доказал, что небольшое количество стресса является полезным, он помогает сохранить молодость и вырабатывает у человека способность справляться с трудными жизненными ситуациями.

Характер проявления стресса в большей мере зависит от личностных особенностей индивида и его способностью уметь противостоять стрессовой ситуации. Человеческая жизнь сопровождается различными стрессовыми ситуациями. Одним из важных этапов жизни человека является обучение, особенно обучение в высшем учебном заведении. Вопросам изучения стресса в студенческом возрасте посвящены работы К. Вильямса, Дж. Гринберга, Л. А. Китаева-Смыка, У. Кэннона, Р. С. Немова, Д. Марера, А. Г. Маклакова, Г. Селье, Ю. В. Щербатых и др.

Учебная деятельность в высшем учебном заведении — один из напряженных видов деятельности, она несёт весьма тяжёлую интеллектуальную и эмоциональную нагрузку. Обучение в вузе является стрессом для большей части студентов. Начиная с самого начала обучения стресс в большей или меньшей степени постоянно

сопровождает студента и становится причиной нарушений эмоциональной, поведенческой, мотивационной, когнитивной сфер деятельности.

Важность учебной ситуации и её компонентов является основной предпосылкой появления стресса у обучающегося. Поступление в вуз очень важный этап в жизни студента, особенно это касается первокурсников, именно на первом курсе студент приобретает новый статус, происходит адаптация к новым жизненным условиям и взаимоотношениям с окружающими. Все эти факторы с высокой вероятностью становятся причиной возникновения стресса.

Студенчество — это трудное, серьёзное испытание. Студентам приходится сталкиваться с разными проблемами и учиться быть самостоятельными, ответственными и организованными. Но не все студенты готовы к многочисленным проблемам и их решениям.

Учебная деятельность связана с эмоциональными переживаниями, особенно в период экзаменов. Самое травмирующее воздействие на психику и организм студентов оказывает экзаменационная сессия, это связано с тем, что загруженность во время сессии особенно сильная. Настроение обучающегося, его самочувствие, психологи-

ческое и эмоциональное состояние напрямую зависит от успеваемости во время сессии.

Успешной учебной деятельности мешают эмоциональные реакции, которые вызывают факторы учебного стресса, а также эти факторы отрицательно сказываются на здоровье студента. К этим факторам относятся: недостаток сна, невозможность равномерно распределить свое личное и рабочее время, высокая учебная нагрузка, неудовлетворенность учебной успеваемостью, невыполненные или неправильно выполненные задания, пропуски занятий, не сданные в срок задания, курсовые работы и т.д., отсутствие интереса к учебным дисциплинам; напряженные отношения в коллективе, конфликты с одногруппниками, преподавателями неблагоприятные физические условия, разочарование в выбранной специальности.

Употребление алкоголя, наркотиков, чрезмерное курение для избавления от напряжения — являются одними из самых негативных исходов стрессовых ситуациях. Симптомы проявления экзаменационного стресса делятся на четыре группы:

- эмоциональные симптомы
- физиологические симптомы
- когнитивные симптомы
- поведенческие симптомы

Типичными проявлениями эмоциональных симптомов являются ощущение общего недомогания, раздражительность, тревога, паника, растерянность, неуверенность, подавленность. Физиологические симптомы проявляются в виде головной боли, перепадах артериального давления, мышечного напряжения, учащенного пульса, учащения дыхания, тошноты. Проявления когнитивных симптомов подразумевают ухудшение памяти, рассеянность, снижение концентрации внимания, плохие воспоминания о своих неудачах во время экзамена, воображение негативного исхода событий на экзамене — лишение стипендии, исключение из вуза. Поведенческие симптомы

включают в себя ухудшение аппетита, бессонница или беспокойный сон, нежелание готовиться к экзамену, проявляющееся в стремлении заняться любым другим делом, вовлечение в тревожные разговоры о предстоящем экзамене других людей, увеличение употребления кофеина и алкогольных напитков и т.д.

