

ISSN 2072-0297

# МОЛОДОЙ УЧЁНЫЙ

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ



17 2019  
ЧАСТЬ III

16+

# Молодой ученый

## Международный научный журнал

### № 17 (255) / 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 Бекмуратович, кандидат педагогических наук, декан (Узбекистан)  
Кайгородов Иван Борисович, кандидат физико-математических наук (Бразилия)  
Каленский Александр Васильевич, доктор физико-математических наук, профессор (Россия)  
Козырева Ольга Анатольевна, кандидат педагогических наук, доцент (Россия)  
Колпак Евгений Петрович, доктор физико-математических наук, профессор (Россия)  
Кошербаева Айгерим Нуралиевна, доктор педагогических наук, профессор (Казахстан)  
Курпаяниди Константин Иванович, доктор философии (PhD) по экономическим наукам (Узбекистан)  
Куташов Вячеслав Анатольевич, доктор медицинских наук, профессор (Россия)  
Кыят Эмине Лейла, доктор экономических наук (Турция)  
Лю Цзюань, доктор филологических наук, профессор (Китай)  
Малес Людмила Владимировна, доктор социологических наук, доцент (Украина)  
Нагервадзе Марина Алиевна, доктор биологических наук, профессор (Грузия)  
Нурмамедли Фазиль Алигусейн оглы, кандидат геолого-минералогических наук (Азербайджан)  
Прокопьев Николай Яковлевич, доктор медицинских наук, профессор (Россия)  
Прокофьева Марина Анатольевна, кандидат педагогических наук, доцент (Казахстан)  
Рахматуллин Рафаэль Юсупович, доктор философских наук, профессор (Россия)  
Ребезов Максим Борисович, доктор сельскохозяйственных наук, профессор (Россия)  
Сорока Юлия Георгиевна, доктор социологических наук, доцент (Украина)  
Узаков Гулом Норбоевич, доктор технических наук, доцент (Узбекистан)  
Федорова Мария Сергеевна, кандидат архитектуры (Россия)  
Хоналиев Назарали Хоналиевич, доктор экономических наук, старший научный сотрудник (Таджикистан)  
Хоссейни Амир, доктор филологических наук (Иран)  
Шарипов Аскар Калиевич, доктор экономических наук, доцент (Казахстан)  
Шуклина Зинаида Николаевна, доктор экономических наук (Россия)

---

---

**Н**а обложке изображен *Владимир Петрович Филатов* (1875–1956), советский ученый, основатель крупной научной школы офтальмологов, академик АМН СССР.

Владимир Петрович родился в селе Михайловка Саранского уезда Пензенской губернии в семье земского врача. Его отец, Петр Федорович Филатов, четверо из шести братьев которого посвятили свою жизнь медицине, был широко образованным человеком. Работая в области хирургии и глазных болезней в Симбирской земской больнице, он первый пробудил в сыне интерес к медицине, в частности к офтальмологии, и передал ему свою беззаветную любовь и преданность делу.

Юноша любил музыку, стихи, его любимыми занятиями в дни летних каникул были живопись и поэзия, но он без колебаний решил посвятить себя медицине. Однажды, увидев как-то слепого человека, шедшего с палочкой и простукивающего ею свой путь, Владимир Петрович был потрясен и инстинктивно воскликнул: «Каждый человек должен видеть солнце...». Именно эти слова стали впоследствии девизом его жизни.

Он поступил на медицинский факультет Московского университета, а после остался работать там же ординатором в глазной клинике. Часто под руководством своего отца он помогал в больнице во время амбулаторного приема больных и ассистировал при операциях. Здесь молодой студент впервые близко познакомился со страданиями больных, теряющих зрение, и практической работой врача-окулиста.

В 1903 году профессор С. С. Головин пригласил Владимира Петровича на должность ординатора в только что открывшуюся клинику медицинского факультета Новороссийского университета в Одессе. Здесь к нему пришли признание и известность. Вскоре он стал ассистентом, а защитив диссертацию «О клеточных ядах в офтальмологии», получил ученую степень доктора медицины.

Филатов был талантливым и целеустремленным новатором в науке. Его открытия, такие как метод пластики на круг-

лом (филатовском) стебле, тканевая терапия, являются ценнейшим вкладом в медицину. Выдающимся достижением мировой офтальмологии стал разработанный им метод пересадки роговицы, а также новый метод измерения внутриглазного давления — эластотонометрия. Много внимания Филатов уделял глаукоме. Он развивал теорию тонометрии, предложил новые антиглаукоматозные операции, первым в мире открыл в Одесской глазной клинике глаукомный диспансер. Им проводились многочисленные опыты по исследованию жизнеспособности изолированных от организма тканей. Теперь тканевая терапия применялась не только в виде пересадки тканей, но и в виде подкожных инъекций стерилизованных экстрактов, в виде подсадов под кожу.

В 1936 году по инициативе Владимира Петровича в Одессе был открыт Институт экспериментальной офтальмологии, который он и возглавил. Благодаря энергии своего руководителя институт быстро превратился в одно из лучших офтальмологических учреждений страны.

Вся жизнь и деятельность В. П. Филатова были проникнуты любовью к науке и тягой к совершенствованию своих знаний. Владимир Петрович — автор более 450 научных работ, в т. ч. монографий. Он был не только ученым, но и врачом-клиницистом, блестящим хирургом, одаренным педагогом, талантливым художником, интересным рассказчиком и веселым собеседником. Когда наступала весна, жители Одессы нередко видели почтенного ученого в Аркадии, на Малом Фонтане, у берега моря, пишущим свои этюды. В них много зелени, света, воздуха и южного теплого Черного моря, которое он так любил.

Сегодня Институт глазных болезней и тканевой терапии имени академика В. П. Филатова АМН Украины в Одессе — один из ведущих офтальмологических центров Европы и головной институт Украины. На территории института установлен памятник в честь выдающегося ученого.

*Екатерина Осянина,  
ответственный редактор*

---

---

## СОДЕРЖАНИЕ

### ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

|  |     |
|--|-----|
| <b>Бурлаков О. М., Саман И. Е., Осипова О. И.</b><br>Использование информационных технологий<br>в туристическом бизнесе.....   | 135 |
| <b>Винницкая Н.</b><br>Основные этапы проведения стресс-тестирования<br>в нефинансовых организациях.....   | 137 |
| <b>Гарнов М. Г.</b><br>Взаимодействие России и ВТО: особенности,<br>проблемы и перспективы .....   | 139 |
| <b>Гольшев А. О.</b><br>Развитие человеческих ресурсов в условиях<br>цифровизации экономики .....  | 140 |
| <b>Григорашенко А. В.</b><br>Стратегическая модель инновационного<br>развития бизнеса .....  | 142 |
| <b>Коваленко Е. В., Белякова Е. А.</b><br>Развитие финансовых отношений между<br>предприятиями и государством в России<br>как источник налоговых поступлений .....   | 144 |
| <b>Кубанов К. К.</b><br>Актуальные тенденции спортивного<br>спонсорства .....  | 146 |
| <b>Кузьмина А. О., Жерноклеева А. С.</b><br>Современное состояние и тенденции развития<br>пищевой промышленности России.....   | 149 |
| <b>Лычковская Е. А., Жилин И. В., Яричина Г. Ф.</b><br>Сбалансированность дебиторской и кредиторской<br>задолженности организаций Российской<br>Федерации как способ укрепления бюджетов<br>субъектов..... | 152 |
| <b>Маковецкая К. С.</b><br>Оценка и правовое регулирование системы<br>набора, подбора и найма персонала в Центре<br>занятости населения г. Муравленко .....  | 155 |

|   |     |
|---|-----|
| <b>Михайлова А. Е.</b><br>Особенности развития делового туризма<br>в США .....  | 160 |
| <b>Назарова П. Н.</b><br>Основные проблемы и развитие молодежного<br>предпринимательства в РФ .....   | 162 |
| <b>Наумов А. Р.</b><br>Финансовое планирование на предприятии ...   | 163 |
| <b>Ризатдинова А. Р.</b><br>Анализ финансового состояния организации<br>и оценка вероятности его банкротства .....  | 166 |
| <b>Сейфуллин Д. Д.</b><br>Анализ эффективности реализуемых<br>государственных программ поддержки<br>предпринимательства на примере<br>г. Нур-Султан ..... | 168 |
| <b>Сладкова М. В.</b><br>Совершенствование контроля за учетом<br>расчетов с контрагентами.....  | 172 |
| <b>Снеговая О. А.</b><br>Особенности использования инструментов<br>хеджирования рисков на российском рынке...   | 174 |
| <b>Старостин А. П.</b><br>Мотивация труда государственных гражданских<br>служащих на примере Республики Саха<br>(Якутия).....                             | 176 |
| <b>Hoang Thi Mai Anh, To Minh Huong</b><br>The importance of CSR-reporting<br>for Vietnamese companies .....  | 178 |

### ПОЛИТОЛОГИЯ

|  |     |
|--|-----|
| <b>Бахметьев А. Р.</b><br>Культурная дипломатия как феномен<br>современной политики (на примере<br>Европейского союза) ..... | 183 |
| <b>Бурлаков О. М., Саман И. Е.</b><br>Политический бихевиорализм как инструмент<br>изучения политики .....                   | 186 |

**Петрова В. А.**  
Образ России в глазах немецких учёных ..... 187

## СОЦИОЛОГИЯ

**Бердникова А. Ю.**  
Социальный институт культуры: понятие, процесс формирования, признаки, структура, функции. 191

## ПСИХОЛОГИЯ

**Горновой А. А.**  
Процесс формирования поведенческих моделей личности в период раннего детства и дошкольного возраста и их последующее влияние на становление личности человека .. 193

**Зунина А. И.**  
Обоснование системы методов исследования проблемы формирования устойчивости молодежи к кибербуллингу средствами медиаобразования (на примере молодежной группы 14–18 лет) .. 195

**Кузнецова Л. Э., Дризгалина К. А.**  
Особенности формирования суицидального поведения в подростковом возрасте ..... 196

**Мирзаева М. Ж.**  
Psychological foundations of pedagogical design ..... 198

**Побережнюк О. А.**  
О формировании мотивации к обучению у курсантов военных вузов ..... 200

## ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

### Использование информационных технологий в туристическом бизнесе

Бурлаков Олег Максимович, курсант;

Саман Иван Евгеньевич, курсант;

Осипова Оксана Ивановна, кандидат экономических наук, доцент

Академия Федеральной службы охраны Российской Федерации (г. Орел)

*На современном этапе развития общества, информационные технологии должны рассматриваться как стратегический ресурс развития деловой активности туристической организации. Рассмотрено использование информационных технологий в туристическом бизнесе на примере различных турагентств Российской Федерации. Проанализировано состояние автоматизации туристической фирмы.*

**Ключевые слова:** туризм, информационные технологии, информационная система, турпродукт.

Туризм — крупнейшая, высокодоходная и наиболее динамичная отрасль мировой экономики. Высокое развитие туристической сферы влияет на транспорт и связь, торговлю, строительство, сельское хозяйство, производство товаров народного потребления, т. е. на базисные экономические секторы. Таким образом, большое значение имеет формирование высокоразвитой туристской индустрии, т. к. это является одним из самых продуктивных направлений структурной перестройки российской экономики.

Заинтересованность в технологиях, облегчающих труд менеджера турфирмы, крайне высокий. Установившийся в последнее десятилетие неконтролируемый рынок туристских услуг в России, в общем и целом, при слабом развитии начала, который координировал бы действия туристических фирм, находится в состоянии, кризиса и российские объекты, вопреки огромному рекреационному потенциалу страны, на сегодняшний день не состоят в постоянных международных туристских цепях. Причиной таких противоречий является отсутствие проверенной и достоверной информации о состоянии на рынке и обычного для клиентов запада сервиса, который базируется на всех возможностях, которые обеспечиваются современными средствами связи [1, 4].

На сегодняшний день, формирование и отправка туристских групп за границу и, наоборот, без эксплуатации информационных технологий имеет малую эффективность даже в крупнейших городах России: Москве и Санкт-Петербурге, не говоря уже о регионах. Нюансы реализации туристского продукта не дает возможности судить о целостном рынке без достаточного информационного обеспечения. Туристические фирмы и органы управления туризмом, которые вступают на рынок международного уровня встречаются на пути своей деятельности проблемы освоения новых информационных технологий, являющиеся важным усло-

вием международной интеграции и современной концепции туристского бизнеса как информационно-насыщенной сферы [4, 5].

По этой причине, сегодня, исследование имеющихся информационных систем в туризме, базовых сфер применения информационных технологий и создание советов и инструкций для менеджеров турагентств с целью использования информационных систем является актуальным вопросом.

Деятельность турагентств в России направлена на выездной туризм и захватывает почти всевозможные направления, помогает оформлять загранпаспорта, визы, а также помогает выбрать вид отдыха в России.

Основные задачи турагентств:

- полноценное и широкое объяснение возможностей отдыха и путешествий по имеющимся турам, курортам, туристическим центрам и т. д. рекламирование этой информации;
- обеспечение организации продажи туристического продукта, соблюдая передовые методы торговли, используя специфику и нюансы туристического бизнеса.

Турагент презентует туристический продукт покупателю в форме комплексов (инклюзив-туров) или свободного набора услуг (заказных туров).

Автоматизация турагентств включает конкретный набор функций:

- получение и обработка актуальной информации от туроператоров;
- ведение внутреннего документооборота;
- выстраивание коммуникации с туроператором;
- ведение бухгалтерии;
- анализ данных и получение статистических отчетов.

Работа с клиентом, обратившимся в туристическую фирму, происходит начиная с оформления заявки на тур.

В документ вносятся данные заказчика, туроператора, плательщика, выбранные услуги, сроки и суммы оплаты, имеется возможность включения дополнительной информации: статус заявки, сведения об уведомлении клиента о подтверждении заявки, график оплаты. Заполненная заявка в любой удобной форме (печатной или электронной) отправляется туроператору, при получении подтверждения заказанного тура, агентство принимает оплату от клиента. Путевка заказчику выписывается на основании заявки, таким образом, практически все поля и графы документа «Путевка» заполняются автоматически. В состав программы входит ряд специальных забалансовых счетов, благодаря которым имеется возможность отслеживать стадии прохождения заказов: от первичного ввода до полного закрытия и отчета туроператору (рис. 1) [3].

Как показано на схеме, система предоставляет специализированный блок учета туристической деятельности, автоматизирующий основные бизнес-процессы турфирмы:

- ведение полной справочной информации о географических направлениях, отелях, турах, турпродук-

- тах (турпакеты и отдельные услуги), туристах, плательщиках, поставщиках, проезде, рекламе;
- оформление заявок покупателей на туристические продукты с автоматическим созданием листов бронирования, заявок на бронирование поставщику, форм (ТУР-1, Санаторно-Курортная, Форма № 2, Детская путевка), договоров, приходных кассовых ордеров, счетов, ваучеров, чеков;
- выписка путевок разнообразных форм, которые существуют в данной отрасли, учет бланков строгой отчетности (БСО) по количеству, номерам и сериям;
- создание полноценного пакета первичных документов, которые необходимы для правильного проведения продаж турпродуктов;
- формирование внутренних управленческих отчетов по продажам, отчетов для поставщиков туруслуг. Аналитическая отчетность получается в разрезе платежей, туров, географических маршрутов, клиентов, их категорий, видов форм бланков, источников рекламы.



Рис. 1. Схема автоматизированного документооборота по турагентской деятельности

Турпродукт формируется с помощью выборки данных из всевозможных справочников и классификаторов. Информация в справочниках создается по данным условий контрактов с принимающей стороной или с отелями. По мере поступления новой информации (новые отели, спе-

циальные предложения, остановки продаж) эти справочники пополняются [2, 4].

На базе заполненных справочников создаются пакеты. Учитывая это менеджер, который отвечает за формирование пакета, обязан иметь инструмент, который позво-



ляет использовать разнообразные схемы ценообразования для различных объектов (например, иметь разные цены для разных групп отелей, рейсов, устанавливать различные наценки и скидки разных партнеров).

Когда пакеты сформированы и уже готовы к продаже, они поступают на реализацию. Здесь важно заметить, что если для малого турагентства оперативность введения заявки не критична, то для туроператоров это является серьезным преимуществом [1].

В целом, такая информационная система должна оказывать неоценимую помощь менеджеру во время работы с клиентами турфирмы:

- подбор стандартного или создание индивидуального маршрута;

- выбор время тура;
- создание анкет туриста;
- бронирование услуг тура;
- помощь в оформлении скидок, комиссий, доплат и создание конечной стоимости тура для клиента или партнера.

Информационная система используется также для формирования локальной туристской информационной системы в регионе, для продвижения местных турпродуктов. Также, предложенные информационные технологии дают возможность менеджменту туристских фирм выбирать пути эксплуатации информационных систем, которые предлагают на рынке, позволяют разобраться в потоке компьютерных технологий, быстро появляющихся на российском рынке.

#### Литература:

1. Алеева, В. А. Применение современных информационных технологий в управлении бизнесом в сфере туризма / В. А. Алеева, Ю. Д. Мочалова // Бизнес-образование в экономике знаний. — 2018, № 3. — С. 3–7.
2. Бочарников, В. Н. Информационные технологии в туризме [Текст]: учебное пособие / В. Н. Бочарников, Е. Г. Лаврушина, Я. Ю. Блиновская. — 2-е изд., стер. — М.: ФЛИНТА, 2013. — 358 с.
3. Дербенов, Ч. Ю. Информационные системы и информационно-коммуникационные технологии в бизнесе [Текст]: учебное пособие / Ч. Ю. Дербенов. — Ростов-на-Дону: Медиаграф, 2016. — 152 с.
4. Цыринова, Н. С. Современные инновационные технологии в туристической отрасли [Текст] / Н. С. Цыринова // Молодой ученый. — 2016. — № 27.2. — С. 45–46.
5. Чудновский, А. Д. Информационные технологии управления в туризме [Текст]: учебное пособие / А. Д. Чудновский, М. А. Жукова. — 4 изд., стер. — М.: Кнорус, 2016. — 102 с.

## Основные этапы проведения стресс-тестирования в нефинансовых организациях

Винницкая Надежда, студент магистратуры

Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта (г. Калининград)

*В современных рыночных экономических условиях для предприятий важен учет внешних факторов для выработки стратегии с учетом слабых сторон. В таких условиях инструмент стресс-тестирования является необходимым для оценки и прогнозирования степени влияния финансовых рисков и возможных изменений риск-факторов внешней среды. В статье представлен метод стресс-тестирования для прогнозирования финансовой устойчивости предприятия.*

**Ключевые слова:** стресс-тестирование, финансовая устойчивость, внешние факторы, управление рисками.

## Stress-testing as a method for predicting the financial stability of enterprise

*This article examines the economic conditions in modern market, it is important for enterprises to take into account external factors for developing a strategy with account of weaknesses. In such conditions, a stress-testing tool is necessary to assess and predict the degree of influence of financial risks and possible changes in environmental risk factors. The article presents a stress testing method for predicting the financial sustainability of an enterprise.*

**Keywords:** stress-testing, financial sustainability, external factors, risk management

Роль экономического прогнозирования на предприятиях возросла в связи со сложившимися современными условиями политической, социальной и экономической нестабильности, возрастанием числа финансовых

кризисов на мировых рынках. Экономисты в своих трудах описывают, что после выхода из кризиса мировая экономическая система будет на новом уровне развития. Данный факт подталкивает предприятия разрабатывать но-

вые инструменты для анализа и управления деятельности организации.

В современных условиях развития рынка и экономики при формировании финансовых результатов значимую роль играют внешние факторы бизнес-среды, анализ их влияния на деятельность компании. При этом особое внимание уделяется экономическому прогнозированию. Экономическое прогнозирование рассматривают как «совокупность способов и приемов разработки прогнозов, осуществляемых на основе анализа данных ретроспективного периода, внешних и внутренних факторов влияния, а также количественных их изменений» [4], которые можно классифицировать по различным признакам. Степень формализации выступает основным критерием, на основании этого выделяют интуитивные (качественные) и формализованные (количественные) методы прогнозирования. Когда объект исследования сложен и практически невозможно учесть влияния не него всех факторов, то применяют интуитивные методы и строят прогнозы на основе экспертных оценок. Формализованные методы основываются на данных статистики и имеют эффективность только в том случае, если внешняя среда не претерпевает частых и резких изменений. Финансовые риски требуют применения одновременно интуитивных (качественных) и формализованных (количественных) методов прогнозирования. Таким образом, инструмент стресс-тестирования позволяет оценить и спрогнозировать влияние внешних факторов и финансовых рисков на финансовое состояние предприятия.

Стресс-тестирование — это метод анализа и прогнозирования рисков, возникновению которых подвергаются предприятия. Этот инструмент является одной из форм тестирования экономической системы, целью которой стоит определение все возможных результатов развития системы в наиболее кризисных условиях. Использование инструмента стресс-тестирования в различных областях экономики имеет отличительные особенности, которые могут изменяться в зависимости от специфики деятельности, размеров предприятия, конъюнктуры рынка и т. д.

В данном научном исследовании представлены и описаны основные этапы проведения стресс-тестирования в нефинансовых организациях.

На этапе 1 происходит анализ внешних и внутренних факторов рисков, выявление финансовых рисков, которые оказывают значительное влияние на деятельность организации.

На следующем 2 этапе для последующего проведения стресс-теста необходима разработка финансовой модели предприятия. Её суть заключается во взаимосвязи системы показателей вместе с информацией, которая отражает актуальное финансовое положение компанией на отчетную дату. Для построения финансовой модели происходит детальный анализ всех финансовых показателей предприятия. Управление данной моделью происходит путем определения величины изменения отдельных показателей финансовой устойчивости предприятия под влиянием факторов риска, которые были выделены на этапе 1.

На 3 этапе разрабатываются стресс-сценарии для тестирования финансовой устойчивости предприятия, в основе которых — финансовые риски, которые определены как наиболее критичные для деятельности организации.

На последнем этапе происходит расчёт стресс-тестов и расчёт результатов. Расчёт заключается в том, что в соответствии в разработанными сценариями проведения стресс-теста изменяются параметры финансовой модели предприятия. По результатам данного этапа разрабатываются рекомендации по оптимизации структуры капитала предприятия с целью уменьшения потерь предприятия в случае наступления финансовых рисков.

На предприятиях нефинансового сектора использование инструмента стресс-тестирования особенно отличается от финансовых предприятий, и объектом данного метода анализа, прогнозирования рисков выступает финансовая устойчивость предприятия. Стресс-тестирование может выявить готовность предприятия к кризисным ситуациям, оценить его слабые стороны и проработать возможные сценарии развития. Комплексное видение перспектив развития организации, определение чувствительности баланса и финансовых результатов на изменение экономических условий на рынке являются основным преимуществом проведения стресс-тестирования. Таким образом, можно сказать, что эффективная деятельность предприятия зависит от правильно выбранных современных методов и инструментов управления, одним из которых является стресс-тестирование.

#### Литература:

1. Гражданский Кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. От 28.03.2017) [Электронный ресурс]. Российская газета [официальный сайт]. URL: <https://rg.ru/2008/05/22/gk-2-dok.html> (дата обращения 02.04.2019);
2. Григорян А. А. Использование стресс-тестирования при прогнозировании финансовой устойчивости организации // Международный бухгалтерский учет, 2011. № 2 URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-stress-testirovaniya-pri-prognozirovanii-finansovoy-ustoychivosti-organizatsii.pdf>
3. Пашута Н. Т. Основы прогнозирования и программирования макроэкономики: конспект лекций / Н. Т. Пашута.
4. Яхина Т. Р., Фощан В. В. Стресс-тестирование как метод прогнозирования и оценки финансовых рисков торгового предприятия // Бизнес Информ, 2014. № 7 URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/stress-testirovanie-kak-metod-prognozirovaniya-i-otsenki-finansovyh-riskov-torgovogo-predpriyatiya>.

## Взаимодействие России и ВТО: особенности, проблемы и перспективы

Гарнов Максим Георгиевич, студент  
Санкт-Петербургский государственный университет

Вступление России в ВТО пять лет назад было самой обсуждаемой экономической темой. И не зря: Российская Федерация вела переговоры о вступлении начиная с 1993 года и только в конце 2011 года было подписано соглашение. Тогда, да и сейчас, этот факт сопровождается как положительными оценками и прогнозами, так и строгой критикой различных экспертов, аналитиков и экономистов. Для того, чтобы наиболее глубоко оценить особенности, проблемы и перспективы взаимодействия России и ВТО, необходимо углубиться в теоретические вопросы данного аспекта международной экономики и торговли.

Международная торговля стала неотъемлемой частью процесса глобализации экономики, у которой есть свои преимущества и недостатки. Что же дает внешняя торговля странам? Во-первых, согласно теории, позволяет укрепить позиции страны на мировой арене. Во-вторых, способствует противодействию естественному снижению нормы прибыли. Это достигается в конечном итоге за счет использования более дешевой зарубежной рабочей силы, сырья, массово производя товары, что снижает издержки фирмы. Внешняя торговля, расширяя масштабы производства, позволяет получать производителям добавочную прибыль, которая образуется за счет реализации товаров на рынках менее развитых стран [4].

Однако встает вопрос как именно организовать и проводить внешнюю торговлю в условиях, когда у каждого государства свой свод законов, положений и правил. Дать ответ на этот вопрос и урегулировать торгово-политические отношения призвана Всемирная торговая организация. ВТО базируется на Генеральном соглашении по тарифам и торговле (ГАТТ), которое было создано в 1947 году с целью восстановления мировой экономики после Второй мировой войны. К слову, до начала 1990-х, как бы странно это не показалось, данное соглашение «исполняло роль» ВТО.

Всемирная торговая организация на сегодняшний день состоит из 164 стран-участниц, между которыми подписаны соглашения и установлены особые правила экспорта и импорта товаров и услуг. Соглашение между Россией и ВТО было подписано 16 декабря 2011 года, а официально Россия вошла в состав стран-участниц ВТО только 22 августа 2012 года после прохождения процедуры ратификации соглашения.

В рамках переговоров по товарам было подписано 57 двусторонних протоколов о либерализации доступа на рынок товаров. Итак, как же будут выглядеть в результате присоединения к ВТО применяемые Российской Федерацией импортные пошлины. Стороны договорились о связывании тарифа на всю несельскохозяйственную продукцию на уровне 7,3% (по сравнению с действующим на 2011 г. 9,5%). С одной стороны, это можно рассматривать как определенную неудачу российских переговор-

щиков, так как это ниже уровня связывания, изначально предлагаемого Россией. С другой стороны, представленный уровень таможенной защиты превышает тот, который существует в развитых странах. Между тем, на глобальной арене Россия сегодня во многом пытается позиционировать себя в качестве мощной экономической державы. Снижение пошлин можно также рассматривать с той точки зрения, что на ряд инвестиционных товаров цены снизятся, и это положительно отразится на развитии российской экономики.

Вместе с тем было бы ошибкой считать, что снижение пошлины на какое-то количество процентных пунктов обязательно автоматически приведет к падению цены на продукт в том же объеме. Логично предположить, что импортер товара может рассматривать разницу между старой и новой ценой в качестве некой маржи, часть которой он захочет оставить себе. Поэтому по ряду товаров мы можем ожидать определенное снижение цены, но не в том объеме, который может обеспечить пошлина.

Первоначально провозглашались следующие основные цели вступления России в ВТО:

- Улучшение имиджа Российской Федерации в мире и получение статуса полноправного участника международной торговли;
- Получение доступа российской продукции к иностранным рынкам на лучших условиях по сравнению с существующими;
- Участие в разработке международных правил торговли, что позволит в известной степени защищать собственные интересы, так как ВТО остается единственным и пока безальтернативным регулятором мировой торговли;
- Появление условий, необходимых для повышения качества и конкурентоспособности товаров и услуг отечественных производителей;
- Возможность разрешения потенциально возникающих торговых споров с помощью международного механизма;
- Привлечение иностранных инвестиций, создание благоприятного для них климата в силу необходимости приведения российских законодательных норм в соответствие с международными стандартами ВТО;
- Упрощение доступа российских инвесторов к деятельности в странах-членах ВТО [3].

Конечно же вступление России в такого рода международную организацию, более глубокая интернационализация, проникновение на международные рынки несет в себя ряд рисков. Например, ожидался рост конкуренции на внутреннем российском рынке, в особенности в секторе сельского хозяйства, пищевой и легкой промышленности, машиностроения. Такой резкий рост конкуренции мог существенно снизить преимущества от вступления в ВТО в силу того, что отечественные производители и предприя-

тия просто не смогли бы конкурировать с производителями из развитых стран в разрезе качества продукции. Кроме этого, ожидалось затруднения в продвижении отечественной продукции на зарубежные рынки, чего в общем и целом, не произошло: был подписан ряд союзов по поставке российской продукции за рубеж.

Аналитики ЦБ РФ отмечают улучшения по некоторым направлениям и снижения цен на некоторые группы товаров (птица, свинина), порой ниже среднемирового уровня. Однако по-прежнему не могут конкурировать с импортом по цене тепличные овощи, сахар, молокопродукты и говядина [5]. В целом наблюдается положительная динамика в разрезе импортозамещения: на сегодняшний день в России достаточное количество отечественных производителей и продуктов, но остается открытым вопрос насколько они конкурентоспособны и вынесут ли конкуренцию в случае отмены эмбарго и резким наполнением рынка зарубежными товарами. В связи с этим необходимо переориентировать АПК к технологическим улучшениям и повышению эффективности производства.

Агропромышленный сектор — одна из немногих областей, где активно происходит импортозамещение. На взгляд автора, это возможно в силу того, что данная отрасль относится к сравнительному преимуществу страны (по теории Д. Рикадо). В других отраслях дела обстоят несколько хуже.

Таким образом, Россия вступила в ВТО на довольно выгодных условиях: делегации удалось убедить торговых партнеров, что резкое открытие рынка негативно скажется на России и нам предоставили «отсрочку». Процесс интеграции должен был осуществляться постепенно: пошлины снижались до обозначенных в соглашении значений в течение 2–3 лет. На сегодняшний день, по заявлению Еврокомиссии Россия выполнила не все условия вступления. Очевидно, что санкции в этом случае сыграли не последнюю роль.

«Санкционная война», на мой взгляд, дает возможность отечественным производителям в «тепличных» условиях, с поддержкой со стороны государства развить свои производства, бизнес, подготовиться к снятию эмбарго, чтобы уровень отечественной продукции был конкурентным по сравнению с зарубежной. Очевидно, что во всех сферах экономики Россия не сможет стать первой, у нее есть свои сравнительные преимущества, на развитие которых и стоит потратить силы и средства, и импорт — это нормальное явление для любой страны. Однако следует обратить внимание на необходимость снижения зависимости от зарубежных продуктов и услуг, поддержку отечественных производителей, что в условиях санкций делать наиболее целесообразно.

#### Литература:

1. Бюллетень Департамента исследований и прогнозирования Банка России «О чем говорят тренды: макроэкономика и рынки», Июнь 2018 год. [https://www.cbr.ru/Collection/Collection/File/6653/bulletin\\_18-04.pdf](https://www.cbr.ru/Collection/Collection/File/6653/bulletin_18-04.pdf)
2. ВТО предписала России изменить пошлины на легкие грузовики // <https://www.rbc.ru/economics/27/01/2017/588b669e9a794778cff19737>
3. Левина Ю. Е. Вступление России в ВТО, выгоды и риски // СТЭЖ. 2014. № 1 (19). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vstuplenie-rossii-v-vto-vygody-i-riski> (дата обращения: 01.06.2018).
4. Международная торговля: учебник для бакалавриата и магистратуры / Р. И. Хасбулатов [и др.]; под общ. ред. Р. И. Хасбулатова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 405 с.
5. Отчет о промежуточных результатах экспертно-аналитического мероприятия «Анализ мер, принимаемых органами государственной власти по выполнению обязательств и реализации прав Российской Федерации, связанных с присоединением к ВТО, по оценке влияния норм и правил ВТО на бюджетную систему и отрасли экономики» [https://web.archive.org/web/20131107042904/http://www.ach.gov.ru/userfiles/bulletins/03-buleten\\_doc\\_files-ll-2360.pdf](https://web.archive.org/web/20131107042904/http://www.ach.gov.ru/userfiles/bulletins/03-buleten_doc_files-ll-2360.pdf)

## Развитие человеческих ресурсов в условиях цифровизации экономики

Голышев Антон Олегович, студент  
Санкт-Петербургский государственный экономический университет

*Данное исследование имеет целью рассмотреть влияние процесса цифровизации экономики на развитие человеческих ресурсов на государственном уровне, а именно меры, которые принимает правительство. Конкретизированы понятия «цифровизация», «цифровая экономика». Обоснована целесообразность рассматриваемых мероприятий.*

**Ключевые слова:** цифровая экономика, человеческие ресурсы, развитие человеческих ресурсов, развитие информационного общества, кадры и образование.

Исследование процесса развития и трансформации человеческих ресурсов в Российской Федерации в условиях цифровизации экономики вопрос открытый и слабо исследованный. Переход к цифровой экономике является естественным состоянием развития экономики России, о котором официально заявляет глава государства — Владимир Владимирович Путин, также на государственном уровне отмечается необходимость развития и трансформации человеческих ресурсов. Такие изменения в экономической деятельности страны неизбежно приведут к серьезным изменениям на рынке труда. Таким образом, вышенаписанное определяет актуальность исследования данного вопроса.

Процесс цифровизации можем охарактеризовать как возможность использование онлайн и инновационных цифровых технологий всеми участниками экономической системы, как отдельными людьми, так и крупными компаниями, государствами, для оптимизации хозяйственной деятельности.

В Стратегии развития информационного общества РФ 2017–2030 гг. дано следующее определение: «цифровая экономика — это деятельность, в которой ключевыми факторами производства являются данные, представленные в цифровом виде, а их обработка и использование в больших объемах, в том числе непосредственно в момент их образования, позволяют по сравнению с традиционными формами хозяйствования существенно повысить эффективность, качество и производительность в различных видах производства, при хранении, продаже, доставке и потреблении товаров и услуг». [3]

На заседании Правительственной комиссии по использованию информационных технологий для улучшения качества жизни и условий ведения предпринимательской деятельности, которое прошло 9 февраля 2018 года, был утверждён план мероприятий по направлению «Кадры

и образование» программы «Цифровая экономика Российской Федерации».

Как отметил премьер-министр, Дмитрий Медведев, любое предприятие, любое производство, любая сфера деятельности — это всегда люди, которые работают.

По его словам, нужно совершенствовать систему образования, чтобы она могла обеспечить цифровую экономику грамотными кадрами.

Направление «Кадры и образование» содержит 5 основных целей: [2]

Создание системы мотивации граждан по освоению необходимых компетенций и участию в развитии цифровой экономики России:

1. Система образования должна отвечать новым вызовам, содействовать всестороннему развитию обучающихся, готовить компетентные кадры для цифровой экономики;
2. Создание ключевых условий для подготовки кадров цифровой экономики;
3. Работодатели должны содействовать развитию персонала с учетом требований цифровой экономики;
4. Создание условий реализации направления «Кадры и образование» программы «Цифровая экономика Российской Федерации».

Данные задачи затрагивают не только изменение системы образования, но и повышение мотивации граждан к принятию активного участия в изменениях, а также стимулированию работодателей к содействию реализации данной программы. То есть, программа носит совокупный характер, в котором главными элементами являются — люди, как человеческие ресурсы, работодатели, и, непосредственно, правительство. Без участия одного из элементов, реализация программы станет невозможна.

Также подготовлена «дорожная карта», которая выделяет 3 основных этапа реализации программы:

Таблица 1. Основные этапы реализации программы «Кадры и образование» [1]

| Направление развития цифровой экономики | 2018  | 2020  | 2024  |
|---|---|---|---|
| Кадры                                   | Разработаны образовательные и профессиональные нормативные документы, требования к описанию компетенций цифровой экономики, их апробация. | Обеспечение ресурсами и согласование работы структур образования: общего, профессионального, дополнительного в интересах ЦТ. Формирование персональной траектории развития и аттестации компетенций для цифровой экономики. | Создание постоянно обновляемого кадрового потенциала цифровой экономики и компетентности граждан. |

Ожидаемые результаты

После выполнения мероприятий программы, которые рассчитаны на 2018–2024 годы. Ожидаются определенные результаты. Например, разработка система распространения персональных цифровых сертификатов. Должна появиться система оценки уровня компетенций, по результатам которой будут предоставляться преимущества поступающим в ВУЗы. Создание программ обучения и тестиро-

вания, которые направлены на формирование ключевых компетенций цифровой экономики.

Для преподавателей могут быть разработаны программы повышения квалификации с учетом стандартов «Ворлдскиллс Россия» по компетенциям, приоритетным для цифровой экономики.

Создание системы цифровых бонусов, которая позволит учащимся получать вознаграждения за различные до-

стижения (победа на олимпиаде или в спортивном состязании, общественная активность и т. п.) и запускать стартапы, получать инвестиции венчурных фондов.

К концу 2024 года должно быть разработано 20 программ повышения квалификации по компетенциям, востребованным в цифровой экономике. [4]

Следует развивать системы дистанционного образования, которые могут повысить доступность получения актуальных знаний для многих людей, независимо от того, где они проживают. Также такой способ передачи данных позволяет людям с ограниченными возможностями повышать свою конкурентоспособность на рынке труда.

Выводы. Влияние цифровизации экономики на человеческие ресурсы факт известный и неоспоримый, тем не менее, на уровне правительства координация этого процесса

только набирает свои обороты. На данный момент правительство делает упор на изменение системы образования, а также на возможность повышения квалификации людей для того, чтобы соответствовать существующим требованиям цифровой экономики. Следует отметить, как было указано в тексте статьи, что развития человеческих ресурсов для соответствия требованиям цифровой экономики необходимо участие не только правительства, с предлагаемыми мерами и программами, но также работодателей и самих людей. Таким образом, вопрос развития человеческих ресурсов на государственном уровне является актуальным, который требует исследования и разработки предложений, которые могут быть полезны для развития людей, их трансформации в предлагаемых условиях.

#### Литература:

1. Распоряжение от 28 июля 2017 г. № 1632-р об утверждении программы «Цифровая экономика Российской Федерации». URL: <https://goo.gl/XvEckg>
2. План мероприятий по направлению «Кадры и образование» программы «Цифровая экономика Российской Федерации» URL: <http://ar.gov.ru/ru-RU/menu/default/view/69>
3. Указ Президента Российской Федерации от 09.05.2017 г. № 203 О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы. URL: <http://kremlin.ru/acts/bank/41919>
4. Статья «Кадры и образование в цифровой экономике». URL: <https://goo.gl/4zzNED>

## Стратегическая модель инновационного развития бизнеса

Григорашенко Анастасия Витальевна, студент  
Государственный университет по землеустройству (г. Москва)

*В статье рассматриваются различные стратегические модели инновационного развития бизнеса. Обозначены требования и особенности выбора конкретной модели реализации инновационного вектора развития предприятия.*

**Ключевые слова:** инновации, модель, развитие, стратегия, предприятие, бизнес.

## Strategic business development model

*The article discusses various strategic models of business innovation. The requirements and features of the choice of a specific model for the implementation of an innovative vector of enterprise development are indicated.*

**Keywords:** innovation, model, development, strategy, enterprise, business.

В социально-экономическом пространстве глобализированной системы хозяйствования, под действием стремительного потока перманентных изменений в процессе завоевания конкурентных позиций на рынке, особого внимания заслуживает активизация инновационной деятельности бизнеса, которая обусловлена возникновением и распространением качественно новых запросов потребителей [1].

Теория стратегического управления охватывает проблематику инноваций в различных конфигурациях, сфе-

рах и исследовательских аспектах. Познавательным интересным является взгляд на инновации, как на важный элемент формирования стратегий, а также бизнес-моделей, которые корреспондируют с ними.

В данном контексте особенно важной научно-исследовательской проблемой на сегодняшний день являются структуры и принципы построения современных бизнес-моделей, в которых особую роль играют различные формы инноваций, что в свою очередь обуславливает актуальность, теоретическую и практическую значимость выбранной темы

исследования. Исследование моделей инновационного развития бизнеса в последнее время получило широкое распространение в работах таких авторов, как В. Богачева, М. Бромвич, С. Валдайцева, Т. Васильева, П. Виленский, И. Волкова и др.

Однако недостаточная разработанность теоретических и методических аспектов совершенствования бизнес-моделей развития бизнеса с учетом инновационных факторов, а также особая значимость решения практических задач их выбора и реализации в системе менеджмента предприятия, вызывают необходимость проведения дальнейших углубленных исследований и анализа.

Стратегическая модель развития бизнеса в целом позволяет достаточно полно описать логику и методы ведения бизнеса, включая организационно функциональную и технологическую структуру, взаимодействие с поставщиками и потребителями, движение средств, финансовую эффективность и др. [2].

Для менеджмента предприятий, принимающих решение о необходимости активизации своей инновационной деятельности, особое значение имеет релевантный выбор формата стратегической модели развития и системное обоснование всех ее компонентов. Указанное обусловлено наличием высоких рисков начальных стадий коммерциализации новшеств. Эмпирические исследования показывают, что к основным проблемам, влияющим на процессы управления инновационным развитием бизнеса, можно отнести следующие: ограниченность финансирования инновационной деятельности, отсутствие у предприятий современной базы для внедрения разработок из-за износа или отсутствия необходимого оборудования, отсутствие кадров, способных эффективно управлять инновационным процессом, нечеткая государственная политика в сфере инноваций [3].

Очевидно, что инновационная деятельность должна восприниматься как инструмент повышения эффективности функционирования предприятия. В условиях реализации

стратегии инновационного развития предприятия бизнес-модель должна быть направлена на управление цепочкой создания инновационной стоимости.

На практике каждое предприятие выбирает ту или иную стратегическую модель построения инновационного бизнеса в зависимости от объема инвестиций и результатов анализа соответствия возможностей потребностям рынка в контексте предложения определенных инноваций потребителям.

На сегодняшний день в развитии инновационного бизнеса особую популярность получили интеграционные бизнес-модели, которые обеспечивают: уверенность в успешном управлении инновационной политикой и коммерциализацией идей; возможность контроля над расходами и сроками внедрения технологических проектов; финансовую устойчивость предприятия; использование проектного подхода в управлении инновациями. При этом предприятие получает статус эксперта на своем сегменте рынка, а инновации становятся атрибутом фирменного стиля.

Предприятиям, которые работают в сфере высоких технологий, для внедрения инноваций целесообразно использовать стратегическую модель технологического брокерства, которая позволяет эффективно решать вопросы, касающиеся исследований и развития производства, основанного на интеллектуальных активах. Технологический брокер проводит междисциплинарные исследования в управлении, бизнесе, праве и технологиях, пользуется поддержкой широкой сети экспертов по всему миру. Технологический брокер способствует формированию и использованию инструментов создания и облегчения ведения конкурентоспособного бизнеса, основанного на инновациях. Подытоживая, следует отметить, что выбор модели инновационного развития предприятия зависит от многих факторов, поскольку для эффективного и успешного ее применения необходимо провести анализ ряда показателей.

#### Литература:

1. Сергеева Е. С. Проблемы формирования финансового результата деятельности организаций в современных условиях // ФЭС: Финансы. Экономика. — 2018. — Т. 15. — №3. — С. 22–27.
2. Бек Н. Н., Гаджаева Л. Р. Открытые инновационные бизнес-модели и стратегии: особенности, проблемы, перспективы развития // Вестник Московского университета. Серия 6: Экономика. — 2018. — №1. — С. 140–159.
3. Zhamoitsina D. S. The role of an innovation in entrepreneurship and business // Вестник молодых ученых Санкт-Петербургского государственного университета технологии и дизайна. — 2018. — №4. — С. 479–484.