Неуверенность в своих знаниях, преувеличение важности экзамена способствуют возникновению учебного стресса. Стресс в период сессии занимает одно из первых мест среди причин, вызывающих психическое напряжение у обучающихся. В настоящее время существуют весомые доказательства того, что экзаменационный стресс отрицательно сказывается на нервной системе студента, а также на сердечно-сосудистой и иммунной системах. После завершения сессии физиологические показатели приходят в норму не сразу, требуется определенное время для возвращения артериального давления в исходное состояние.

Интенсивность развития стресса зависит не только от его характера, но и от личностного отношения к происходящему. Одна и та же стрессовая ситуация, которая возникает в процессе обучения, сугубо индивидуально сказывается на студентах. Для некоторых студентов экзаменационный стресс носит вредоносный характер, приводящий к дистрессу, что в свою очередь является разрушительным процессом, ухудшающим протекание психофизиологических функций, а для других, определенное количество стресса приобретает свойство стимула, давая возможность показать лучшие результаты. Для каждой личности характерен свой определенный уровень переживания волнения и страха.

Таким образом, чтобы мобилизовать свои силы и успешно сдать экзамены одним студентам нужно испытать высокий уровень стресса, а другим его снизить. У студентов с высокой мотивацией достижения успеха адаптация к стрессовым условиям лучше, чем у студентов с низким уровнем притязаний.

## Социально-психологические факторы риска формирования химической зависимости у молодежи, склонной к употреблению психоактивных веществ

Кузнецова Лейла Эдуардовна, кандидат психологических наук, доцент;

Булгаков Владимир Викторович, студент магистратуры

Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал) Донского государственного технического университета в г. Шахты

*Статья посвящена теоретическому анализу социально-психологических факторов риска формирования химической зависимости у молодежи. Особое внимание уделено рассмотрению возрастных, эмоционально-личностных особенностей, мотивации формирования химической зависимости.*

**Ключевые слова:** химическая зависимость, молодежь, психоактивные вещества, факторы риска, личность, мотивация.

Масштабы и темпы распространения зависимости от психоактивных веществ, ставят под угрозу соматическое и психическое здоровье молодежи.

Совершенно очевидно, что современная молодежь, находясь под воздействием интенсивных и непрерывно возрастающих стрессовых ситуаций, не готова к их преодо-

лению. Неудовлетворенность жизнью, низкий уровень личностной успешности, нервно-психическое напряжение приводят к тому, что единственным доступным средством удовлетворения своих потребностей и получения удовольствия от жизни для молодежи становятся психоактивные вещества.

С научной точки зрения актуальность проблемы формирования химической зависимости у молодежи заключается в необходимости выявления психологических факторов, механизмов, мотивов, способствующих или даже подталкивающих юношей и девушек к употреблению психоактивными веществами.

Факторами риска употребления психоактивных веществ признаются все обстоятельства, достоверно увеличивающие шансы индивида стать потребителем наркотиков или алкоголя. Обстоятельства, снижающие возможность индивида начать употребление психоактивных веществ, называются факторами защиты. Факторы риска определяются возрастными особенностями личности, этнической и социальной принадлежностью, зависят от вида употребляемого психоактивного вещества.

Согласно исследованию Д.В. Лазаренко, факторами риска употребления психоактивных веществ могут быть [2]:

1. Проблемы, связанные с физическим или психическим здоровьем.
2. Употребление родителями психоактивных веществ.
3. Неблагоприятные взаимоотношения в семье, постоянные конфликты, социальная нестабильность, материальные затруднения, хронические стрессовые ситуации.
4. Личностные особенности (неуверенность в себе, заниженная самооценка, колебания настроения, невысокий уровень интеллекта, неприятие социальных норм, ценностей и т.д.).
5. Ранняя сексуальная активность и подростковая беременность.
6. Нарушение межличностных отношений в семье, общения со сверстниками в школе.
7. Негативная микросоциальная среда. Общение со сверстниками, употребляющими психоактивные вещества. Конформность, внушаемость, зависимость от мнения окружающих, отсутствие устойчивости к их негативному влиянию.
8. Недоступность медицинской и социальной помощи.
9. Криминальная обстановка в регионе [2].

Склонность к зависимости от психоактивных веществ формируется под влиянием совокупности факторов.

Представляет интерес разработанная Н.А. Сиротой классификация факторов риска формирования химической зависимости [3]:

1. Патологическое протекание пренатального, натального и постнатального периода развития личности. Патологии беременности, тяжелые заболевания, перенесенные матерью во время беременности, психические травмы, осложнения во время родов, невротические от-

клонения у ребенка в первые годы развития, задержка психического развития.