## Развитие финансовых отношений между предприятиями и государством в России как источник налоговых поступлений

Коваленко Елена Валентиновна, кандидат экономических наук, доцент;  
Белякова Екатерина Анатольевна, студент  
Омский государственный педагогический университет

*В статье рассмотрены особенности развития финансовых отношений между предпринимательскими структурами и государством. Проанализирована роль предприятий при формировании государственного бюджета. Выделены факторы, формирующие налоговую нагрузку предпринимательских структур.*

**Ключевые слова:** финансовые отношения, государство, предприятия, налоговые поступления, бюджетная политика.

Финансовые отношения — это экономические отношения между субъектами, которые связаны с формированием и распределением денежных средств. На сегодняшний день существует широкая классификация разновидностей финансовых отношений. Однако, одну из ключевых ролей занимают финансовые отношения между предприятиями и государством. Именно два вышеперечисленных субъекта являются системообразующими элементами социально-экономического развития Российской Федерации.

Зачастую, финансовые отношения между предпринимательскими структурами и государством происходят в рамках уплаты налогов и обязательных сборов. Именно по этой причине развитие финансовых отношений между данными субъектами является ключевым фактором налоговой политики страны. Таким образом, финансовые отношения между предприятиями и государством выступает главным ис-

точником налоговых поступлений, формируя при этом его бюджетные средства, от распределения которых в дальнейшем зависит социально-экономическое развитие России.

Целью научной статьи является анализ развития финансовых отношений между предприятиями и государством в России через аспект формирования налоговых поступлений в бюджет страны. В частности, актуальными является анализ налогообложения прибыли, налоговой нагрузки отечественных предприятий и динамика поступления средств в федеральный бюджет.

С целью анализа роли налогообложения прибыли, как одного из элементов финансовых отношений между предприятиями и государством в России, необходимо проанализировать динамику структуры доходов консолидированного бюджета страны, где можно оценить роль данного налога (таблица 1).

Таблица 1. Структура доходов консолидированного бюджета Российской Федерации в период 2012–2017 гг. [1]

|                       | 2012   | 2013   | 2014   | 2015   | 2016   | 2017   |
|-----------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Доходы всего          | 23,435 | 24,442 | 26,766 | 26,922 | 26,181 | 31,046 |
| Нефтегазовые доходы   | 6,453  | 6,534  | 7,433  | 5,862  | 4,844  | 5,971  |
| Ненефтегазовые доходы | 16,981 | 17,908 | 19,332 | 21,059 | 23,337 | 25,074 |
| НДС                   | 3,545  | 3,539  | 3,931  | 4,234  | 4,571  | 5,137  |
| Акцизы                | 0,837  | 1,015  | 1,072  | 1,068  | 1,356  | 1,521  |
| Налог на прибыль      | 2,355  | 2,071  | 2,375  | 2,599  | 2,770  | 3,290  |
| НДФЛ                  | 2,261  | 2,499  | 2,702  | 2,807  | 3,018  | 3,252  |
| Ввозные пошлины       | 0,732  | 0,683  | 0,652  | 0,565  | 0,563  | 0,588  |
| Страховые взносы      | 4,103  | 4,694  | 5,035  | 5,636  | 6,326  | 6,784  |
| Прочие                | 3,145  | 3,404  | 3,562  | 4,148  | 4,731  | 4,501  |

Так, в 2017 году, общий объем доходов консолидированного бюджета России составлял 31,046 трлн рублей, из которых 3,29 трлн рублей налог на прибыль. Как видим, доля данного налога в общей структуре государственных и бюджетных доходов не столь значительный, что возможно связано с достаточно низкой ставкой по сравнению с зарубежными странами (рис. 1).

На сегодняшний день, ставка налога на прибыль в России составляет 20%. В США, например, ставка составляет 39,2%, в Германии — 30%, во Франции — 36%, а в Японии — рекордные 40%. При этом, наиболее низкая ставка налогообложения прибыли в Швейцарии — 8,5%,

что совместимо с его статусом мирового центра банковских офшоров.

Оценивая эффективность налоговой политики и налогообложения прибыли, необходимо осознавать, что оценка зависит ни сколько от процентной ставки, сколько от государственной системы налоговых льгот, которые предприятия получают взамен за активную инвестиционную деятельность, стимулирующая быстрые темпы социально-экономического развития страны.

Важным аспектом формирования финансовых отношений между государством и предпринимательскими структурами является процесс обсуждения условий налоговой



политики. В частности, лояльным является использование экономического лоббизма с целью снижения уровня налоговой нагрузки или налоговой ставки отдельных платежей и взносов. Правительству Российской Федерации стоит

принимать ко вниманию заинтересованность в сотрудничестве с частным сектором, поскольку именно бизнес-субъекты являются основными налогоплательщиками в бюджетные и внебюджетные фонды.

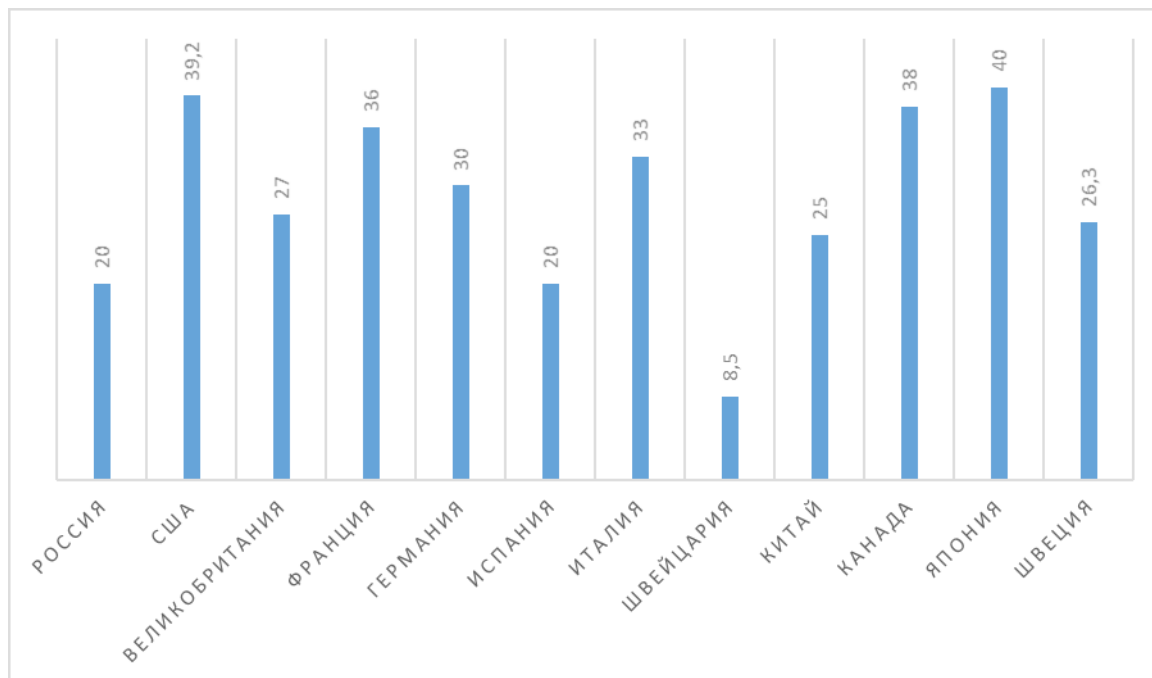


Рис. 1. Уровни налоговой ставки на прибыль предприятий в различных странах мира [2]

Таким образом, ключевая задача развития финансовых отношений между предприятия и государством для второй стороны — способствование развития бизнеса, которые и далее будет выступать стабильным источником поступления налоговых выплат. Однако, для предприятий ключевая задача заключается в снижении уровня налогового

бремени на функционирование своего бизнеса и коммерческой деятельности.

Чтобы оценить уровень размера налоговой нагрузки предприятий в России можно обратиться к Проекту федерального бюджета на 2018–2020 года Минфина, где представлены следующие данные (рис. 2).

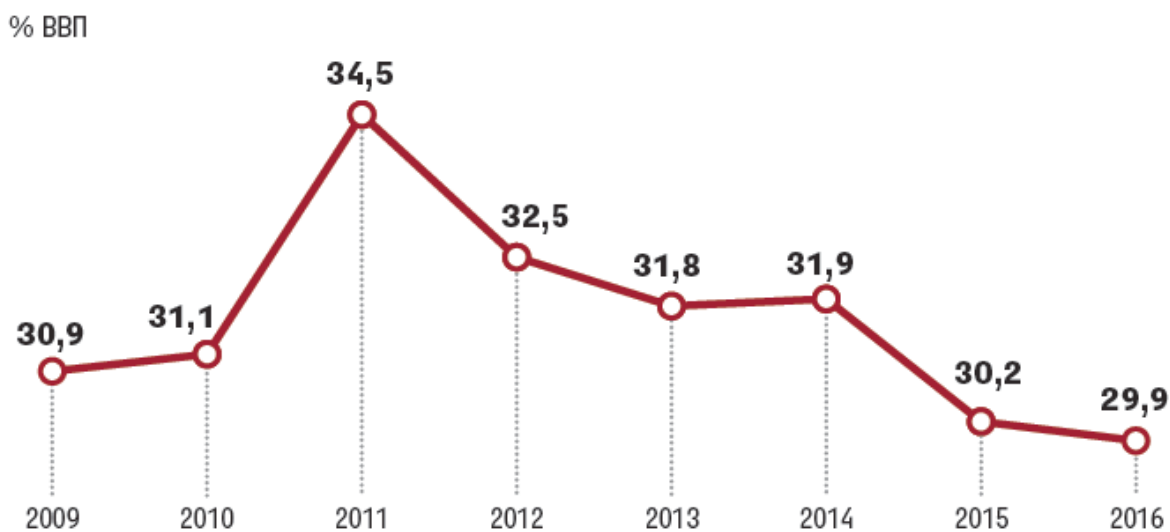


Рис. 2. Налоговая нагрузка предприятий в Российской Федерации в период 2009–2016 гг. [3]

Таким образом, из рисунка 2 можно сделать заключение о том, что максимальный уровень налоговой нагрузки

на предпринимательскую деятельность был в период 2011–2012 гг. На то время, уровень налоговой нагрузки состав-

лял 34,5%. На сегодняшний день, налоговое бремя снижается и составляет уже ниже — 30%.

Исходя из этого, можно сделать выводы о том, что в рамках развития финансовых отношений между государством и предпринимательскими структурами ощущается «потепление», которое сопровождается снижением уровня налоговой нагрузки на коммерческую деятельность отечественных организаций.

Однако, в рамках бюджетной и налоговой политики России в 2018 году, малому, среднему и крупному бизнесу необходимо будет уплачивать новые налоги. Помимо этого, по некоторым налогам, которые соответствуют отдельным сферам/отраслям бизнеса и рынков, повышены ставки, что в сумме приведет к дополнительному налоговому бремени в размере около 100 млрд российских рублей. Исходя из этого, в период 2018–2019 гг. трудно констатировать факт о том, что финансовые отношения между государством и предприятиями в рамках налоговой политики будут улучшаться, а не наоборот, приводить к конфронтации интересов.

На сегодняшний день, известны следующие основные факторы, влияющие на размер налоговой нагрузки предприятий в России:

- объем производственного процесса, включая объем выпущенной продукции;
- отрасль производства продукции, что влияет на возможный размер дополнительных налогов, акцизов и т. д.;
- используемая система налогообложения, которая устанавливается исходя из сферы и формы собственности бизнеса;
- изменение величины налоговых баз;
- оптимизация налоговой политики на предприятии;
- изменения в законодательной базе налоговой политики.

Таким образом, современный этап формирования финансовых отношений между предприятиями и государством характеризуется функционированием налоговой политики, где результаты коммерческой деятельности организаций способствуют налоговым выплатам и взносам на государственные бюджетные фонды, поддерживающих социально-экономическое развитие России. Исходя из научного исследования, можно сделать заключение, что одними из ключевых факторов формирования финансовых отношений между предпринимательскими структурами и государством являются условия налоговой политики, включая налогообложение прибыли и уровень налоговой нагрузки в целом.

#### Литература:

1. Консолидированный бюджет Российской Федерации. URL: <https://www.minfin.ru/ru/statistics/conbud/> (дата обращения: 21.04.2019).
2. Фетисов П. С. Сравнительный анализ налогообложения прибыли организаций в РФ и в зарубежных странах // International scientific review. — 2015. — № 3 (4).
3. Бизнес пожаловался Путину на Медведева // Ведомости. URL: <https://www.vedomosti.ru/economics/articles/2017/11/20/742277-biznes-putinu#/galleries/140737493649461/normal/1> (дата обращения: 21.04.2019).
4. Понятие и факторы, влияющие на величину налоговой нагрузки. URL: [https://studexpo.ru/234204/dengi\\_finansy\\_kredit/ponyatie\\_factory\\_vliyayuschie\\_velichinu\\_nalogovoy\\_nagruzki](https://studexpo.ru/234204/dengi_finansy_kredit/ponyatie_factory_vliyayuschie_velichinu_nalogovoy_nagruzki) (дата обращения: 21.04.2019).
5. Зарипова Н. Д. Налоговая нагрузка и ее воздействие на хозяйственную активность организаций // Статистика и экономика. — 2014. — № 1.

## Актуальные тенденции спортивного спонсорства

Кубанов Кирилл Константинович, студент магистратуры  
Российский государственный гуманитарный университет (г. Москва)

*В данной статье рассмотрены актуальные тенденции спортивного спонсорства в цифровой среде, приведены примеры реализации и представлено пять направлений в области цифрового спортивного спонсорства.*

**Ключевые слова:** спортивное спонсорство, сторителлинг, таргетинг, маркетинг влияния, социальная ответственность.

Спортивное спонсорство процветает. Никогда ранее не вкладывалось столько денег в маркетинг со спортсменами, спортивными командами и спортивными мероприятиями. Во времена перегруженности от количества рекламных сообщений спорт предлагает нечто чрезвычайно ценное: настоящие эмоции. Благодаря цифровым техноло-

гиям появляются огромные возможности — как для глобальных игроков, так и для небольших стартапов.

«Оставьте ваш комментарий, какой из наших продуктов вам нравится больше всего, и вы можете выиграть два билета на финал» — с помощью таких постов в тематических группах на Facebook и в других социальных сетях, некото-

рые компании пытаются активировать свой дорогой спортивный спонсорский пакет. Они делают это уже много лет и с успехом, когда дело касается привлекательного спортивного события.

С одной стороны, это тоже цифровое мышление. Но действительно ли такие конкурсы в социальных сетях оказывают длительное влияние на достижение целей спортивного спонсорства? Данная форма онлайн-маркетинга не особенно креативна, если не сказать больше. Однако именно креатив и эмоции являются решающей валютой в цифровом спортивном спонсорстве, речь идет о силе творческого подхода при подготовке спонсорских активаций.

### **Спонсорство — возможность для сторителлинга и контент-маркетинга**

Цифровизация предоставляет спонсорам совершенно новые возможности. Несколько лет назад спонсорство означало только то, что логотип вашей компании, изображенный на носителях во время спортивного мероприятия, будет представлен в средствах массовой информации. Сегодня спонсорство — это возможность заниматься сторителлингом и контент-маркетингом — в периоды информационной и рекламной перегрузки это особенно привлекательно для брендов.

Но какая стратегия спонсорства оказывает длительное положительное влияние на ключевые показатели эффективности компании? На саммите ISPO Digitize Summit в 2018 году, посвященном инновациям для спортивной индустрии, представители компаний рассказали о том, как они воспользовались возможностями, предоставляемыми цифровыми коммуникациями. [1]

#### **1. Сторителлинг**

Люди любят хорошие истории. Объяснить, почему и как работает сторителлинг, может быть довольно просто. Если вы хотите больше, чем просто привлечь внимание к бренду при помощи спортивного спонсорства, вам необходимы волнующие истории, которые вы сможете рассказать на своих электронных ресурсах. При этом потребуются не только творческий подход, но и искренность. Идеальное послание должно устраивать спонсора, рассказчика и целевую аудиторию.

После победы на чемпионате мира в России поставщик униформы Nike использовал эйфорию во Франции для своей замечательной кампании «Мы выиграли во Франции». История так же проста, как и гениальна: титул Кубка мира был выигран во Франции, точнее, на футбольных полях страны, поскольку многие герои чемпионата мира, такие как Килиан Мбаппе и Поль Погба, начали играть в футбол на улицах. Таким образом, титул принадлежит всей Франции, так уж сложилась история. Видео на YouTube, посвященное «детям, которые осмеливаются верить в себя», просмотрели более трех миллионов человек за очень короткое время [2].

Небольшие компании также имеют возможность заниматься сторителлингом с умом. Данное направление очень актуально для локальных брендов, потому что можно ис-

пользовать социальные сети, к примеру, чтобы охватить свою конкретную целевую аудиторию вне рамок классического телевизионного охвата. Таким образом, небольшой локальный бренд может оптимально активировать спонсорство в соответствии со своим бюджетом.

Кроме того, локальные бренды и традиции, несомненно, в моде. Это также может быть использовано в онлайн-маркетинге. Возьмем, к примеру, немецкую компанию Schoeffel, занимающуюся товарами для активного отдыха, которая умело использует традиции семейного бизнеса (бренд основан в 1804 году) в своей коммуникационной стратегии. [3]

#### **2. Таргетинг**

Таргетирование является противоположностью «принципа лейки», которым долгое время приходилось пользоваться в спортивном спонсорстве. Вместо «одного сообщения для всех» теперь это «правильное сообщение для каждой целевой группы». В Facebook, Вконтакте, Instagram, Twitter и других социальных сетях специалисты по маркетингу могут точно определить, кем должно быть получено сообщение: геотаргетинг, демографический таргетинг, ориентация на интересы — всё может быть использовано для уточнения круга лиц. К примеру, это могут быть любители смешанных единоборств в возрасте от 25 до 34 лет в районе Мытищ. Тенденция направлена от push-маркетинга, когда компании навязывают свои продукты клиентам, к pull-маркетингу, когда мы строим долгосрочные отношения с клиентами. Благодаря высокоточному обращению к целевой аудитории в социальных сетях, pull-маркетинг стал намного выгоднее.

Для того, чтобы стать более независимыми от основных онлайн-платформ, Adidas использует чрезвычайно интересную стратегию таргетинга: свою собственную платформу, приложение Adidas. QR-код, содержащий ссылку на скачивание приложения, размещался на рекламных досках во время чемпионата мира по футболу 2018, что привело к росту загрузок на 14 %, по заявлению члена правления Adidas Роланда Аушела на саммите ISPO по цифровым технологиям.

Adidas тратит много денег, чтобы привлечь потребителей на свои собственные цифровые платформы. «Расскажите нам, что вас интересует, получите новости Adidas и, конечно, эксклюзивные предложения», гласит надпись после установки приложения. Это и есть внутренний таргетинг в лучшем виде, с бесплатными данными о потребителях.

#### **3. Маркетинг влияния**

Самобытный, широкоохватный и доступный — эти характеристики сделали маркетинг влияния предполагаемым волшебным инструментом для специалистов по маркетингу несколько лет назад. Однако репутация многих инфлюенсеров (агентов влияния) и их агентов сильно пострадала после скандалов с непрофессионально отработанными партнёрствами, охотниками за бесплатными продуктами и неподуманными кампаниями.

Но в этом году маркетинг влияния также актуален, он процветает, и в ближайшее время будет только разви-

ваться», — говорит эксперт Nielsen Sports Себастьян Курчински, директор Brand & Digital Consulting в исследовательской и консалтинговой компании Nielsen Sports. «Многочисленные текущие запросы лиц, принимающих маркетинговые решения, показывают, что бюджеты спонсоров всё чаще смещаются в этом направлении» [4].

Как и в любой молодой отрасли, сейчас происходит профессионализация в маркетинге влияния. Спрос со стороны компаний на стратегию при выборе инфлюенсера и оценки высок», — говорит Курчински. «Мы заметили, что связь между любителями спорта и отдельными спортивными брендами растёт».

Маркетинг влияния особенно привлекателен для брендов в сфере фитнеса и спорта — т. к. связь с инфлюенсерами очевидна. Компаниям следует избегать краткосрочных спонсорских обязательств в рамках данного направления, предлагаемых со стороны некоторых платформ. Маркетинг влияния должен заключаться в поиске долгосрочных партнерских отношений, а не затеваться ради разового эффекта. [5]

В идеале, маркетинг влияния — это не просто инструмент для расширения охвата социальных сетей, а скорее вклад в устойчивый продукт и бренд. Майкл Джордан и Nike, Дэвид Бекхэм и Adidas — это примеры успешного долгосрочного партнерства в больших масштабах, которое оказывает влияние на весь комплекс маркетинга и на коммуникацию во всех медиа.

Тем не менее, те, кто думают, что смогут приобрести что-то от внимания СМИ к крупному спортивного мероприятия с небольшим бюджетом, столкнутся с проблемами. Жесткие требования спортивных федераций, таких как МОК во время Олимпийских игр, не позволяют спортсменам и спонсорам распространять свои идеи во время соревнований.

#### 4. Беговые виды спорта и триатлон

Футбол доминирует в сфере спортивного спонсорства по всему миру, однако другие виды спорта стремятся укрепить свои позиции и диверсифицировать возможности спонсорских активаций. Звезды бега и триатлона также могут заработать огромные суммы на спонсорских пакетах.

Футбол не только лидирует в средствах массовой информации в разных странах по всему миру, но и составляет львиную долю расходов на спортивное спонсорство. Только экипировка 18 клубов немецкой Бундеслиги оценивается на сумму около 180 миллионов евро спонсорских контрактов. [6]

Тем не менее, на рынке спортивного спонсорства есть движение. Бег и триатлон привлекают интерес компаний. Атрибуты выносливости, силы воли и стремления к обучению могут быть использованы оптимально и для многих отраслей. И поэтому производители автомобилей, страховые компании и производители электроники также украшают себя звездами беговых видов спорта и серии состязаний по триатлону Ironman. У брендов возникает много

точек соприкосновения: здоровье и фитнес становятся все более важными в нашем обществе.

Считается, что бег — это вид спорта, которым занимаются большинство атлетически активных людей по всему миру. Физическая нагрузка способствует формированию эмоциональных связей — и это также может быть использовано многими способами в онлайн-маркетинге. Например, применив стратегию «нельзя купить за деньги» — предоставить возможность потренироваться со звездой спорта, которая выступает в качестве инфлюенсера.