2. Наследственные заболевания. По наследству передаются и чаще всего проявляются в пубертатный период психические заболевания, генетические и эндокринные заболевания, тяжелые соматические заболевания. Невротические отклонения, комплекс неполноценности, психологическая беспомощность, приводящие к нарушению социально-психологической адаптации личности, могут приводить к формированию склонности к химической зависимости. Более того, склонность к алкоголизму и наркомании наследуется.

3. Патологические стили воспитания. Фактором риска являются неполные и разведенные семьи. Дети, воспитываемые в не семьи, в детских домах, проявляют склонность к зависимости в силу нарушенной системы отношений и негативному отношению к другим людям, нарушению базового доверия к миру. Наиболее патологическим стилем семейного воспитания является гипопротекция. Модель семьи, где старшие ее члены употребляют алкоголь и наркотики, также способствует формированию зависимого поведения.

4. Возрастные особенности личности.

Формирование склонности к употреблению психоактивных веществ, происходит в возрасте от 13–14 до 21–25 лет, захватывая подростковый, юношеский возраст и период молодости. Именно данная возрастная категория людей отличается низким уровнем личностной зрелости и неспособностью противостоять жизненным трудностям. У молодежи не сформирована ценностно-мотивационная сфера, не выражена ценность себя как личности, инстинкт самосохранения, что способствует рискованности поведения. Мотивационная сфера отличается выраженной потребностью в получении удовольствий и достижении состояния психологического комфорта [3].

В молодости человеком уделяется особое внимание простому поиску удовольствия. Эйфория от употребления наркотического вещества длится недолго, и быстро сменяется сонливостью, ступором. Несмотря на то, что многие подростки и юноши пробуют наркотики, но не все становятся наркозависимыми. Объясняется это эффектом первой пробы, эмоционально-личностными особенностями, доминирующей мотивацией употребления психоактивных веществ.

Исследования А.Д. Асеевой, направленные на изучение психологических особенностей личности, способствующих развитию зависимого поведения, показали, что повышенная чувствительность, неустойчивость мотивации, конформность, зависимость от мнения другого человека, выраженная потребность в «новых» ощущениях становятся причиной первого опыта употребления наркотиков и в случае подкрепления позитивных ощущений формирования зависимости [1].

Мотивация употребления химических веществ опосредована эмоционально-личностными особенностями мо-



лодых ребят. Такие особенности личности как стремление к доминированию, независимости, риску способствуют проявлению мотивации гиперактивации поведения у молодежи, склонной к химической зависимости. А такие особенности личности молодого человека как зависимость, несамостоятельность, чувствительность, неустойчивая самооценка способствуют проявлению атарактической и субмиссивной мотивации употребления наркотических веществ [4].

Итак, под химической зависимостью понимают зависимость от употребления любых психоактивных веществ. Факторы риска возникновения и развития химической зависимости рассматриваются с точки зрения двух доминант — социальной среды и поведения. При этом среда является носителем такого доминирующего фактора, как стресс, а само поведение индивида в ситуациях стресса —

возможным фактором риска. Наиболее чувствительным к формированию зависимости от психоактивных веществ, является возрастной период от 14 до 28 лет, включающий подростковый, юношеский возраст и молодость как первый этап взросления.

Жизнь молодых людей, наполненная стрессами, с учетом неспособности к использованию продуктивных стратегий их преодоления, неразвитости эмоционально-волевой сферы, приводит к формированию химической зависимости. Употребление химического вещества преследует две цели: самоактивацию и саморелаксацию. Мотивация формирования химической зависимости у молодежи сводится к возможности саморегуляции собственного психофизиологического тонуса при незнании или неспособности овладеть другими способами саморегуляции.