Согласно опросу, проведенному Nielsen Sports, 33% опрошенных лиц, принимающих решения о спонсорстве в компаниях на рынке немецкоязычных стран, заявили, что будут вовлечены в спонсорство беговых соревнований в 2018 году. 22% назвали триатлон, который в настоящее время привлекает всё большее внимание.

Особенно интересна современная спонсорская поддержка местных сообществ любителей бега, которую сейчас предлагают многие спортивные бренды. Asics Frontrunner, Garmin Lauftraining, Reebok. Стань человеком, Adidas Runners — в крупных городах Европы и России компании полагаются на этот маркетинговый инструмент: «Беговые сообщества дают участникам возможность поделиться своей страстью к спорту с другими и заново открыть для себя свои города», — объясняет представитель Adidas в СМИ Оливер Брюгген.

#### 5. Социальная ответственность

А чего на самом деле ожидают потребители от успешного спортивного спонсорства? Йенс Фалькенау, вице-президент по маркетинговым исследованиям Nielsen Sports, представил исследование «Активация спонсорства» на саммите ISPO по цифровым технологиям. Одним из интересных выводов исследования стало то, что наиболее важными атрибутами успешного спонсорства являются социальная вовлеченность и вклад в продвижение молодых одаренных спортсменов, а не просто участие в, своего рода, спортивной лотерее.

Социальные сети влияют на мнение людей — это хорошо известно и часто упоминается в негативном контексте. Как спонсор, приверженный защите окружающей среды или равных прав и разнообразия, Facebook, Instagram и другие социальные сети также могут быть очень хорошо использованы под девизом «Делай добро и говори об этом».

В сочетании с искренним и эмоциональным сторителлингом, продуманным таргетированием и верно подобранными инфлюенсерами, можно оптимально активировать социальное и экологическое спонсорство. Во всяком случае, приверженность потребителей в этой форме спонсорства самая большая. «Вы не должны просто выделить определенную целевую группу», — советует Себастьян Курчински. «Качество контакта очень важно. Оценка успешности проекта на основе данных также становится все более важной — это касается как прямого спонсорства, так и маркетинга влияния».

Цифровизация революционизирует спортивное спонсорство. Маркетологи все чаще переносят свои бюджеты из печатных изданий, радио и телевидения в Интернет, особенно на социальные сети. Тем не менее, усиление конкурентного давления увеличивает стоимость маркетинговых кампаний.

Вот почему необходим творческий подход. С грамотным сторителлингом и таргетированием даже малые и средние

спортивные компании могут оптимальным образом обратиться к своим целевым группам через Facebook, Instagram, YouTube и другие социальные платформы. Цель состоит в том, чтобы создать устойчивую эмоциональную связь между брендом и потребителем. Это является идеальным путём развития для спортивного спонсорства в долгосрочной перспективе.

#### Литература:

1. Gunnar, J. The Highlights of the ISPO Digitize Summit: All Keynotes and Informations // ispo.com URL: <https://www.ispo.com/en/markets/ispo-digitize-summit-digital-future-sports-industry> (дата обращения: 20.02.2019).
2. Nike Football Presents: We Won It In France // Nike Football Youtube.com URL: <https://www.youtube.com/watch?v=2pjCL2pPi98> (дата обращения: 17.02.2019).
3. Gunnar J. Mourning for outdoor legend: «Hubert Schöffel was the hiking-pope» // ispo.com URL: <https://www.ispo.com/en/people/mourning-outdoor-legend-hubert-schoffel-was-hiking-pope> (дата обращения: 01.03.2019).
4. Kurczynski S. How important are influences and feedback in sport? // niensports.com URL: <https://niensports.com/de/testimonials-influencer-marketing-sport-sponsors/> (дата обращения: 05.03.2019).
5. Klingelhoef C. Asics and Freeletics show what can be done: Influencer marketing in sports // ispo.com URL: <https://www.ispo.com/en/markets/how-influencer-marketing-works-sports-and-fitness-brands> (дата обращения: 07.03.2019).
6. Thieringer J. Bundesliga Sponsors 2017/2018: The Sponsorship Revenues of All 18 Clubs // ispo.com URL: [https://www.ispo.com/en/companies/id\\_78807364/sponsors-of-the-bundesliga-clubs-all-of-the-jerseys-all-of-the-revenues.html](https://www.ispo.com/en/companies/id_78807364/sponsors-of-the-bundesliga-clubs-all-of-the-jerseys-all-of-the-revenues.html) (дата обращения: 09.03.2019).

## Современное состояние и тенденции развития пищевой промышленности России

Кузьмина Анастасия Олеговна, старший преподаватель;  
Жерноклеева Александра Сергеевна, студент

Московский государственный университет технологий и управления имени К. Г. Разумовского

*Выявление тенденций развития различных секторов экономики страны очень актуально в условиях быстро меняющейся внешней и внутренней среды. Целью исследования является изучение состояния и выявление основных тенденций развития пищевой промышленности в России. Изучена динамика объемов производства и реализации основных видов продуктов питания. Обоснованы перспективные направления развития пищевой промышленности в России.*

**Ключевые слова:** пищевая промышленность, тенденции развития, розничная торговля, перерабатывающая промышленность, производство пищевых продуктов.

Пищевая промышленность — совокупность предприятий, занимающихся производством продуктов питания, направленных на удовлетворение потребностей населения. Агропромышленный комплекс, в состав которого входят отрасли пищевой промышленности, представляет собой сложный конгломерат компаний и организаций, целью которых является производство, переработка и доведение продукции до конечного состояния. Значительное влияние на качество и производственные возможности различных отраслей пищевой промышленности оказывает сельское хозяйство страны [1]. Рисунок 1 отображает информацию

о доле продаж продукции важнейших отраслей пищевой промышленности России.

Стимулом для развития компаний пищевой и перерабатывающей промышленности послужило введение Россией в 2014 году продовольственного эмбарго против многих стран импортеров продуктов питания в страну. В 2015—2016 гг. тенденция импортозамещения в условиях ограниченной конкуренции все еще существовала и даже усиливалась. В создавшейся благополучной рыночной обстановке, ситуация в производстве продуктов питания в России приняла устойчивый характер (таблица 1) [3].



Рис. 1. Продажи по отраслям пищевой промышленности России, % [2]

Таблица 1. Производство основных видов пищевых продуктов за 2012–2016 гг., тыс. тонн

| Вид продуктов   | 2012  | 2013  | 2014  | 2015  | 2016  | 2016 в % к 2012 |
|---|-------|-------|-------|-------|-------|-----------------|
| Мясные полуфабрикаты тыс.тонн   | 1 642 | 1 714 | 1 789 | 1 797 | 3 060 | 186,4           |
| Колбасные изделия, тыс.тонн   | 1 565 | 1 560 | 1 539 | 1 560 | 1 542 | 98,5            |
| Товарная пищевая рыбная продукция (включая консервы рыбные), тыс.тонн | 3 789 | 3 725 | 3 829 | 4 030 | 4 166 | 109,9           |
| Масла растительные, тыс.тонн  | 3 940 | 4 981 | 4 660 | 5 199 | 5 728 | 145,4           |
| Маргариновая продукция, тыс.тонн                                      | 456   | 512   | 526   | 495   | 533   | 116,9           |
| Молоко и сливки сухие, сублимированные, тыс.тонн                      | 117   | 149   | 124   | 116   | 135   | 115,4           |
| Сыры и продукты сырные, тыс.тонн                                      | 435   | 499   | 589   | 605   | 648   | 148,9           |
| Мука, тыс.тонн  | 9 854 | 9 824 | 9 949 | 9 909 | 9 601 | 97,4            |
| Крупа, тыс.тонн   | 1 193 | 1 350 | 1 256 | 1 325 | 1 031 | 86,4            |
| Хлеб и хлебобулочные изделия недлительного хранения, тыс.тонн         | 6 369 | 6 326 | 6 309 | 6 159 | 5 925 | 93,1            |
| Сахар-песок   | 4 468 | 4 607 | 5 135 | 5 947 | 6 665 | 149,2           |
| Макаронные изделия, тыс.тонн  | 915   | 995   | 1 014 | 1 012 | 1 397 | 152,7           |
| Кондитерские изделия, тыс.тонн  | 1 738 | 1 781 | 1 756 | 1 777 | 1 852 | 106,6           |

Как показал анализ данных, выработка продукции в 2017 году по сравнению с 2013 годом на предприятиях пищевой промышленности РФ возросла. Больше всего увеличилось производство мясных полуфабрикатов почти в два раза, а растительных масел, сыров и сырных продуктов, сахара-песка и макаронных изделий в 1,5 раза. Средний рост производства характерен для таких видов продукции, как рыбная — 1,1 раза, маргариновая продукция — 1,2 раза, молоко и сливки сухие — 1,1 раза и кондитерские изделия — 1,1 раза. Самые низкие показатели наблюдались по таким видам

продукции как, колбасные изделия, мука, крупа и хлеб и хлебобулочные изделия. Частично это можно объяснить перенасыщенностью рынка, когда за счет продуктов данной группы компенсировалась калорийность суточного потребления.

Одной из важнейших отраслей пищевой промышленности является мясоперерабатывающая промышленность. Развитие этой отрасли, чьи продукты играют важную роль в питании населения, является стратегически важной задачей в обеспечении продовольственной безопасности в России [4].

Из анализа данных Федерального бюро статистики (таблица 2) видно, что производство мяса в Российской Федерации демонстрирует стабильную положительную динамику.

Исключением является только мясо КРС. У этой группы товаров произошло сокращение производства в 2010–2012 гг. и 2014 году.

Таблица 2. Динамика производства мясной продукции в РФ

| Год  | Объём производства, тысяч тонн |         |   | Темп роста, % |         |   |
|------|--------------------------------|---------|---|---------------|---------|---|
|      | Мясо КРС                       | Свинина | Мясо и субпродукты пищевые домашней птицы | Мясо КРС      | Свинина | Мясо и субпродукты пищевые домашней птицы |
| 2010 | 263,8                          | 813,1   | 2774,8                                    | -             | -       | -   |
| 2011 | 229,9                          | 877,7   | 3028,9                                    | 87,1          | 107,9   | 109,2                                     |
| 2012 | 214,8                          | 1001,4  | 3405,9                                    | 93,4          | 114,1   | 112,5                                     |
| 2013 | 241,2                          | 1300,1  | 3611,4                                    | 112,4         | 129,8   | 106,0                                     |
| 2014 | 225,6                          | 1526,9  | 3979,9                                    | 93,6          | 117,4   | 110,2                                     |
| 2015 | 255,6                          | 1764,0  | 4341,0                                    | 113,3         | 115,5   | 109,1                                     |
| 2016 | 264,5                          | 1994,5  | 4458,2                                    | 103,5         | 113,1   | 102,7                                     |

Быстрый рост производства мяса свинины показывает, что именно в этом отраслевом секторе план импортозамещения осуществляется самыми быстрыми темпами. По оценкам экспертов, российский рынок почти на 90 % состоит из отечественной свинины. По мнению экспертов, основными факторами роста является внедрение новых производственных мощностей крупными компаниями [1; 2].

Несмотря на внедрение научно-технических разработок в пищевой промышленности, можно выделить наличие определенных трудностей в работе производственных и перерабатывающих организаций [5]. На наш взгляд, слабые места российской пищевой промышленности по сравнению с зарубежными производителями являются:

- 1) неразвитая система федерального регулирования цен;
- 2) недостаточная организация защиты прав предприятий государственными структурами;
- 3) слабая техническая оснащенность производства;

Литература:

1. Глинский В. В., Серга Л. К., Самоной Н. В., Симонова Е. Ю. Развитие пищевой и перерабатывающей промышленности как условие повышения национальной безопасности России // Вестник НГУЭУ. 2017. № 3. С. 234
2. Россия в цифрах-2017: Крат. стат. сб. М.: Росстат, 2017. С. 511
3. Федеральная служба государственной статистики — /http://www.gks.ru/
4. Горковенко Е. В., Платонова И. В. Реструктуризация ассортимента как инструмент управления развитием перерабатывающих организаций // Экономика. Инновации. Управление качеством. 2013. № 3 (4). С. 83
5. Экономика России, цифры и факты. URL: https://utmagazine.ru

4) низкий показатель внедрения и применения инновационных технологий и др.

Перспективными направлениями развития пищевой промышленности являются:

- рост поголовья КРС;
- строительство современных производственных помещений для животных, оснащенных автоматизацией и монетизацией труда;
- создание хранилищ позволяющих обеспечивать высокое качество готовой продукции;
- улучшение кормовой базы животных;
- рост и сохранность молодняка и др.

Подводя итоги, можно отметить, что несмотря имеющиеся трудности, пищевая промышленность России на сегодняшний день довольно привлекательная для российских и иностранных инвесторов. Привлечение инвестиций — главная перспектива развития пищевой промышленности России.

## Сбалансированность дебиторской и кредиторской задолженности организаций Российской Федерации как способ укрепления бюджетов субъектов

Лычковская Евгения Анатольевна, студент;  
Жилин Иван Владимирович, студент;  
Яричина Галина Федоровна, преподаватель  
Сибирский федеральный университет (г. Красноярск)

Экономика Российской Федерации в последние годы находится в крайне неустойчивом положении: падение цен на нефть, неустойчивость национальной валюты, санкции — сказывается на росте долговых обязательств субъектов РФ.

На 01.04.2019 г. величина внутреннего государственного долга РФ составляет 2103 млрд руб. [1] Из данной суммы: 48 % приходится на бюджетные кредиты, 26 % на государственные ценные бумаги, 22 % на кредитные организации и 4 % на прочие обязательства. Можем говорить о высокой закредитованности субъектов РФ.

Одним из решений по укреплению бюджета можно рассматривать повышение эффективности расчетно-платежной дисциплины организаций субъектов, что стимулирует повышение доходов региональных бюджетов. Чем больше средств поступает в бюджет в виде налоговых выплат, тем больше средств регион может направлять на социаль-

ное развитие региона. Повысить эффективность отчислений можно за счет снижения и сбалансированности доли дебиторской и кредиторской задолженности.

Любое предприятие на рынке взаимодействует с клиентами и контрагентами, что порождает возникновение кредиторской и дебиторской задолженности, в первом случае отсрочки платежей получают клиенты, во втором случае компания. При этом дебиторская задолженность отражается в качестве имущества компании, а кредиторская задолженность в качестве обязательств.

Оба рассматриваемых вида задолженности взаимосвязаны и требует одновременного контроля со стороны финансового и планового отдела компании для поддержания здорового функционирования компании.

Проведем анализ дебиторской и кредиторской задолженностей организаций РФ на основе официальных данных Росстата России за 2014–2018 гг.

Таблица 1. Динамика кредиторской задолженности организаций (без субъектов малого предпринимательства) Российской Федерации, млрд руб. [2]

| Год  | Кредиторская задолженность | из нее: просроченная | Из общего объема кредиторской задолженности |                      |                      |                      |                             |                      |
|------|----------------------------|----------------------|---|----------------------|----------------------|----------------------|-----------------------------|----------------------|
|      |                            |                      | перед поставщиками и подрядчиками           | из нее: просроченная | по платежам в бюджет | из нее: просроченная | перед внебюджетными фондами | из нее: просроченная |
| 2014 | 33174                      | 1881                 | 16745                                       | 1451                 | 1798                 | 64                   | 271                         | 44                   |
| 2015 | 38925                      | 2429                 | 18045                                       | 1621                 | 1762                 | 68                   | 333                         | 51                   |
| 2016 | 42280                      | 2656                 | 19857                                       | 1969                 | 2076                 | 63                   | 345                         | 55                   |
| 2017 | 44481                      | 2616                 | 20654                                       | 1961                 | 2182                 | 63                   | 345                         | 51                   |
| 2018 | 49229                      | 3440                 | 23570                                       | 2386                 | 2616                 | 59                   | 363                         | 54                   |

По данным таблицы 1 видно, что на протяжении пяти последних лет величина кредиторской задолженности имеет тенденцию роста, величина просроченной задолженности также растет. Большая часть задолженности представлена в виде задолженности платежей перед поставщиками и под-

рядчиками. Задолженность перед бюджетом и внебюджетными фондами также имеет тенденцию роста. Положительная тенденция наблюдается в снижении просроченной задолженности перед бюджетом, за 5 лет данная величина сократилась с 64 до 59 млрд руб.

Таблица 2. Темпы роста (снижения) кредиторской задолженности организаций (без субъектов малого предпринимательства) Российской Федерации, на конец года, в % к предыдущему году [2]

| Год  | Кредиторская задолженность | из нее: просроченная | Из общего объема кредиторской задолженности |                      |                      |                      |                             |                      |
|------|----------------------------|----------------------|---|----------------------|----------------------|----------------------|-----------------------------|----------------------|
|      |                            |                      | перед поставщиками и подрядчиками           | из нее: просроченная | по платежам в бюджет | из нее: просроченная | перед внебюджетными фондами | из нее: просроченная |
| 2014 | 120,5                      | 128                  | 112   | 125,4                | 123,3                | 107,5                | 120,2                       | 110,4                |
| 2015 | 117,3                      | 129,1                | 107,8                                       | 111,7                | 98                   | 105,5                | 122,8                       | 114,2                |
| 2016 | 108,6                      | 109,4                | 110   | 121,4                | 117,8                | 93,6                 | 103,8                       | 107,5                |
| 2017 | 105,2                      | 98,5                 | 104   | 99,6                 | 105                  | 99,7                 | 99,7                        | 92,9                 |
| 2018 | 110,7                      | 131,5                | 114,1                                       | 121,7                | 119,9                | 93,7                 | 105,2                       | 105,9                |



По данным таблицы 2 можно отметить, что в целом темпы роста за последние 3 года снизились, что является положительной динамикой, при этом величина просроченной задолженности резко возросла в 2018 г. Самые низкие темпы роста по всем показателям отмечались в 2017 г., в 2018 г. данная тенденция сохранилась лишь по просроченным платежам в бюджет.

Так как для любой компании является нормальной практикой сотрудничать с клиентами по средствам отсрочки платежа, то очень важно на фоне роста кредиторской задолженности отследить тенденцию по дебиторской задолженности.

Таблица 3. Динамика дебиторской задолженности организаций (без субъектов малого предпринимательства) Российской Федерации, млрд.руб. [2]

| Год  | Дебиторская задолженность | из нее: просроченная | Из общего объема дебиторской задолженности |                      |
|------|---------------------------|----------------------|--|----------------------|
|      |                           |                      | Задолженность покупателей и заказчиков     | из нее: просроченная |
| 2014 | 31014                     | 2016                 | 16074                                      | 1635                 |
| 2015 | 35736                     | 2276                 | 17259                                      | 1731                 |
| 2016 | 37053                     | 2241                 | 18388                                      | 1544                 |
| 2017 | 40258                     | 2329                 | 19295                                      | 1639                 |
| 2018 | 46669                     | 2647                 | 22801                                      | 1822                 |

Согласно полученным данным величина дебиторской задолженности также имеет тенденцию роста, при этом кредиторская задолженность в среднем выше на 5–7%. В среднем около половины дебиторской задолженности приходится на долю покупателей и заказчиков. За рассматриваемый период дебиторская задолженность увеличи-

лась на 50%, а величина просроченных платежей на 31,3%, это является положительными моментом, особенно это заметно на задолженности покупателей, где общая величина выросла на 41,8%, а просрочка лишь на 15,7%, это говорит о том, что компании стали более тщательно вести политику расчетов со своими клиентами.

Таблица 4. Темп роста (снижения) дебиторской задолженности организаций (без субъектов малого предпринимательства) Российской Федерации, на конец года, в% к предыдущему году [2]

| Год  | Дебиторская задолженность | из нее: просроченная | Из общего объема дебиторской задолженности |                      |
|------|---------------------------|----------------------|--|----------------------|
|      |                           |                      | Задолженность покупателей и заказчиков     | из нее: просроченная |
| 2014 | 118,1                     | 136                  | 119,8                                      | 136,3                |
| 2015 | 115,2                     | 112,9                | 107,4                                      | 105,9                |
| 2016 | 103,7                     | 98,5                 | 106,5                                      | 89,2                 |
| 2017 | 108,6                     | 103,9                | 104,9                                      | 106,1                |
| 2018 | 115,9                     | 113,7                | 118,2                                      | 111,2                |

Согласно данным темпов роста, наименьший прирост наблюдался в 2016–2017 гг. В 2018 г. по всем показателям прирост составил около 10–15%, после снижения темпов роста задолженности покупателей и заказчиков в отчетном году показатели вновь начали расти.

На основе полученных данных можно сделать следующие выводы:

- 1) на фоне нестабильной экономической ситуации отмечается ухудшение финансового состояния российских организаций, что на прямую сказывается на снижении платежей в бюджет;
- 2) в структуре кредиторской задолженности основной объем приходится на задолженность с поставщи-

ками и подрядчиками, это значит, что для сокращения кредиторской задолженности наиболее эффективно направить силы на оптимизацию расчетов с поставщиками;

- 3) в структуре дебиторской задолженности основной объем приходится на расчеты с покупателями, соответственно повысив эффективность расчетов также можно получить значительный эффект по снижению дебиторской задолженности.

Работа с дебиторской и кредиторской не только повышает устойчивость компаний, но также поддерживает их статус как добросовестных контрагентов.