#### Литература:

1. Асеева, А.Д. Психологические особенности личности, способствующие развитию зависимого поведения / А.Д. Асеева // Научный журнал КубГАУ — Scientific Journal of KubSAU. — 2014. — № 101. — С. 2529–2545.
2. Лазаренко, Д.В. Психологические факторы, определяющие склонность студентов вузов к аддиктивному поведению / Д.В. Лазаренко // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. — Серия: Педагогика, психология. — 2016. — № 2 (25). — С. 88–93.
3. Сирота, Н.А. Наркотики: проблемы и их решение / Н.А. Сирота, В.М. Ялтонский. — М.: Академа, 2000. — 218 с.
4. Кузнецова, Л.Э. Психологические факторы формирования химической зависимости у молодежи / Л.Э. Кузнецова, Г.В. Репина // Молодой ученый. — 2017. — № 5 (139). — С. 400–402.

## Интегративный подход в психологической коррекции зависимой личности

Кузнецова Лейла Эдуардовна, кандидат психологических наук, доцент;  
Залозный Михаил Сергеевич, студент магистратуры

Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал) Донского государственного технического университета в г. Шахты

*Статья посвящена теоретическому анализу социально-психологических факторов формирования зависимой личности и зависимого поведения. Особое внимание уделено рассмотрению методов и основных направлений психологической коррекции зависимой личности и зависимого поведения с точки зрения интегративного подхода.*

**Ключевые слова:** *зависимая личность, зависимое поведение, эмоционально-личностные особенности, психологическая коррекция, интегративный подход, методы психотерапии.*

Внутри чрезвычайно сложной и многообразной категории отклоняющегося поведения личности выделяется подгруппа так называемого зависимого поведения. Зависимость — это образ жизни человека, направленный на поиск удовольствия, идеальной реальности. Зависимость помогает людям не замечать дискомфорта действительности, избегая трудностей и неудач. Однако, найденная в процессе зависимого поведения виртуальная реальность постепенно разрушает здоровье и жизнь личности.

Изучению проблемы формирования зависимой личности посвящены исследования отечественных и зарубежных психологов: Дж. Армитейджа, А.Е. Айвазовой, А.С. Волдаевой, Н.В. Дмитриевой, А.В. Гоголевой, Л.Г. Жедуновой, М. Коннер, В.Д. Менделевича, А.В. Сидорова и др.

Согласно исследованиям А.Е. Айвазова, аддиктивное поведение приводит к изменению психического состояния человека, чаще всего принося ему положительные эмоции: радость, удовольствие, наслаждение, спокой-

стве [1]. Достижение положительного эйфорического изменения психического состояния происходит посредством приема некоторых веществ, прежде всего продуктов питания или психоактивных веществ.

Зависимое аддиктивное поведение подразделяется на множество разновидностей. Наиболее распространенной классификацией аддиктивного поведения является классификация по объекту аддикции. Объектами аддикции могут быть: химическое вещество, еда, деньги, работа, игры, секс.

Н. В. Дмитриева все разновидности аддикции делит на две большие группы: химические и субстанции зависимости. Химические зависимости — это зависимости от еды, психоактивных веществ, алкоголя и т.д. Субстанции зависимости — это компьютерная зависимость, интернет-зависимость, гемблинг-зависимость, сексуальная зависимость и т.д. [2].

Изучению социально-психологических факторов формирования зависимой личности уделяют внимание современные ученые: У. Бауман, Т. Н. Гумницкая, С. Даулинг, М. Коннер, Г. В. Старшенбаум и др.

Данные исследования показывают, что формирование зависимого поведения происходит под воздействием ряда социально-психологических факторов: генетической предрасположенности, особенностей микросоциального окружения, эмоционально-личностных особенностей, психических травм и др.

Огромное влияние на формирование зависимой личности оказывает микросоциальное окружение, характер межличностных взаимоотношений в семье. Отношения в семье, формирующей зависимую личность, характеризуются авторитаризмом, повышенным контролем, рационализмом, недостатком проявления положительных эмоций. Личность испытывает недостаток любви и внимания, неуверенность в себе. Неспособность жить самостоятельно и одновременно ненужность близким людям порождают безысходность, фатальность жизни, бессознательное стремление к смерти.

Зависимый человек — это тревожный и неуверенный в себе человек, который проявляет чувствительность к стимулам внешнего мира и воспринимает информацию извне как значимую. Зависимая личность характеризуется рядом эмоционально-личностных особенностей: несамостоятельность, чувствительность, обидчивость, неустойчивость эмоционально-волевой сферы, низкая социальная нормативность, недоверчивость, пассивность, низкая стрессоустойчивость и др. [4].