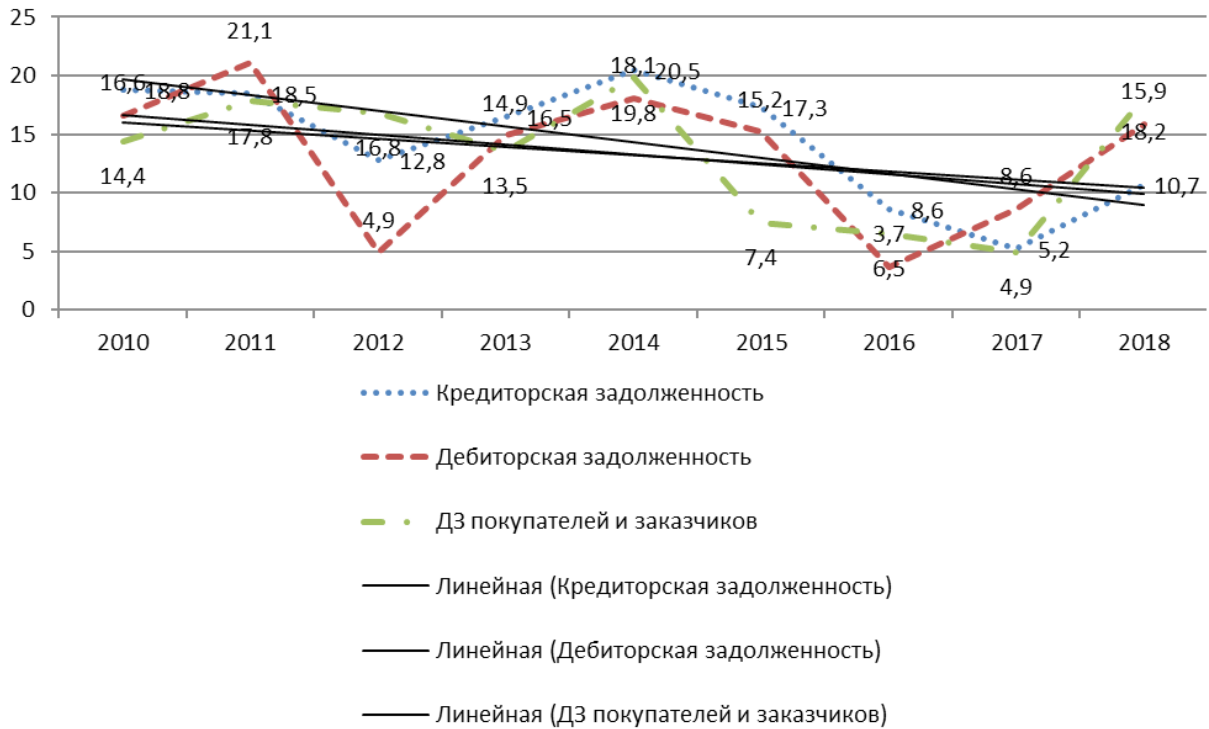


Рис. 1. Построение линии тренда по данным темпов прироста кредиторской и дебиторской задолженности организаций РФ за 2010–2018 гг.,%

Несмотря на рост показателей последних лет, по данным рисунка 1 наблюдается общая тенденция снижения темпов прироста дебиторской и кредиторской задолженности, что в целом является положительным моментом. Это может указывать на то, что политика компаний в об-

ласти управления дебиторской и кредиторской задолженности в долгосрочной перспективе имеет тенденцию снижения темпов прироста задолженности, однако в стоимостном выражении пока по-прежнему наблюдается рост показателей.

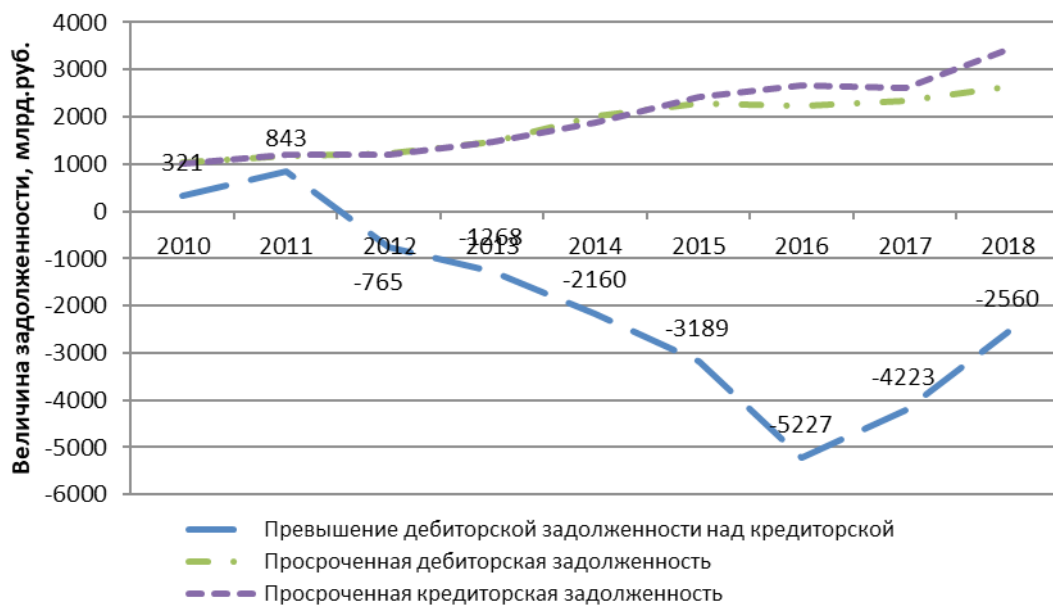


Рис. 2. Динамика превышения дебиторской задолженности над кредиторской и уровень инфляции

По данному графику видно, что начиная с 2012 года кредиторская задолженность росла более активными темпами,

что сказалось на увеличении разрыва, между дебиторской и кредиторской задолженностью. В 2016 г. этот разрыв был

максимален и составил 5227 млрд.руб., с 2017 г. разница сокращается и в 2018 г. достигла уровня 2014 г. Величина просроченной дебиторской и кредиторской задолженности растет постоянно, с отрывом кредиторской задолженности, что говорит об ухудшении расчетов компаний по своим обязательствам.

В целом наблюдается негативная тенденция, так как отмечается рост кредиторской и дебиторской задолженности на протяжении длительного периода. Несмотря на то, что обе формы задолженности в длительной перспективе негативно сказываются на финансовой устойчивости компании.

Для оптимизации дебиторской задолженности:

1) можно задействовать систему скидок для покупателей, что будет стимулировать более активно рассчитывать по своим обязательствам. Но такое решение больше все подходит для компаний, которые на протяжении длительного периода находятся в деловых отношениях;

2) в ситуации с длительными неплательщиками можно применять факторинг, который позволит вернуть деньги в оборот;

3) необходимо создавать резерв по сомнительным долгам, срок которых превысил 90 дней, это позволит обеспечить компании подушку безопасности и менее болезненно списывать задолженность.

Для оптимизации кредиторской задолженности:

1) оптимизации закупок — более точное нормирование средств для повышения эффективности затрат и снижения остатков на складе, что замораживает деньги из оборота;

2) реструктуризация задолженности для увеличения срока платежа, снижения процентной ставки или погашения задолженности за счет активов.

Использование данных инструментов позволит снизить долю дебиторской и кредиторской задолженности, что в конечном счете увеличит поступления в бюджеты субъектов и позволит снизить общий долг.

Литература:

1. Объем и структура государственного долга субъектов РФ // Министерство финансов России. — Режим доступа: [https://www.minfin.ru/ru/performance/public\\_debt/subdbt/2019/](https://www.minfin.ru/ru/performance/public_debt/subdbt/2019/)
2. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики 2019. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.gks.ru>

## Оценка и правовое регулирование системы набора, подбора и найма персонала в Центре занятости населения г. Муравленко

Маковецкая Карина Сергеевна, студент магистратуры  
Челябинский государственный университет

*В статье раскрывается вопрос правового регулирования системы набора, подбора и найма персонала в учреждении Центра занятости населения.*

*Набор профессиональных кадров через Центры занятости оказывает огромное влияние на уровень безработицы, на конкурентоспособность и экономические показатели регионов и муниципалитетов.*

*Проблему занятости населения можно охарактеризовать как проблему вовлечения людей в осуществление трудовой деятельности, определенную степень удовлетворения их потребности в труде существующими рабочими местами.*

**Ключевые слова:** персонал, набор персонала, подбор персонала, центры занятости населения, правовое регулирование, кадровая комплектация, безработица.

В настоящее время, особенно в периоды кризисов, проблема безработицы в Российской Федерации становится наиболее актуальной. Снижение уровня безработицы — это одна из основных задач государственной политики страны, ведь от количества безработного населения зависят степень экономической самостоятельности государства, уровень жизни граждан.

Для муниципальных образований проблема регулирования занятости населения выступает одной из наиболее важных. В особой поддержке со стороны муниципальных образований нуждаются слабо защищенные слои

населения, которым также требуется помощь в трудоустройстве.

Являясь одним из основных институтов рынка труда, служба занятости населения, выполняет важные функции, в частности:

- обеспечивает создание условий для согласования спроса и предложения за счет перераспределения и трудоустройства граждан;
- формирует предложение рабочей силы и ее цен, выступая в качестве особого посредника между работником и работодателем [4].

Однако, реальная картина такова, что мнения по поводу эффективности реализуемых функций, да и вообще о целесообразности существования СЗН весьма неоднозначны. Одно важно, что здесь требуется совершенствование их деятельности в соответствии с требованиями рынка труда, населения и прочих участников.

Актуальность анализа правовых аспектов управления системой набора и отбора персонала в учреждении ГКУ ЯНАО «Центр занятости населения» г. Муравленко обусловлена тем, что при поиске подходящей вакансии для безработного центра занятости необходимо учитывать личность, потребности, предпочтения, как заявителя, так и работодателя. Данная процедура позволит работодателю найти стабильного работника с хорошей производительностью труда, а работнику — подходящую работу по его предпочтениям.

Проблема привлечения квалифицированного персонала через центры занятости стоит достаточно остро, решить которую можно только с помощью грамотно выстроенной системы найма, а также его правового регулирования.

Вопросы подбора персонала широко и всесторонне обсуждаются среди представителей работодателей, практикующих юристов и в средствах массовой информации. Решение о принятии на работу — событие, носящее далеко идущие последствия. В его эффективности заинтересованы как общество в целом, отдельные работодатели, так и конкретные лица.

Имея целью подобрать максимально подходящего по всем критериям работника, представители работодателей применяют различные методы, приемы и способы, которые не регулируются нормами права. Эти действия не направлены на «обход действующего законодательства», а в большинстве своем продиктованы отсутствием какой-либо правовой регламентации.

Действующее отечественное законодательство, закрепляя основные гарантии, провозглашенные Конституцией РФ и международными договорами, вместе с тем не содержит специальных положений, посвященных процедуре приема на работу. Исходя из принципа «разрешено все, что не запрещено законом», работодатели проводят всевозможные тестирования, анкетирования и собеседования в процессе отбора кандидатов на вакантную должность.

Анализ правовых мер, предпринятых законодателем в последнее время, свидетельствует о том, что государство усиливает гарантии, направленные на обеспечение стабильности трудовых правоотношений. Положительным, несомненно, является тот факт, что данные меры носят комплексный характер [5].

Законодатель, с одной стороны, конкретизирует запреты и ограничения в отношении действий работодателя, а с другой стороны, определяет правовые последствия и повышает ответственность. Еще одним важным шагом на пути обеспечения установленных в ТК РФ гарантий является утверждение Правительством РФ «Концепции повышения эффективности обеспечения соблюдения

трудового законодательства и иных нормативных правовых актов, содержащих нормы трудового права», разработанной на 2015—2020 годы [Распоряжение Правительства РФ, 2015 № 1028- р].

В соответствии с данными статистики на 2018 год 778 тысяч россиян, официально зарегистрированы в службе занятости в качестве безработных, и, хочется отметить, что данный показатель, по сравнению с другими странами, является весьма хорошим. Однако, сведения о фактически безработных гражданах (в том числе и не зарегистрированных в уполномоченном на то органе), превышают официальные данные приблизительно в 5 раз.

Как уже было отмечено, уровень безработицы является одним из основных факторов, отображающих экономическую составляющую государства. И, неудивительно, что каждая страна, в том числе и наша, стремится создать различные институты, содействующие трудоустройству граждан, чтобы снизить данный показатель. Ведь трудовая деятельность является основным источником дохода не только работника, работодателя, но и государства.

Одним из важнейших институтов трудового права содействующим занятости населения, и тем самым уменьшающим уровень безработицы, является Государственная служба занятости.

По данным доклада Росстата об основных показателях социально-экономического положения субъектов России в 2017 году ситуация на рынке труда Ямало-Ненецкого автономного округа характеризуется как стабильная. Уровень безработицы рассчитанный по методологии Международной организации труда (МОТ) в среднем в 2017 году составил 3,2% к численности рабочей силы, что ниже общероссийского значения (5,2%).

По данному показателю Ямал входит в пятерку субъектов России с низким уровнем безработицы. Численность безработных, зарегистрированных в органах службы занятости населения автономного округа на 1 января 2018 года составила 2063 человека, что на 28% ниже аналогичного периода 2017 года. Потребность работодателей в рабочих, заявленная в органы службы занятости на 1 января 2018 года составила 14648 вакансий, что к 1 января 2017 года — 141%.

В настоящее время Центр занятости представляет собой гибкую функциональную систему, которая позволяет достаточно активно контролировать ситуацию на рынке труда в Ямало-Ненецком автономном округе.

Государственное казённое учреждение Ямало-Ненецкого автономного округа Центр занятости населения г. Муравленко оказывает более 3000 различных государственных услуг, это и информирование о положении на рынке труда, профессиональная ориентация, профессиональное обучение, переобучение и повышение квалификации, психологическая поддержка, социальная адаптация на рынке труда, временное и постоянное трудоустройство различных категорий граждан, организация самозанятости и предпринимательской деятельности, стажировка выпускни-

ков, трудоустройство граждан с ограниченными возможностями на оборудованные рабочие места с оплатой затрат работодателя из средств центра занятости, социальные выплаты безработным гражданам в виде пособий по безработице, гражданам, направленным на профессиональное обучение — стипендии и материальной помощи в период обучения.

На территории муниципального образования г. Муравленко мероприятия по содействию занятости населения реализуются в рамках государственной программы Яма-

ло-Ненецкого автономного округа «Содействие занятости населения на 2014–2020 годы».

В целом ситуация на рынке труда автономного округа характеризуется как стабильная.

Уровень экономической активности (76,1 %) и занятости населения (74,6 %) опережает значение показателей по Российской Федерации. Рассмотрим основные проблемы и решения системы управления занятостью населения:

1) Снижение числа организованных ярмарок вакансий и учебных рабочих мест (табл. 1).

**Таблица 1. Организация мероприятий ГКУ ЯНАО «Центр занятости населения» г. Муравленко по информированию населения и работодателей о положении на рынке труда**

| Вид услуги   | Общее количество потребителей, воспользовавшихся услугами |         |         |
|--|---|---------|---------|
|  | 2016 г.   | 2017 г. | 2018 г. |
| Информирование о положении на рынке труда автономного округа                                 | 3761  | 3848    | 4343    |
| в том числе:   |   |         |         |
| оказано услуг гражданам  | 2975  | 2813    | 3630    |
| оказано услуг работодателям  | 1164  | 1035    | 713     |
| Организация ярмарок вакансий и учебных рабочих мест  | 730   | 719     | 700     |
| проведено ярмарок (ед.)  | 64  | 59      | 48      |
| численность граждан, принявших участие в ярмарках (чел.)                                     | 701   | 689     | 669     |
| количество работодателей, принявших участие в ярмарках вакансий и учебных рабочих мест (ед.) | 35  | 30      | 31      |

Отсутствие информирования населения и работодателей о положении на рынке труда. «Анализ имеющихся рабочих мест свидетельствует о том, что в центре занятости зарегистрировано достаточное количество вакансий, однако ярмарки вакансий и учебных рабочих мест не проводятся, что усложняет выпускникам школ поиск будущей профессии». В 2018 г. организовано 700 ярмарок вакансий и учебных рабочих мест, в т. ч. 48 специализированных ярмарок. Это меньше, чем в 2016–2017 гг.

2) Снижение количества организации временного трудоустройства несовершеннолетних граждан в возрасте от 14 до 18 лет.

В организации труда несовершеннолетних граждан в 2018 году приняли участие 503 человек, которым создано для трудоустройства несовершеннолетних подростков временные рабочие места.

3) В целях обеспечения государственных гарантий по содействию реализации прав граждан на полную, продуктивную и свободно избранную занятость в автономном округе действует государственная программа автономного округа «Содействие занятости населения на 2014–2021 годы», утвержденная постановлением Правительства автономного округа от 25 декабря 2013 года № 1131-П.

Программой предусмотрена реализация мероприятий активной политики занятости населения и обеспечение мер социальной поддержки в сфере занятости населения (социальная поддержка граждан, признанных в установленном порядке безработными).

Таким образом, в целях повышения уровня трудоустройства в ГКУ ЯНАО «Центр занятости населения» г. Муравленко ведется следующая работа:

- организуются ярмарки вакансий, в том числе приуроченные к профессиональным праздникам (день рыбака, день юриста, день банковского работника, день медицинского работника и т. д.);
- организуется взаимодействие с работодателями в целях трудоустройства граждан в рамках общественных и временных работ;
- индивидуальная работа по подбору кадров работодателям (выезд к работодателю с целью изучения квалификационных требований по заявленным вакансиям, отбор кандидатов и представление их работодателю, при положительном решении работодателя — организация встречи между соискателем и работодателем).

Но на рынке труда г. Муравленко имеется несоответствие спроса и предложения как по профессионально-квалификационному, так и по территориальному признаку.

В целях устранения данной диспропорции служба занятости населения ведет профориентационную работу с населением, организует профессиональное обучение граждан по профессиям, востребованным на рынке труда. Кроме того, при обращении граждан за содействием в поиске подходящей работы уточняется их согласие на трудоустройство в другой местности, в том числе вахтовым методом.

В целях повышения доступности для граждан государственных услуг с 2017 года в ГКУ ЯНАО «Центр занятости населения» г. Муравленко создан центр обслуживания пользователей единой системы идентификации аутентификации, что позволяет зарегистрировать гражданина на Едином портале государственных услуг и подтвердить учетную запись для получения государственных услуг в электронном виде.

В Ямало-Ненецком автономном округе для обеспечения баланса спроса и предложения рабочей силы на рынке труда и создания условий для достойного труда, а так же в целях обеспечения защиты от безработицы и содействия в трудоустройстве гражданам, ищущим работу, постановлением Правительства автономного округа от 25 декабря 2013 года № 1131-П утверждена государственная программа автономного округа «Содействие занятости населения на 2014–2020 годы» [1].

Задачами государственной программы являются:

- обеспечение защиты от безработицы и содействие в трудоустройстве граждан, ищущих работу;
- нормативно-правовое, финансовое и кадровое обеспечение государственной программы.

Постановлением Правительства Ямало-Ненецкого автономного округа от 08 мая 2018 года № 493-П был утвержден детализированный перечень мероприятий подпрограмм государственной программы Ямало-Ненецкого автономного округа «Содействие занятости населения на 2014–2020 годы» на 2018 год, в соответствии с которым был утвержден объем финансирования государственных программ, подпрограмм и мероприятий.

Согласно Постановлению Правительства ЯНАО от 25.04.2014 N 314-П (ред. от 14.04.2017) «Об утверждении Административного регламента департамента занятости населения Ямало-Ненецкого автономного округа по предоставлению государственной услуги «Организация профессиональной ориентации граждан в целях выбора сферы деятельности (профессии), трудоустройства, прохождения профессионального обучения и получения дополнительного профессионального образования», центр занятости осуществляет полномочия по направлению безработного на тестирование по профессиональной ориентации [2].

Так пункт 28.3 указывает, что проводятся профессиональные консультации с использованием методов интервьюирования, включая выявление профессиональных устремлений, предпочтений, способностей, физических и (или) психологических качеств заявителя.

По окончании консультации выдается свидетельство о получении данной государственной услуги.

Стоит отметить, что результаты прохождения тестирования не используются службами должным образом при поиске вакансий безработным, и, тем самым, работодателям не предоставляются достойные кадры, а работникам подходящая работа.

Подбор же кадров и вакансий в Государственной службе занятости осуществляется с учетом п. 3 постановления Правительства РФ от 7 сентября 2012 г. № 891 «О порядке регистрации граждан в целях поиска подходящей работы регистрации безработных граждан и требованиях к подбору подходящей работы» [3].

Данный способ подбора кадров и вакансий с учетом пожеланий данного постановления Правительства РФ не является эффективным и достаточным, так как постановка на учёт и предложение о вакансиях предоставляются лицам, ищущим работу из имеющихся, без уточнений о предпочтениях, без учёта личностных качеств и особенностей.

Неудивительно, что работник приходит к работодателю «из списка», разочаровывается и продолжает поиски, оставаясь в статусе безработного. На современном этапе развития трудовых отношений бюро занятости, в том виде, в котором они существуют сейчас, показали свою неэффективность.

Гораздо чаще современные безработные ищут работу самостоятельно, с помощью личных связей и интернета.

Однако в последнее время, все чаще безработные обращаются и в специальные частные агентства по подбору персонала (кадровое агентство).

Данный институт хорошо зарекомендовал себя в ряде стран и уже набирает популярность в России. Сущность таких агентств состоит в индивидуальном подходе к каждому, будь то работник или работодатель. Как правило, такие организации не только предлагают вакансии работнику в соответствии с его специальностью, а работодателю кадры в соответствии с характером работы, но и подбирают их друг к другу в соответствии с их личностными качествами.

Данные организации самостоятельно разрабатывают и применяют специальную систему тестирования, позволяющие подобрать такой кадр или такого работодателя, которые будут максимально друг другу подходить как с профессиональной точки зрения, так и с личностной. Однако, несмотря на ряд плюсов таких частных организаций в отличие от Государственных служб занятости свои услуги они предоставляют на платной основе [9].

Как правило, это либо конкретно установленная плата, либо определённая часть от первой заработной платы и т. п. Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод о том, что целесообразно и эффективно перенять положительный индивидуальный подход частных организаций в деятельность Государственных служб занятости.

То есть при поиске подходящей вакансии для безработного, центрам занятости необходимо учитывать личность, потребности, предпочтения, как заявителя, так и работодателя. На наш взгляд это позволит создать комфортную обстановку в новом коллективе, особенно на начальном этапе работы, а также быструю адаптацию кадра к условиям и характеру труда, снизит вероятность дальнейшей смены работы, что в конечном итоге даст работодателю стабильного работника с хорошей производительностью труда [8].

В качестве положительной тенденции трудоустройства граждан ГКУ ЯНАО «Центр занятости населения» г. Муравленко можно выделить практику использования конкурсных процедур как при назначении на вакантную должность, так и при формировании кадрового резерва. Это свидетельствует о понимании, как руководителями структурных подразделений, так и специалистами преимуществ формирования кадрового состава на конкурсной основе.

Следует отметить, что ЯНАО «Центр занятости населения» г. Муравленко проводится большая работа по трудоустройству безработных граждан, но, тем не менее, в их работе отсутствует четкая оценка их деятельности, в связи с чем, необходимо разработать систему показателей по оценке деятельности Комитета по труду и занятости населения.

В работе по трудоустройству безработных граждан в ГКУ ЯНАО «Центр занятости населения» г. Муравленко проявляются также элементы пассивной кадровой политики, когда кадровые службы просто ожидают претендентов для участия в конкурсе. Доминирующей остается практика назначений по приглашению руководителя.

Внешние факторы, препятствующие трудоустройству безработных граждан при формировании кадрового состава предприятий г. Муравленко: стремление ГКУ ЯНАО «Центр занятости населения» расширить практику использования конкурсных процедур сталкивается с объективной ситуацией конкурентоспособности на рынке труда. Хотя в г. Муравленко существует большой спрос на инициативных и грамотных сотрудников, большинство претендентов, заинтересовавшихся объявлениями о конкурсе, отказываются в нем участвовать.

Социально-психологические факторы, ограничивающие возможность трудоустройства безработных граждан: стремление руководителей предприятий города Муравленко

ограничиться кругом своих социальных контактов при поиске персонала.

С целью расширения практики назначений на вакантные должности из безработных граждан, который сегодня в ГКУ ЯНАО «Центр занятости населения» используется крайне слабо, необходимо осуществлять планомерную работу по обучению и развитию лиц, состоящих в резерве, повысить ответственность руководителей за работу с резервом кадров.

При трудоустройстве безработных граждан через ГКУ ЯНАО «Центр занятости населения» следует обратить внимания на адресную работу с персоналом подведомственных организаций, активного привлечения их к участию в конкурсах, как на вакантную должность, так и в кадровый резерв.

Анализируя проблемы в развитии муниципальной службы можно указать на недостатки:

- отсутствие профильного профессионального образования у служащих ГКУ ЯНАО «Центр занятости населения»: несмотря на высокий уровень образования, большинство служащих ГКУ ЯНАО «Центр занятости населения» не имеют образования по соответствующей специальности;
- применение устаревших кадровых технологий оценки и подбора кадров, применяемых в ГКУ ЯНАО «Центр занятости населения» при трудоустройстве безработных граждан на предприятия г. Муравленко;
- отсутствие системности в работе с кадровым резервом как основным источником трудоустройства безработных граждан г. Муравленко.

Для совершенствования работы с трудоустройством безработных граждан через ГКУ ЯНАО «Центр занятости населения» г. Муравленко следует принять действенные меры по внедрению полноценной системы комплексной работы.

#### Литература:

1. Постановление Правительства автономного округа от 25 декабря 2013 года № 1131-П Государственная программа автономного округа «Содействие занятости населения на 2014–2020 годы»
2. Постановление Правительства ЯНАО от 25.04.2014 N 314-П (ред. от 14.04.2017) «Об утверждении Административного регламента департамента занятости населения Ямало-Ненецкого автономного округа по предоставлению государственной услуги «Организация профессиональной ориентации граждан в целях выбора сферы деятельности (профессии), трудоустройства, прохождения профессионального обучения и получения дополнительного профессионального образования» // КонсультантПлюс
3. Постановление Правительства РФ от 07.09.2012 N 891 (ред. от 04.08.2015) «О порядке регистрации граждан в целях поиска подходящей работы, регистрации безработных граждан и требованиях к подбору подходящей работы» (вместе с «Правилами регистрации граждан в целях поиска подходящей работы», «Правилами регистрации безработных граждан») // «Собрание законодательства РФ», 17.09.2012, N 38, ст. 5103.
4. Баян Е. В. Основные направления деятельности службы занятости / Е. В. Баян // В сборнике: Наука, образование, общество: тенденции и перспективы развития. 2018. С. 156–158.
5. Карасёва А. Е. Обеспечение эффективности работы службы занятости населения, оценка результатов / А. Е. Карасёва // В сборнике: Потенциал российской экономики и инновационные пути его реализации. Под ред. В. А. Ковалева и А. И. Ковалева. 2018. С. 402–405.
6. Марочкина Ю. Ю. Сущность и методы отбора персонала / Ю. Ю. Марочкина // В сборнике: информация как двигатель научного прогресса. 2018. С. 164–167.

7. Марцева, Т. Г. Особенности системы найма персонала в России / Т. Г. Марцева // Материалы международной научно-практической конференции. Под общей редакцией В. В. Пономарева, Т. А. Куткович. — 2017. — С. 105–115.
8. Смирнова Е. Ю. Государственная служба занятости в условиях меняющегося мирового рынка труда / Е. Ю. Смирнова // Экономика и предпринимательство. 2018. № 7 (96). С. 106–111.
9. Хабирова Я. Р. Основные направления мероприятий по повышению эффективности работы служб занятости населения / Я. Р. Хабирова // В сборнике: Приоритетные направления развития образования и науки. В 2-х томах. Редколлегия: О. Н. Широков [и др.]. 2017. С. 223–224.

## Особенности развития делового туризма в США

Михайлова Алёна Евгеньевна, студент магистратуры  
Российский университет дружбы народов (г. Москва)

В данной работе будут рассмотрены основные особенности делового туризма в США. В настоящее время индустрия туризма активно развивается и приносит большой вклад в мировую экономику. США занимает лидирующие позиции на рынке оказания деловых туристских услуг и организации мероприятий.

Деловой туризм развит не во всех штатах. США делится на туристические макрорайоны, каждый из которых привлекает гостей различными видами туризма.

Кроме того, в статье будут рассмотрены особенности индустрии встреч (MICE) в США. Деловой туризм отличается отсутствием фактора сезонности, индустрия встреч же, наоборот, активизируется весной и осенью. MICE индустрия — это организация деловых мероприятий (конференции, конгрессы, выставки, форумы, семинары, тренинги и др.) и инсентив-туризм.

Ниже будут проанализированы деятельность штатов по продвижению услуг делового туризма и MICE-индустрии в США и сделаны выводы.

### Особенности развития делового туризма в США

В связи с активным развитием индустрии встреч (MICE-индустрии), включающей такие предприятия, как event-агентства, конгресс-отели, конгрессно-выставочные центры, конгрессно-выставочные объединения, деловые центры, выставочные объединения, выставочные отделы государственных и коммерческих организаций, музеи, галереи, выставочные залы, фирмы-организаторы мероприятий, фирмы делового туризма, фирмы интенсив-туризма, увеличивается число проводимых семинаров, научных и корпоративных конференций, туристических ярмарок и выставок, растёт количество их участников и гостей. Отметим, что география стран, организующих эти поездки и мероприятия, значительно расширяется. [5]

Странами-лидерами делового туризма являются следующие: США, Германия, Франция, Великобритания, Италия и Испания. [4]

Инсентив-туром называют поощрительную поездку для сотрудников компании. Эта поездка обычно совмещает элементы конференции, семинара или тренинга, посещение международного конгресса или выставки, курса коман-

дообразования, экскурсионной или развлекательной программы и отдыха. [1]

По данным Европейской ассоциации по инсентив-туризму, в 2018 году среди основных стран с выездным инсентив-туризмом по-прежнему лидируют США (около 60%), Великобритания (20%) и Германия (11%). В последние годы значительно выросло число инсентив-туристов из Японии.

Центром делового туризма является США. Штаты лидируют по показателям как въездного, так и выездного туризма в Американском регионе. [2]

Приблизительно треть всех туристов США путешествуют с деловыми целями. Деловые туристы США предпочитают различные направления: половина ограничиваются внутренним туризмом, около 10% путешествует в Канаду, 8% — в Мексику, 7% — в Карибский регион. Говоря о поездках за границу, стоит заметить, что 10% поездок составляют отбытия в страны Западной Европы. На сегодняшний день существует тенденция увеличения взаимодействий со странами Азии и Тихоокеанского региона, что составляет приблизительно 5%.

Въездной поток деловых туристов в США составляет от 25% до 30%. Иностранцы деловые туристы направляются на северо-восток, юго-восток, юго-запад и юг страны.

Индустрия встреч является одной из самых быстрорастущих сегментов индустрии туризма и гостеприимства США. Особенно развит в США внутренний деловой туризм.

Преимущественно корпоративные встречи проводят весной или осенью. В летние и зимние месяцы деловая активность снижается, эти месяцы считаются низким сезоном. Более 35% компаний выбирают место для проведения встреч внутри США. Самыми частыми штатами для посещения с деловыми целями являются Калифорния, Иллинойс, Флорида, Техас и Нью-Йорк.

Индустрия туризма и гостеприимства в США обычно воспринимается как должное, поэтому в программах государственного финансирования она либо отсутствует, либо к ней относятся не так серьезно, как к другим индустриям и отраслям. Содействие развитию туризма в штатах должно входить в обязанности федерального правительства,



как и поддержка любой другой экономической деятельности [6].

Основной недостаток индустрии MICE заключается в отсутствии централизованного управления, органа, который бы контролировал совместную работу множества мелких предприятий для достижения лучших экономических показателей каждого штата, продвигая тур-продукт среди иностранных потребителей.

Ассоциация туристской индустрии Америки (ТИАА) является некоммерческой организацией. Она представляет и защищает интересы всех составляющих индустрии туризма и гостеприимства в США. На сегодняшний день ТИАА представляет интересы ведущих авиаперевозчиков и транспортных компаний, средств размещения, каршеринговых компаний и тур-операторов страны. Главный офис ТИАА находится в Вашингтоне, поэтому её основная задача — лоббирование интересов индустрии туризма и гостеприимства в Конгрессе США.

Эта организация собирает и анализирует показатели статистики туризма, а также занимается проведением исследований и составлением прогнозов по развитию индустрии туризма и гостеприимства. Другой не менее важной задачей ТИАА видит продвижение США как дестинации для внешнего и внутреннего туризма.

Деятельность в туристской сфере не ограничивается федеральным законодательством. Самые широкие права имеют власти штатов, так как США является федерацией. Штаты способны быть самостоятельными на рынке, независимо от федеральных властей.

Власти и туристические ассоциации штатов не раз также подвергались серьезной критике за пассивное поведение, слабую бюджетную базу. Однако в последнее время все большее количество штатов, прежде всего Калифорния, Флорида, Гавайи, Невада, Нью-Йорк, Массачусетс, начинают собственные рекламные кампании для повышения привлекательности штата и продвижения его туристских услуг на внутреннем рынке.

Некоторые штаты даже пытаются рекламировать себя для внешнего туризма. К сожалению, при попытке привлечения иностранных гостей они сталкиваются с такими проблемами как, например, иностранный язык, различие в менталитете. Так рекламная кампания I love NY («Я люблю Нью-Йорк») в материковой Европе провалилась.

США делится на четыре туристические макрорайона со своеобразной спецификой: Северо-Восток, Юг, Запад и Средний Запад.

#### Литература:

1. Агальцова И. А., Инсентив-туризм как способ мотивации персонала: Сервис в России и за рубежом, 2016.
2. Бабкин А. В., «Специальные виды туризма», учебное пособие. Ростов-на-Дону: 2015. 28 с.
3. Борисова О. В., Перспективы развития инсентив-туризма: Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Социально-экономические науки, 2016.
4. Гуляев В. Г. Туризм: экономика и социальное развитие. М.: Финансы и статистика, 2010. 304 с.

Северо-Восток плотно заселен, имеет богатое культурное и историческое наследие и достижения современной науки и культуры. Эти факторы привлекают и притягивают туристов. В этом макрорайоне развит деловой туризм. Ядром макрорайона является мегалополис Бос-Ваш, а столицей — город Нью-Йорк.

Особенностью Юга являются пляжи, полностью подготовленные для курортного отдыха, регулярные фестивали, тематические развлекательные парки. Район богат культурно-историческими памятниками. По этой причине для иностранных туристов район не столь аттрактивен как Западный или Северо-Восточный. Флорида является ядром, которое притягивает любителей пляжного отдыха. Именно здесь находится столица макрорайона — Майами.

Район «Хартленд» (от англ. Heart Land) — это внутренние США, удаленные от морских пляжей и густонаселенных территорий, культурно-исторических памятников здесь значительно меньше, как на Юге и Северо-Востоке, а ландшафты не так выразительны, как в Западном районе. Этот район не привлекает туристов и является транзитным.

Исключение в этом районе — маршрут Кливленд-Чикаго-Детройт с развитым деловым туризмом. Это ядро макрорайона, которое создаёт тур-поток в соседние города.

Западный район отличается природными памятниками, национальными парками и ландшафтным разнообразием. Этот регион популярен экологическим и спортивным туризмом.

Центром притяжения западного макрорайона является штат Калифорния, особенно популярны Голливуд, Диснейленд. Здесь развит развлекательный, пляжный и деловой туризм. Столицей макрорайона является Лос-Анджелес.

Таким образом, США необходим некий орган для координации совместных действий по продвижению турпродуктов штатов и рекламных кампаний, для повышения узнаваемости и привлекательности штатов для туристов внешнего, прежде всего, и внутреннего рынка. Это должен быть не обязательно государственный орган. Стоит заметить, что для создания и функционирования этого координирующего органа необходимо выделение федеральных средств. На сегодняшний день расходы на туристическую рекламу в США за рубежом гораздо ниже, чем аналогичные расходы во многих развивающихся странах.

5. Курач Е. В., Иваскив И. С. Особенности и специфика развития делового туризма в России и за рубежом.: Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса, 2014.
6. Харрис, Г. Стимулирование международного туризма в XXI веке / Г. Харрис, К. М. Кац; Пер. с англ. Е. В. Мошняга; Под ред. В. А. Квартальнова. — М.: Финансы и статистика, 2000. — 238 с.

## Основные проблемы и развитие молодежного предпринимательства в РФ

Назарова Полина Николаевна, студент

Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск)

В современном мире, где стремительно все изменяется, порой очень трудно определиться с будущей профессией, которая будет востребована и интересна самому человеку. Ещё труднее решиться заниматься предпринимательской деятельностью, начинать с нуля строить свое дело. Об этом многие задумываются, но начинают единицы. Исследования Института комплексных стратегических исследований показали, что процент молодых людей, которые хотели бы основать свое дело достаточно сильно превышает процент тех, кто уже собственное дело основал [1, с. 11].

В настоящее время молодежное предпринимательство играет большую роль в развитии большинства стран мира, в том числе и в нашей стране. В связи с этим целесообразно исследовать проблемы и перспективы развития молодежного предпринимательства в РФ.

Предпринимательство — это деятельность, основная цель которой получение прибыли. В Постановлении Верховного Суда РФ от 3 июня 1993 года «Об основных направлениях государственной молодежной политики в Российской Федерации» было впервые упомянуто определение «молодежное предпринимательство». Ставки сегодня делаются именно на молодежь. Почему же? Они более креативные, более инициативны, для них порой нет ничего невозможного, они хотят добиться большего, поэтому иногда идут на большие риски, что людям старшего поколения не так свойственно.

В теории всегда все просто и понятно, но на деле молодые люди сталкиваются с большим количеством проблем, когда хотят открыть свое дело. Приведем некоторые из них: недостаток опыта; недостаточность образования; недостаточность денежных средств, чтобы открыть свое дело; недостаточный уровень защиты интеллектуальной собственности; наличие коррупционных барьеров и «теневой» экономики.

Особое значение в развитии молодежного предпринимательства имеет поддержка социального предпринимательства. Но несмотря на растущий интерес к нему как на федеральном уровне, так и на региональном, Россия значительно отстает как в реализации государственной поддержки социального предпринимательства, так и в информированности этого явления.

Социальный предприниматель обладает нужными для развития общества качествами. Он практик с иннова-

ционным подходом, добивающийся широкомасштабных, систематических и устойчивых социальных перемен, двигатель перемен, амбициозен и настойчив, поэтому способен реально оценить ситуацию и принять необходимые решения по социальным вопросам, не оставляя нужды общества на рассмотрение государства или бизнес — сектора [2, с. 318—319].

Молодежное предпринимательство сталкивается с большим количеством проблем, и основная, это, конечно же, недостаточно развитая законодательная база. Также нет информационных ресурсов, где молодые люди могли бы узнать соответствующую информацию и программы для поддержки молодежного предпринимательства.

Наше государство на сегодняшний момент очень активно начало заниматься поддержкой молодых предпринимателей. Создаются специальные программы, направленные на развитие малого и среднего бизнеса.

Одно из особых и важных мест в развитии молодежного предпринимательства занимает программа «Ты предприниматель», которая действует с конца 2014 года. Она является одним из ключевых проектов Российского центра содействия молодежному предпринимательству. Программа действует в 60 субъектах РФ. Эта программа дает базовые, фундаментальные знания о бизнесе, предпринимательстве.

Еще одной не менее важной программой является программа «Молодежный бизнес России», которая направлена на развитие молодежного предпринимательства в Российской Федерации. Эта программа дает возможность молодым предпринимателям самореализоваться, получить финансовую независимость и творческую свободу для создания своих бизнес-идей.

Но не только на федеральном уровне создаются программы для поддержки молодежного предпринимательства. Во многих регионах нашей страны внедряются различные программы для поддержки молодых людей в сфере предпринимательства. Например, в городе Хабаровске был реализован такой проект, как «Молодежный бизнес-проект», целью которого являлось стимулирование горожан в сфере разработки бизнес-проектов и поддержание таких идей. В Свердловской области был создан конкурс «Я создаю свое будущее», направленный на выявление наиболее перспективных бизнес-идей. Так что можно смело

сказать, что молодежное предпринимательство не стоит на месте, а активно поддерживается не только на федеральном уровне, но и в регионах.

Также одной из форм помощи молодежного предпринимательства является создание бизнес-инкубаторов. Главной целью таких инкубаторов является создание активно развивающихся объектов или реконструкция ныне действующих, которые впоследствии приобретают жизнеспособность и самостоятельность. Договоры заключаются обычно недолговременные, не более трех лет. Но в Санкт-Петербурге, например, всего два бизнес-инкубатора, поэтому, конечно, удовлетворить потребности всех предпринимателей, в том числе и молодых они не смогут.

Российская Федерация заинтересована в развитии молодежного предпринимательства, так как оно предполагает уменьшение молодежной безработицы. Проблема молодежной безработицы имеет остро значимую проблему, так как падает уровень профессионализма, обостряется социальный пессимизм, а также безработица влияет и на уровень рождаемости (молодые люди не могут быть уверены в том, что смогут обеспечить свою семью и детей).

Также развитие среднего и малого бизнеса увеличивает налоговые поступления в бюджеты как федерального, так и других уровней.

Исходя из всего вышесказанного, можно выделить основные факторы для поддержки молодежного предпринимательства: создание прочной законодательной базы; создание высокого образовательного уровня в сфере предпринимательской деятельности; создание наиболее оптимальных налоговых и кредитных ставок, которые бы стимулировали молодых людей реализовывать свои бизнес-проекты. Также возможно рассмотрение на законодательном уровне освобождения от уплаты налогов новых бизнес-проектов в течение определенного промежутка времени; увеличение информационной базы в сфере предпринимательства; увеличение организации различных конференций, семинаров и т.д.; увеличение количества и качества работы бизнес-инкубаторов, которые служат отправной точкой для многих молодых предпринимателей.

На сегодняшний день именно молодежь представляет собой основу, на которую должна опираться экономика. Это значит, что государство должно быть особенно заинтересовано в развитии молодежного предпринимательства.

#### Литература:

1. Власов Г. Ю. Развитие молодежного предпринимательства на современном этапе. // Российское предпринимательство. № 10 Выпуск № 2 (194). — 2011. — С. 11.
2. Герасикова Е. Н. Социальная ответственность бизнеса и развитие социального предпринимательства в России // XXVIII Международные Плехановские чтения: Сб. материалов межд. науч. — практ. конф. — М.: ФГБОУ ВПО «РЭУ им. Г. В. Плеханова». — 2015. — С. 318–319.

## Финансовое планирование на предприятии

Наумов Антон Романович, студент

Южно-Уральский институт управления и экономики (г. Челябинск)

*В статье рассмотрены теоретические аспекты и особенности формирования финансового планирования на предприятиях строительной отрасли Российской Федерации. Перечислены основные цели финансового планирования и классификация их методов. Проанализированы ключевые проблемы финансового планирования на строительных предприятиях. Разработан комбинированный механизм формирования финансового планирования для строительной компании «Антей».*

**Ключевые слова:** финансовое планирование; строительные предприятия; строительная отрасль; строительный бизнес; управление финансами.

## Financial planning at the enterprise

*The article discusses the theoretical aspects and features of the formation of financial planning in the enterprises of the construction industry of the Russian Federation. The main objectives of financial planning and the classification of their methods are listed. Analyzed the key problems of financial planning in construction companies. A combined mechanism for the formation of financial planning for the Antey construction company has been developed.*

**Keywords:** financial planning; construction enterprises; building sector; Building business; financial management.

В условиях современной экономической ситуации предприятия в строительной сфере сталкиваются с влиянием отдельных фундаментальных факторов, которые приводят к дестабилизации и высокой волатильности рыночной конъюнктуры. В связи с этим, такие основные бизнес-процессы, как финансовое планирование компании становятся неэффективными и требуют этапа совершенствования своей системы, что возможно при поддержке руководства организации. Но, несмотря на благие цели совершенствования системы финансового планирования, менеджмент предприятия сталкивается с отдельными проблемами, причиной чего являются процессы любого характера.

Как на малых, так и на крупных строительных предприятиях существует высокая потребность в эффективном финансовом планировании, но, как правило, оно доступно лишь предприятиям, которые владеют значительными средствами для привлечения высококвалифицированных специалистов, которые способны вести масштабную плановую работу. Одним из самых востребованных и перспективных направлений совершенствования финансового менеджмента сегодня является повышение качества системы финансового планирования на предприятии [2, с.1].

Изучив различные подходы к определению понятия «финансовое планирование», можно прийти к выводу, что это точное выражение всех планируемых показателей и результатов, выраженных в финансовых терминах. С его помощью руководство компании сопоставляет расходы и результаты за планируемый период и его отдельные временные порядки [1, с.148].