#### Литература:

1. Айвазова, А. Е. Психологические аспекты зависимости / А. Е. Айвазова. — М.: Аспект Пресс, 2001. — 201 с.
2. Дмитриева, Н. В. Психология аддиктивного поведения / Н. В. Дмитриева. — Новосибирск: Изд-во НГПУ, 2002. — 278 с.
3. Кузнецова, Л. Э. Роль совладающего поведения и стрессоустойчивости личности в формировании склонности к химической зависимости у молодежи / Л. Э. Кузнецова, Г. В. Репина // Молодой учёный. — 2016. — № 24 (128). — С. 287–290.

Анализ социально-психологических факторов формирования зависимой личности и зависимого поведения показывает сложность изучаемого феномена. Психологическая коррекция зависимости в силу многофакторности ее формирования требует интегративного подхода, позволяющего проработать различные психологические и психические нарушения зависимой личности.

Психологическая коррекция зависимой личности и зависимого поведения должна быть направлена на гармонизацию «Я-концепции» личности, отработку процесса самопонимания, самопринятия, формирование ценности себя как личности, уверенности в своих способностях и возможности реализации своих жизненно важных целей. Формирование ценности себя как личности предотвращает формирование изоляции внутренней реальности. Человек стремится к самораскрытию, установлению доверительных, основанных на понимании отношений. Принимая себя, он способен принять другого человека таким, какой он есть.

Психологической причиной формирования зависимого поведения становится накопление личностью негативных эмоций и переживаний, неспособность к их вытеснению и проработке. Отработка глубинных психологических проблем, избавление от негативных переживаний, воспоминаний, прощение других, самого себя, принятие себя и жизни здесь и сейчас становится главной задачей психокоррекционной работы, снижающей действие психологических защит и помогающей личности приобрести душевную гармонию [5].

У многих людей формирование зависимого поведения происходит как реакция на стресс. Поэтому, психологическая помощь может быть эффективной только в том случае, если помимо традиционной проработки различных аспектов зависимости, психолог направит свои усилия на выработку продуктивных стратегий совладания со стрессом и обучение навыкам саморегуляции психоэмоционального состояния у зависимого человека [3].

Таким образом, современным подходом коррекции зависимой личности является интегративный подход. Интегративный подход в психологии представляет собой коррекцию психических нарушений с использованием различных методов психотерапии: гештальт-терапии, когнитивно-поведенческой терапии, телесно-ориентированной терапии, нейро-лингвистического программирования, доказавших свою эффективность в реконструкции определенных структур личности, которые задействованы в формировании зависимой личности.

4. Кузнецова, Л. Э. Психологические факторы формирования химической зависимости у молодежи / Л. Э. Кузнецова, Г. В. Репина // Молодой ученый. — 2017. — № 5 (139). — С. 400–402.
5. Valentina I. Rodionova<sup>1</sup>, Lyudmila A. Shvachkina, Leila E. Kuznetsova, Alexandrina N. Eroshenko Victim Behavior Manifestation In Modern Public Culture // Modern Journal of Language Teaching Methods (MJLTM). — Vol. 8, Issue 1, January 2018. — P. 139–149.

# Молодой ученый

Международный научный журнал  
№ 16 (254) / 2019

Выпускающий редактор Г. А. Кайнова  
Ответственные редакторы Е. И. Осянина, О. А. Шульга  
Художник Е. А. Шишков  
Подготовка оригинал-макета П. Я. Бурьянов, О. В. Майер

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.

Журнал размещается и индексируется на портале eLIBRARY.RU, на момент выхода номера в свет журнал не входит в РИНЦ.

Свидетельство о регистрации СМИ ПИ №ФС77-38059 от 11 ноября 2009 г.  
ISSN-L 2072-0297  
ISSN 2077-8295 (Online)

Учредитель и издатель: ООО «Издательство Молодой ученый»  
Номер подписан в печать 01.05.2019. Дата выхода в свет: 08.05.2019.  
Формат 60 × 90/8. Тираж 500 экз. Цена свободная.

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; <https://moluch.ru/>  
Отпечатано в типографии издательства «Молодой ученый», г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.