Финансовое планирование направлено на достижение следующих целей [3, с.181]:

- определение объема предполагаемых поступлений денежных средств на счета компании;
- определение возможностей реализации готовой продукции с учетом заключаемых договоров и экономической конъюнктуры рынка;
- определение и обоснование предполагаемых расходов хозяйственной деятельности;
- установление рациональных пропорций при распределении денежных средств;
- определение финансовой эффективности отдельных структур компании с помощью прогнозирования будущих результатов.

Ввиду наличия субъективной оценки при составлении финансового плана и нестабильной среды обитания строительного предприятия, финансовое планирование сталкивается с многочисленными трудностями. Аналогичные проблемы наблюдаются и при финансовом планировании девелоперской корпорации ОАО «Антей». Основные проблемы их процесса можно разделить на две ключевые группы:

- проблемы эффективности и точности, среди которых, например, более высокий уровень фактических затрат, чем при планировании и т. д.;

- проблемы организационного характера, среди которых кадровое и информационное обеспечение. Примером служит взаимосвязь бухгалтерии компании «Антей» с другими подразделениями, когда последние не предоставляют всю необходимую информацию первым, что влияет на процесс финансового планирования.

Помимо этого, для строительной компании «Антей» приемлемы дополнительно следующие проблемы, касаемо функционирования системы финансового планирования [2; 3]:

- нереалистичность сформированных финансовых планов, в первую очередь, показателей доходности и результативности производства;
- отсутствие оперативности при составлении финансовых планов;
- отсутствие автоматизации управленческого и финансового учета;
- высокая степень рыночной неопределенности в российской экономике;
- оторванность стратегического планирования от оперативного и текущего;
- отсутствие четких внутренних стандартов составления планов.

Исходя из этих проблем, функционирование деятельности компании ухудшается. В частности, сроки сдачи работ оттягиваются, что формирует негативные отзывы о их деятельности. Так, на ресурсе [tatre.ru](http://tatre.ru) они получают аж 48% отрицательных комментариев от их клиентов [5].

В деятельности строительных предприятий существует два основных вида финансового планирования: текущее и стратегическое. Текущее финансовое планирование — это планирование всех его доходов и расходов для обеспечения развития бизнеса организации на отчетный период, как правило в размере 1 год.

Основными методами текущего финансового планирования выступают [4]:

- индикативный (в роли индикаторов могут выступать различные экономические показатели);
- балансовый (предполагает обеспечение равновесия между доходами и расходами предприятия);
- нормативный (основан на определении системы норм);
- экономико-математическое моделирование (предполагает использование математических моделей, с целью определения наиболее эффективного альтернативного варианта текущего финансового плана предприятия).

Стратегическое финансовое планирование — это процесс выбора долгосрочных целей организации и способа их наилучшего достижения. С помощью стратегического планирования определяются ключевые финансовые показатели, темпы производства, роста бизнеса, что является главной формой реализации стратегии развития.

В практике стратегического финансового планирования используются следующие методы: метод экономического анализа; нормативный метод; метод балансовых расчетов; метод денежных потоков; метод многовариантности расчетов; метод экономическо-математического моделирования.

Несмотря на наличие большого числа методов, их эффективность не столь высокая, поскольку не учитывают основные проблемы российской строительной отрасли. Зачастую, в решении таких проблем, используются комбинационные модели, но, для составления финансового плана — это недопустимо, поскольку каждому подразделению организации необходимо акцентировать внимание лишь на одних показателях.

Таким образом, целесообразнее разработать собственный метод стратегического финансового планирования для предприятия ОАО «Антей», которое будет актуальным в текущих условиях введения российского строительного бизнеса.

За основу можно взять метод экономического анализа, поскольку именно в нем идет важный этап оценки и анализа финансовых показателей предприятия, динамики его состояния, внутренних резервов и характера их изменения. Таким образом, метод экономического анализа будет первым этапом нашей модели, после чего идет второй этап — анализ внешней среды, рыночной и экономической конъюнктуры. Особое внимание стоит уделить прогнозной части таких показателей, как динамика индекса потребительских цен (инфляции), динамика рынка российского рубля по отношению к той иностранной валюте, которая используется

для внешнеэкономической деятельности, а именно закупку импортного строительного материала. Немаловажную роль в анализе внешней среды играет прогнозная модель динамики товарно-сырьевого рынка, который связан с отраслью предприятия, поскольку от цен на сырьевые товары возможно изменение расчетной сметы при затратах на строительстве объектов.

Следующим третьим элементом стратегического финансового планирования должен быть процесс управления рисками. Обязательным требованием должно быть определение возможных рисков и заранее подготовленные инструменты, с помощью которых можно минимизировать их негативное влияние. Это позволит обеспечить более устойчивое соблюдение намеченных финансовых показателей в стратегическом плане компании. Исходя из этих первых трех этапов стратегического финансового планирования, составляется сам прогнозный баланс предприятия, его прогнозируемые основные финансовые показатели, в частности динамика доходов и расходов, а также их структура.

Таким образом, разработанная модель финансового планирования способна обезопасить руководство предприятия «Антей» от нежелательных рисков, проблем и недостатков, с которыми сталкиваются другие строительные фирмы. Общий характер данного метода — комбинированный, а исходит он из модели экономического анализа. Его сутью является актуализация проведенной оценки рисков, включая со стороны внешней среды, факторы которой и приводят к основным недостаткам стратегического планирования современного российского бизнеса.

#### Литература:

1. Шептиева О. Е. Совершенствование системы финансового планирования на предприятиях // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. — 2016. — № 2–3. — С. 148–152.
2. Лисютина А. С. Проблемы и пути совершенствования финансового планирования на российских предприятиях в современных экономических условиях // Евразийский научный журнал. — 2016. — № 10. — С. 1–3.
3. Мусорин А. Г. Проблемы организации эффективной системы финансового планирования // Научно-методический электронный журнал «Концепт». — 2016. — Т. 6. — С. 181–185.
4. Основные методы текущего планирования. URL: [https://studopedia.su/1\\_42479\\_osnovnie-metodi-tekushchego-planirovaniya.html](https://studopedia.su/1_42479_osnovnie-metodi-tekushchego-planirovaniya.html) (дата обращения: 22.04.2019).
5. Строительные компании Казани. URL: [http://www.tatre.ru/companies?s\\_type=2](http://www.tatre.ru/companies?s_type=2) (дата обращения: 22.04.2019).

## Анализ финансового состояния организации и оценка вероятности его банкротства

Ризатдинова Алия Радисовна, студент

Набережночелнинский институт (филиал) Казанского (Приволжского) федерального университета (Республика Татарстан)

*В статье рассмотрена сущность банкротства предприятия и его актуальность в современных условиях. Кроме этого, проведен анализ финансового состояния и банкротства предприятия и определена связь банкротства с экономической безопасностью предприятия.*

**Ключевые слова:** банкротство, устойчивость, финансовое состояние, риск, безопасность.

В последние годы в России наблюдается кризис, который приводит к банкротству многих предприятий и организаций. Устойчивость предприятия на рынке зависит от принятия эффективных управленческих решений на основе получения информации о финансовом состоянии организации, эффективности функционирования системы экономической безопасности на предприятии. Кроме того, имеют значимость качество и своевременность такой информации, что позволяет не только находить пути решения финансовых проблем, но и предвидеть кризисные явления.

Таким образом, особое внимание уделяется совершенствованию механизма прогнозирования несостоятельности организации с целью предотвращения банкротства. В российском законодательстве термин банкротство определяется, как признанная арбитражным судом неспособность должника в полном объеме удовлетворить требования кредиторов по денежным обязательствам и исполнить обязанность по уплате обязательных платежей [3].

Предпосылки банкротства следует рассматривать как взаимодействие целого ряда причин, одни из которых

являются внешними по отношению к предприятию, и на них у предприятия нет практических возможностей влиять, или это влияние может быть слабым. Другие причины носят внутренний характер. Как правило, группа внутренних причин непосредственно зависит от организации работы на самом предприятии.

Банкротство предопределено самой сущностью предпринимательства, которое всегда сопряжено с неопределённостью достижения его конечных результатов, а значит и с риском потерь. Источниками этой неопределённости являются все стадии воспроизводства — от закупки и доставки сырья, материалов и комплектующих изделий до производства и продажи готовых изделий [2].

На примере предприятия осуществим анализ финансового состояния и вероятности банкротства. Для этого в таблице 1 представим анализ относительных показателей финансовой устойчивости предприятия с использованием методики В. В Ковалева. В рамках статьи полный анализ провести не представляется возможным.

Таблица 1. Анализ относительных показателей финансовой устойчивости предприятия

| Показатели  | норматив      | на 2015 г. | на 2016 г. | на 2017 г. |
|---|---------------|------------|------------|------------|
| Коэффициент маневренности собственного капитала       | 0,2–0,5       | –0,37      | –0,37      | –0,24      |
| Коэффициент концентрации заемного капитала            | <0,5          | 0,63       | 0,64       | 0,61       |
| Коэффициент финансовой устойчивости                   | Не менее 0,75 | 0,54       | 0,49       | 0,54       |
| Коэффициент соотнош. заемного и собственного капитала | <0,7          | 1,67       | 1,79       | 1,59       |

Полученные результаты свидетельствуют о том, что исследуемая организация характеризуется зависимостью от внешних источников финансирования. Коэффициент маневренности увеличился с –0,37 до –0,24, что свидетельствует о улучшении использования собственных средств предприятия, но данный показатель все еще имеет отрицательное значение.

Таким образом, в конце анализируемого периода все долгосрочные активы финансируются из долгосрочных источников, что может обеспечить относительно высокий уровень платежеспособности в долгосрочном периоде.

Руководство любого предприятия хочет быть уверенным в завтрашнем дне, т. е. в его стабильности. С этой целью финансовые отделы компаний регулярно прово-

дят оценку финансовой устойчивости и платёжеспособности. Помимо этого, проводится и оценка вероятности банкротства.

Анализ вероятности банкротства предприятия помогает определить в какой срок организации грозит возможное банкротство и в какой срок оно может восстановить свою платёжеспособность. Поэтому, чтобы избежать начала процедуры банкротства необходимо проводить такой анализ регулярно [3].

Кроме того, регулярная оценка состояния предприятия важна для принятия грамотных, взвешенных решений. Должна она проводиться и перед заключением значимых сделок, например, получения кредита или продажи акций компании.

Расчет вероятности банкротства будем осуществлять с использованием двухфакторной модели Альтмана. В таблице 2 сгруппируем необходимые показатели для расчета данного показателя.

Таблица 2. Двухфакторная модель Альтмана

| Показатель                      | Код | 2015 год | 2016 год | 2017 год | Изм, абс. | Изм., отн., % |
|---------------------------------|-----|----------|----------|----------|-----------|---------------|
| Коэффициент текущей ликвидности | Ктл | 0,78     | 0,79     | 0,83     | 0,05      | 6,55          |
| Заемный капитал                 | ЗК  | 141858   | 150778   | 138834   | -3024     | -2,13         |
| Пассивы                         | П   | 214296   | 226620   | 220891   | 6595      | 3,08          |
| Коэффициент                     | Z   | -1,18    | -1,19    | -1,24    | -0,06     | 4,78          |
| Вероятность банкротства         |     | Ниже 50% | Ниже 50% | Ниже 50% |           |               |

$$Z = -0,387 - 1,0736 * K_{тл} + 0,0579 * (ЗК/П)$$

Так значение  $Z < 0$ ,  $Z = -1,24$ , а это значит, что ситуация в анализируемой компании может быть охарактеризована как стабильная. Риска наступления банкротства нет. Вероятность банкротства ниже 50%, что положительно отражается на финансовом состоянии предприятия.

Состояние защищенности предприятия (организации) от воздействия внутренних и внешних угроз представляет собой экономическая безопасность (ЭБ). И задачей каждого руководителя является создание эффективной системы экономической безопасности (СЭБ), а в случае наступления риска банкротства, провести мероприятия по улучшению данной системы, в частности сделать акценты на обла-

сти, которые тем или иным способом привели предприятие к наступлению неблагоприятной ситуации [5].

Защитой от воздействия внутренних и внешних угроз выступает система экономической безопасности предприятия, которая представляет собой совокупность мероприятий, обеспечивающих экономическую безопасность организации.

Из всего вышеизложенного можно сделать вывод, что управление системой экономической безопасности предприятия является неотъемлемой частью хозяйственной деятельности любой организации и ей, особенно при нынешних условиях на российском рынке, требуется уделять повышенное внимание, чтобы избежать влияния неблагоприятных обстоятельств.

Литература:

1. Федеральный закон от 26.10.2002 N 127-ФЗ (ред. от 13.07.2018) «О несостоятельности (банкротстве)» // Собрание законодательства. — 2018. — № 43. — ст. 4190.
2. Бадмаева Д. Г. Платежеспособность коммерческой организации: финансовый анализ / Д. Г. Бадмаева // Аудиторские ведомости. — 2016. — № 1. — С. 56–62.
3. Бернштейн Л. А. Анализ финансовой отчетности / Л. А. Бернштейн. — М.: Финансы и статистика, 2016. — 624 с.
4. Морякова А. В. Экономическая деятельность предприятий сферы сервиса в условиях нестабильности: целесообразность прогнозной оценки // Школа университетской науки: парадигма развития. — 2014. — № 1. — С. 56–59.
5. Прыкин Л. В. Экономический анализ предприятия: учебник для вузов / Л. В. Прыкина. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 306 с.
6. Слесаренко Г. В. Проблемы применения методик прогнозирования банкротства // Вестник УдмГУ. — 2016. № 2–1 — С. 38–45.
7. Финансовый анализ [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.grandars.ru/student/fin-m/finansovyy-analiz.html>.

## Анализ эффективности реализуемых государственных программ поддержки предпринимательства на примере г. Нур-Султан

Сейфуллин Данияр Думанович, студент магистратуры  
Карагандинский государственный технический университет (Казахстан)

В экономике любой страны малый и средний бизнес составляют её основу, так как бизнес выполняет множество функций: стимулирует экономическое развитие страны по приоритетным направлениям, обеспечивает занятость значительной части населения, а также способствует созданию благоприятных социальных и экономических условий. Именно по этим причинам малый и средний бизнес был определён в Казахстане как важнейший сектор экономики. С момента обретения Республикой Казахстан своей независимости всесторонняя поддержка малого и среднего бизнеса стала приоритетом государственной политики.

Однако, несмотря на пристальное внимание, уделяемое в нашей стране развитию малого и среднего бизнеса, его влияние на социально-экономическое развитие всё ещё недостаточно ощутимо. Вместе с тем сегодня в нашем государстве постепенно начинают оправдывать себя все те усилия, которые были направлены на планомерное и повсеместное развитие предпринимательства.

В настоящее время в Казахстане успешно реализуются госпрограммы «Развитие продуктивной занятости и массового предпринимательства на 2017–2021 годы» и «Дорожная карта бизнеса-2020».

Одной из наиболее эффективных, на наш взгляд, является Программа «Дорожная карта бизнеса 2020». Данная программа поддержки и развития бизнеса разработана для реализации Послания Президента Республики Казахстан народу Казахстана «Новое десятилетие — Новый экономический подъём — новые возможности Казахстана» и Общенационального плана развития Казахстана до 2020 года. Программа направлена на достижение цели посланий Президента Республики Казахстан народу Казахстана «Стратегия «Казахстан — 2030» и «Казахстанский путь — 2050: единая цель, единые интересы, единое будущее». А также в целях объединения некоторых ранее существующих отраслевых программ поддержки и развития предпринимательства в Казахстане.

Целью Программы является обеспечение устойчивого и сбалансированного роста регионального предпринимательства, а также поддержание действующих и создание новых постоянных рабочих мест.

Реализация Программы осуществляется по четырём направлениям:

- 1) поддержка новых бизнес-инициатив предпринимателей моногородов, малых городов и сельских населённых пунктов;
- 2) отраслевая поддержка предпринимателей, осуществляющих деятельность в приоритетных секторах экономики и отраслях обрабатывающей промышленности;

- 3) снижение валютных рисков предпринимателей;
- 4) предоставление нефинансовых мер поддержки предпринимательства.

В качестве основных направлений государством оказываются следующие меры поддержки:

- 1) субсидирование части ставки вознаграждения по кредитам/договорам финансового лизинга банков/банка развития/лизинговых компаний;
- 2) частичное гарантирование по кредитам банков/банка развития;
- 3) предоставление государственных грантов;
- 4) микрокредитование субъектов малого предпринимательства;
- 5) субсидирование части ставки вознаграждения по микрокредитам частных микрофинансовых организаций;
- 6) частичное гарантирование кредитов микрофинансовых организаций перед банками;
- 7) создание индустриальных зон.

Не маловажную роль играют и нефинансовые меры поддержки предпринимательства, которые предусматривают оказание государственной нефинансовой поддержки субъектам частного предпринимательства и населению с предпринимательской инициативой по следующим функциональным направлениям:

- 1) информационно-аналитическое обеспечение предпринимательства;
- 2) развитие компетенций предпринимателей;
- 3) повышение производительности предпринимателей;
- 4) расширение деловых связей.

Далее проведём краткий анализ, доказывающий эффективность предпринимаемых правительством действий, на примере города Нур-Султан.

Изменилась структура отраслей экономики до и после реализации Программы.

Это можно увидеть на рисунке 1.

После реализации государственных программ поддержки малого и среднего бизнеса доля промышленного производства увеличилась с 3,7% в 2013 году до 5% в 2018 году. Значительно расширились прочие отрасли с 48,2% в 2013 году до 58,2% в 2018 году. К сожалению, стоит отметить, что доля сельскохозяйственных отраслей практически не изменилась, оставшись на уровне 0,1%. На наш взгляд одна из наиболее веских причин объясняется тем, что из-за резко континентального климата, преобладающего на большей части Центрального Казахстана, именно сельское хозяйство попадает в зону рискованного предпринимательства. И государству предстоит не мало усилий для активизации сельскохозяйственного сектора в дальнейшем.



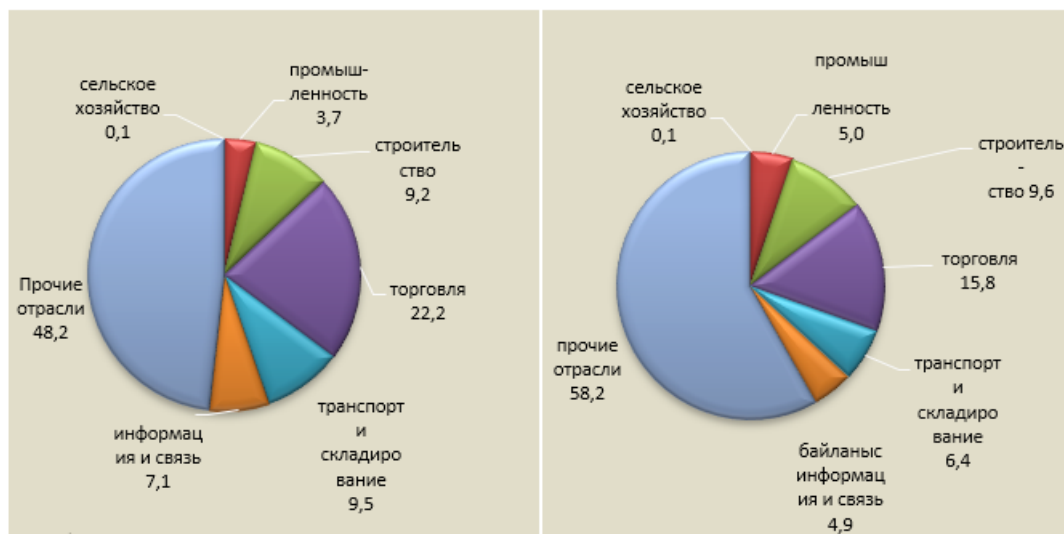


Рис. 1. Структура отраслей экономики г. Нур-Султан в ВРП, в %

Далее в динамике рассмотрим выпущенный объем производства в зависимости от размеров предприятий (табл. 1).

Таблица 1. **Объём производства промышленной продукции (товаров, услуг) по размерности предприятий, млн тенге**

|              | 2014      |          | 2015      |          | 2016      |          | 2017      |          | 2018      |          |
|--------------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|----------|
|              | объем     | доля, в% | объем     | доля, в% | объем     | доля, в% | объем     | доля, в% | объем     | доля, в% |
| Всего        | 253 634,3 | 100,0    | 310 343,9 | 100,0    | 338 130,7 | 100,0    | 402 123,1 | 100,0    | 499 543,1 | 100,0    |
| в том числе: |           |          |           |          |           |          |           |          |           |          |
| крупные      | 126 808,7 | 50,0     | 109 716,6 | 35,4     | 119 359,3 | 35,3     | 85 989,4  | 21,4     | 119 914,5 | 24,0     |
| средние      | 77 201,0  | 30,4     | 80 515,0  | 25,9     | 44 864,1  | 13,3     | 69 704,2  | 17,3     | 69 069,3  | 13,8     |
| малые        | 49 624,6  | 19,6     | 120 112,3 | 38,7     | 173 907,3 | 51,4     | 246 429,5 | 61,3     | 310 559,3 | 62,2     |

*Примечание: Составлена автором на основе источника [1]*

\*Данные приведены по нефинансовому сектору (без сектора домашних хозяйств)

Как видно из приведённых данных ежегодно снижается доля крупных предприятий в общем объёме промышленной продукции с 50% в 2014 году до 24% в 2018 году. При этом значительно возрастает роль малого бизнеса в общем объёме производства с 19,6% в 2014 году до 62,2% в 2018 году.

По данным Статистического бизнес регистра на 1 февраля 2019 года в г. Нур-Султан зарегистрировано 64556

предприятий малого предпринимательства, что на 11,9% выше, чем на 1 февраля 2018 года, число действующих предприятий малого предпринимательства увеличилось на 13,8% и составило 41237 единиц. По видам экономической деятельности предприятия малого бизнеса представим в таблице 2. (по данным на 01.02.2019 года)

Таблица 2. **Количество предприятий малого бизнеса по видам экономической деятельности**

|   | Зарегистрированные |            | Действующие |            |                 |            |
|---|--------------------|------------|-------------|------------|-----------------|------------|
|   | единиц             | к итогу, % | всего       |            | из них активные |            |
|   |                    |            | единиц      | к итогу, % | единиц          | к итогу, % |
| Всего   | 64 556             | 100,0      | 41 237      | 100,0      | 23 233          | 100,0      |
| Сельское, лесное и рыбное хозяйство                               | 431                | 0,7        | 287         | 0,7        | 97              | 0,4        |
| Промышленность  | 3 447              | 5,4        | 2 288       | 5,5        | 1 049           | 4,5        |
| горнодобывающая промышленность и разработка карьеров              | 438                | 0,7        | 297         | 0,7        | 72              | 0,3        |
| обрабатывающая промышленность                                     | 2 622              | 4,1        | 1 738       | 4,2        | 877             | 3,8        |
| электроснабжение, подача газа, пара и воздушное кондиционирование | 191                | 0,3        | 140         | 0,3        | 50              | 0,2        |

|  | Зарегистрированные |            | Действующие |            |                 |            |
|--|--------------------|------------|-------------|------------|-----------------|------------|
|  | единиц             | к итогу, % | всего       |            | из них активные |            |
|  |                    |            | единиц      | к итогу, % | единиц          | к итогу, % |
| водоснабжение; канализационная система, контроль над сбором и распределением отходов | 196                | 0,3        | 113         | 0,3        | 50              | 0,2        |
| Строительство  | 14 113             | 21,9       | 8 143       | 19,7       | 4 367           | 18,8       |
| Оптовая и розничная торговля; ремонт автомобилей и мотоциклов                        | 20 682             | 32,0       | 12 545      | 30,4       | 6 566           | 28,3       |
| Транспорт и складирование  | 2 374              | 3,7        | 1 502       | 3,7        | 965             | 4,2        |
| Услуги по проживанию и питанию   | 1 557              | 2,4        | 1 168       | 2,8        | 657             | 2,8        |
| Информация и связь   | 2 534              | 3,9        | 1 758       | 4,3        | 1 076           | 4,6        |
| Финансовая и страховая деятельность  | 1 307              | 2,0        | 819         | 2,0        | 561             | 2,4        |
| Операции с недвижимым имуществом   | 1 944              | 3,0        | 1 455       | 3,5        | 1 118           | 4,8        |
| Профессиональная, научная и техническая деятельность                                 | 4 934              | 7,6        | 3 328       | 8,1        | 2 227           | 9,6        |
| Деятельность в области административного и вспомогательного обслуживания             | 3 232              | 5,0        | 2 227       | 5,4        | 1 575           | 6,8        |
| Государственное управление и оборона; Обязательное социальное обеспечение            | 16                 | 0,0        | 14          | 0,0        | 10              | 0,0        |
| Образование  | 1 660              | 2,6        | 1 283       | 3,1        | 760             | 3,3        |
| Здравоохранение и социальные услуги  | 769                | 1,2        | 620         | 1,5        | 395             | 1,7        |
| Искусство, развлечение и отдых   | 785                | 1,2        | 557         | 1,4        | 311             | 1,3        |
| Предоставление прочих видов услуг  | 4 771              | 7,4        | 3 243       | 7,9        | 1 499           | 6,5        |

*Примечание:* Составлена автором по данным <http://astana.gov.kz>

Число активных предприятий малого предпринимательства на 1 февраля 2019 года составило 23233 единицы и увеличилось по сравнению с аналогичной датой 2018 года на 47,2%. Наибольшее количество активных предприятий малого предпринимательства сосредоточено в сфере оптовой и розничной торговли, ремонта автомобилей и мотоциклов (28,3%).

Объем промышленного производства в январе 2019 года составил в действующих ценах 38202,4 млн тенге, 107,2% к уровню января 2018 года. В обрабатывающей промышленности производство по сравнению с январем 2018 года увеличилось на 8,4%, в электроснабжении, подаче газа, пара и воздушного кондиционирования — на 2,5%, в водоснабжении, канализационной системе, контроле над сбором и распределением отходов — сократилось на 4,1%.

Индекс физического объема по отрасли «Транспорт» в январе 2019 года составил 100,5%. Объем грузооборота в январе 2019 года составил 795,4 млн ткм (с учетом

оценки объема грузооборота индивидуальных предпринимателей, занимающихся коммерческими перевозками), 106,4% в сравнении с январем 2018 года. Объем пассажирооборота составил 1532,6 млн пкм и увеличился на 1,9%.

Активизация малого и среднего бизнеса значительно сокращает безработицу. Численность граждан, состоящих на учете в качестве безработных, на конец января 2019 года составила 3010 человек. Доля зарегистрированных безработных в численности экономически активного населения в январе 2019 года составила 0,6% (в январе 2018 года — 0,5%). Так, по данным Управления занятости и социальной защиты города Нур-Султан в уполномоченный орган по вопросу трудоустройства в течение января 2019 года обратилось 1594 человека, что на 4,8% больше, чем в 2018 году.

В рамках реализации Программы «Дорожная карта бизнеса 2020» рассмотрим численность трудоустроенных жителей города Нур-Султан.

Таблица 3. Численность граждан, трудоустроенных уполномоченными органами занятости за январь 2018–2019 гг., человек

|        | Численность трудоустроенных граждан |      |                         |      | Из числа безработных на конец отчетного периода участвуют в общественных работах |      |
|--------|-------------------------------------|------|-------------------------|------|--|------|
|        | всего                               |      | к числу обратившихся, % |      | 2018   | 2019 |
|        | 2018                                | 2019 | 2018                    | 2019 |  |      |
| Январь | 659                                 | 822  | 43,3                    | 51,6 | 349  | 453  |

*Примечание:* Составлена автором по данным <http://astana.gov.kz>

В январе 2019 года трудоустроено 822 человека (51,6% из числа обратившихся), по сравнению с январем 2018 года этот показатель увеличился на 24,7%.

Благодаря активизации программ поддержки изменяется и заработная плата жителей города. Среднемесячная номинальная заработная плата работников на предприятиях столицы за январь-декабрь 2018 года составила 237538 тенге, что больше, чем в соответствующем периоде 2017 года на 5,6%, в реальном выражении уменьшилась на 1,1%.

Индекс реальной заработной платы, характеризующий покупательскую способность номинальной заработной платы с учетом изменения потребительских цен на товары и услуги, в IV квартале 2018 года по отношению к IV кварталу 2017 года составил 96,1%.

В IV квартале 2018 года среднемесячная номинальная заработная плата по сравнению с предыдущим кварталом увеличилась на 11,3%, реальная — на 9,4%.

В IV квартале 2018 года максимальная заработная плата отмечена у работников профессиональной, научной и технической деятельности (614937 тенге), минимальная — в области сельского, лесного и рыбного хозяйства (146742 тенге), соотношение между ними составило 4,2 раза.

Для обеспечения стабильной занятости реализуется «Программа развития продуктивной занятости и массового предпринимательства до 2021 года», которая направлена на микрокредитование для населения, прошедшего обучение и для начинающих предпринимателей. Управлением по инвестициям и развитию предпринимательства города Нур-Султан реализуется второе направление — развитие массового предпринимательства, которое направлено на микрокредитование для населения, прошедшего обучение и для начинающих предпринимателей, где максимальный лимит финансирования на одного участника программы составляет 8 тысяч месячных расчетных показателей.

Однако, сегодня существует проблема, связанная с влиянием финансово-промышленных групп на законодательство. Закон играет в пользу крупных лобби, а представителей малого и среднего бизнеса — руководителей общественных объединений, которые более десяти лет профессионально этим занимаются, в Парламенте Республики Казахстан нет. Мнение малого бизнеса в рабочих группах практически не учитывается. Причины этого не только в ограниченности финансовых средств, выделяемых на поддержку предпринимательской деятельности, слабом развитии рыночной инфраструктуры, но и в том, что вовремя не была выработана последовательная государственная стратегия поддержки предпринимательства.

Кроме того, отсутствовала обратная связь с предпринимательскими структурами.

Также проблемой малого предпринимательства является неправильное управление бизнесом, принятия решений, кадровая политика. Любой вид предпринимательства требует довольно гибкого управления и постоянного поиска новых решений, технологий и рынков сбыта. Одной из основных проблем, с которыми сталкивается владелец небольшого предприятия, является совершенствование малого бизнеса на всех этапах его развития. Одним из главных недостатков многих малых предприятий является отсутствие четкого планирования финансовых показателей.

Поэтому с каждым днём возникают всяческие нововведения в областях, связанных с управлением предпринимательской деятельностью. Цель таких организаций — участвовать в решении проблем, возникших в работе клиента. За счёт чего это происходит? Сначала проведение анализа, предоставление полной информации и технологий и затем помощь в документальном сопровождении бизнес-процесса.

В целом, проводимая государственная политика в области поддержки малого и среднего предпринимательства реализуется по всем направлениям. Уже сегодня наблюдается прогресс в развитии бизнес-среды, последовательно улучшается бизнес-климат, повышаются позиции страны в рейтингах Всемирного банка. Таким образом, проводимая политика государства по поддержке МСП стала приоритетной сферой проводимых государством реформ и определенным фактором подъема производства и уровня жизни в стране. Таким образом, можно сказать, что на современном этапе система государственной поддержки малого бизнеса в Республике Казахстан включает в себя ряд институтов, которые оказывают всестороннюю поддержку данного сектора экономики.

Подводя итоги проведённого исследования, можно сказать, что количество предприятий малого бизнеса растёт из месяца в месяц, причём рост поступательный, не имеющий каких-либо скачков и спадов, это обстоятельство характеризует предпринимательство в стране как стабильно развивающееся. Наряду с определенными наработками в Казахстане имеются серьезные проблемы, требующие проведения коренной реорганизации деятельности в осуществлении политики качества. Состояние дел в этой области в настоящее время позволяет констатировать отставание в Казахстане от европейских стран примерно на 12–14 лет. Нетрудно представить, что, если уже сейчас не начать целенаправленную работу в этом направлении, указанный разрыв значительно увеличится.

#### Литература:

1. Промышленность Нур-Султан / Статистический сборник / Нур-Султан 2018//www.stat.gov.kz
2. Официальный Интернет-ресурс акимата города Нур-Султан <http://astana.gov.kz>
3. Жунисова, Л. Р. Развитие и поддержка малого бизнеса в Республике Казахстан //Вестник КазНУ, Алматы, 2012.

4. Ширшова Л. В. Анализ развития малого и среднего предпринимательства в РК // Вестник. Серия экономическая. — 2011. — № 2. — С. 116–123.

## Совершенствование контроля за учетом расчетов с контрагентами

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

Предприятия в ходе своей деятельности вынуждены вступать в расчетно-денежные отношения с остальными юридическими и физическими лицами за полученные ценности, выполненные работы и поставленные услуги, а также за предоставленные товарно-материальные ценности, выполненные работы и услуги.

Контрагент (от лат. *contrahens* — договаривающийся) — это физическое или юридическое лицо, учреждение или организация, являющееся стороной в гражданско-правовых отношениях, при заключении договора. Каждая сторона в отношении к друг другу считается контрагентом. Также, в случае подписания договора, партнеры становятся контрагентами. В соответствии с подписанным договором, контрагенты связываются конкретными обязательствами.

По мнению Л. С. Шаховской, «под контрагентами понимаются различные лица, предприятия и учреждения, с которыми организация вступает в торговые, финансовые, гражданско-правовые и другие отношения» [4, с. 97].

А Б. А. Райзберг считает, что «контрагенты — лица, учреждения, организации, связанные обязательствами по общему договору, сотрудничающие в процессе выполнения договора» [3, с. 201].

Расчеты с поставщиками и покупателями входят в состав расчетов с дебиторами и кредиторами. Дебиторская задолженность и производственные запасы зачастую рассматриваются в рамках существенной части в построении баланса предприятия. Ковалев В. В. в своей работе ссылается на некие западные источники и приводит данные, что «на долю средней производственной компании приходится около 80 % оборотных средств и 33 % всех активов предприятия. Доля дебиторской задолженности в оборотных средствах среднего российского промышленного предприятия может существенно колебаться, однако ее уровень обычно составляет не менее 20–30 %» [2, с. 13].

В учете организаций задолженность подразделяется на дебиторскую и кредиторскую. В ходе осуществления хозяйственной деятельности организация вступает в самые разные виды связей с третьими лицами, вступает в разнообразные виды сделок, исполняет свои обязанности, предусмотренные российским законодательством. В итоге такой деятельности предприятие возлагает на себя обязательства, подлежащие выполнению, данные обязательства оценива-

ются в денежной форме. И наоборот, обязательства по отношению к организации возникают у иных лиц.

За формирование как дебиторской, так и кредиторской задолженности отвечают договорные отношения контрагентов в случае, если момент, когда передаются права собственности на товары (работы или услуги), не совпадает по времени с моментом их оплаты.

«Дебиторская задолженность (от лат. *debitum* — долг, обязанность) — это задолженность юридических и физических лиц организации, включая задолженность работников данной организации по суммам, выданным им под отчет, кредитам и другим операциям. Организации и физические лица, за которыми числится дебиторская задолженность, называются дебиторами (должниками)» [1, с. 300].

Дебиторская задолженность обычно возникает в связи с неисполнением обязательств по договору, сверхвыплаченными налогами, взысканными сборами, пени, выданными подотчетными денежными суммами [1, с. 300].

«Кредиторская задолженность — задолженность организации другим юридическим или физическим лицам. Кредиторов, задолженность которых возникла в связи с покупкой материальных ценностей, называют поставщиками. Задолженность по начисленной заработной плате, по платежам в бюджет — обязательствами по распределению. Кредиторов, задолженность которым возникла по другим операциям, называют прочими кредиторами» [1, с. 300].

В целях совершенствования учета расчетов с контрагентами следует ввести регистр накопленной информации касательно задолженностей контрагентов для предприятия, представленный в таблице 1.

Контрагентом может быть не оплачен долг за предоставленную им продукцию. При этом задолженность не подтверждается актом сверки. Так же контрагент может не учесть всю сумму за предоставленную им продукцию. В этом случае может возникнуть отрицательное отклонение, получаемое путем вычета задолженности по данным актов сверок из задолженности по данным инвентаризации расчетов. Если контрагент является поставщиком или подрядчиком, может случиться, что он не отправляет товары или не выполняет работы или услуги в обговоренные заранее сроки, вся информация прописывается в данном регистре с указанием даты, когда (или если) товары, (работы или услуги) все-таки были переданы (осуществлены).

Таблица 1. Регистр накопления информации о расчетах с контрагентами

1) По дебиторской задолженности

| Контрагент, № договора, дата | Задолженность на начало отчетного периода | Появление задолженности в отчетном периоде  |             | Погашение задолженности в отчетном периоде |             | Задолженность на конец отчетного периода | Задолженность по данным инвентаризации расчетов, руб. | Задолженность по данным актов сверок, руб. | Отклонение, руб. | Комментарий  |
|------------------------------|---|---|-------------|--|-------------|--|---|--|------------------|--|
|                              |   | Дата, основание                             | Сумма, руб. | Дата, основание                            | Сумма, руб. |  |   |  |                  |  |
| 000 «xxx»                    | -   | 05.10.2018, акт о приемке выполненных работ | 378 000     | 05.10.2018, счёт-фактура                   | 378 000     | -  | -   | -  | -                | -  |
| 000 «xxx»                    | 9 000                                     | 28.03.2018, акт о приемке выполненных работ | 4 000       | 28.03.2018, счёт-фактура                   | 8 000       | 5 000                                    | 5 000   | 8 000                                      | —                | Покупатель не учел полную сумму за отгруженную продукцию |

2) По кредиторской задолженности

| Контрагент, № договора, дата | Первичный документ | Дата передачи (осуществления) товаров (работ, услуг) | Сумма, руб.  | Передача осуществлена вовремя | Сверка по данным инвентаризации расчетов, руб. | Задолженность по данным актов сверок, руб. | Отклонение, руб. | Комментарий   |
|------------------------------|--------------------|--|--------------|-------------------------------|--|--|------------------|---|
|                              |                    |  |              |                               |  |  |                  |   |
| 000 «ВВВ»                    | Товарная накладная | 30.07.2017   | 166 884,30   | -                             | 166 884,30                                     | -  | -                | Поставщик объяснил задержку отгрузки запчастей и отправил их 01.08.2017 |
| 000 «ссс»                    | Приходный ордер    | 05.10.2018   | 14 500       | +                             | 14 500   | -  | -                | -   |
| ОАО «ПМЛ»                    | Договор лизинга    | 19.08.2017   | 1 702 341,54 | +                             | 1 702 341,54                                   | -  | -                | -   |

Можно сделать вывод о том, что данный регистр дает возможность накапливать информацию касательно расчетов по каждому их договоров, заключаемых с контрагентом. Он позволяет отслеживать законность возникновения дебиторской или кредиторской задолженности, а также ее погашения. Благодаря данному регистру можно параллельно осуществлять контроль с фактическими данными инвентаризации и данными со стороны

контрагентов, осуществляющих взаимодействие с организацией с конечным обнаружением отклонений в учете. Исходя из данных, собранных в предложенном регистре, складывается общая картина представления о контрагенте. В дальнейшем предприятие будет знать, стоит ли ему снова иметь дело с данным контрагентом или исключить с ним какие-либо сделки в связи с его ненадежностью как делового партнера.

#### Литература:

1. Качкова О. Е., Бухгалтерский финансовый учет: учебное пособие / коллектив авторов; под общей редакцией О. Е. Качковой. — 2-е изд., стер. — М.: КНОРУС, 2014.
2. Ковалев В. В. Анализ и управление дебиторской задолженностью // Бухгалтерский учет. 2011. № 10.
3. Райзберг Б. А., Современный экономический словарь / Б. А. Райзберг и др.; Под общ. ред. Б. А. Райзберга. — 6-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2019.
4. Шаховская Л. С., Бюджетирование: теория и практика: учебная пособие / Л. С. Шаховская, В. В. Хохлов, О. Г. Кулакова [и др.]. — 2-е изд. стер. — М.: КНОРУС, 2011.

## Особенности использования инструментов хеджирования рисков на российском рынке

Снеговая Ольга Анатольевна, студент магистратуры  
МИРЭА — Российский технологический университет (г. Москва)

*В данной статье рассматриваются институциональные и структурные особенности стратегий хеджирования инвестиционных рисков на российском рынке производных финансовых инструментов. Проанализировано состояние и развитие российского рынка деривативов, в том числе на биржах ММВБ и НТБ. Выявлена и обоснована необходимость развития операций хеджирования инвестиционных рисков в реальном секторе российской экономики.*

**Ключевые слова:** хеджирование рисков, рынок деривативов, инструменты хеджирования, страхование финансовых рисков, хеджерские стратегии, фьючерсы, опционы, производные финансовые инструменты, форвардные контракты.

В России в отличие от общемировой практики хеджирование рисков пока не получило широкого распространения. Так, по данным АО Инвестиционная компания «Балтийское финансовое агентство», на 2017 г. доля хеджеров на российском рынке составляет не более 20%.

Рассмотрим подробнее институциональные и структурные особенности отечественного рынка деривативов. Так как основные причины и факторы низкого интереса компаний к страхованию финансовых рисков это ограничение и особенности развития российского срочного рынка деривативов, которые тормозят развитие хеджирования как инструмента управления рисками.

Основной площадкой для сделок по хеджированию в России являются биржи. В структуре российского рынка деривативов в 2017 г. по данным ММВБ преобладают валютные фьючерсы (47% от объема всех фьючерсов), индексные опционы (69% от объема всех опционов).

Процентные деривативы занимают крайне малую долю и объем среди фьючерсных контрактов на бирже ММВБ,

это, прежде всего, связано со слабым распространением в России плавающих процентных ставок. Российские компании практически полностью лишены возможности выстраивать хеджерские стратегии на основе процентных фьючерсов, одного из самых распространенных финансовых инструментов в мире.

На протяжении 2017 года рост товарных деривативов наблюдается за счет увеличения доли и объемов фьючерсов на драгоценные металлы (золото, серебро, платину, палладий).

Российский рынок производных финансовых инструментов в основном ориентирован на спекулятивные технологии об этом низкая доля товарных деривативов. Крайне малый объем сделок с опционами — еще одно существенное отличие российского рынка от западных 24 млрд против 264 млрд фьючерсов. Средняя доля сделок с опционами на западных площадках составляет 50%, согласно данным Банка международных расчетов.

На российском рынке сделки с фьючерсами превышают объем сделок с опционами по причине того, что фью-

черсы чаще всего используют для спекулятивных операций. При использовании фьючерсов участник рынка получает доступ к большому кредитному плечу. Опционы же чаще всего применяются участниками рынка для формирования хеджерских стратегий.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что на российском рынке производных финансовых инструментов основную долю участников составляют спекулянты. Это ситуация, существует из-за низкой популярности операций хеджирования и различных проблем, с которыми сталкивается инвестор, заинтересованный в хеджировании инвестиционных рисков.

Потребность страхования финансовых рисков среди компаний реального сектора экономики в настоящее время довольно высока. В первую очередь методы хеджирования инвестиционных рисков могут быть востребованы среди отечественных производителей, желающими застраховать неблагоприятное изменение цен на производимую продукцию. Для этого в мировой практике чаще всего используются поставочные фьючерсные и форвардные контракты на базовый актив. При этом товарные биржи в нашей стране находятся пока еще в стадии становления. Начиная с марта 2017 года в России организовано Акционерное Общество «Национальная Товарная Биржа». АО «НТБ» входит в состав Московской биржи. На данный момент Национальная Торговая Биржа осуществляет организованные поставочные торги зерном, в частности: пшеницей, ячменем, кукурузой и кормовой соей, сахаром. Производные финансовые инструменты представленные на бирже стандартизированы, это поставочные форвардные договоры, предусматривающий расчеты по сделкам от 3-х до 180-ти дней и поставочные СВОП договоры с применением торгово-клиринговой системы.

Суммарный объем торгов форвардными договорами на рынке зерна в 2017 году составил 8,5 тыс. тонн на сумму 55,2 млн рублей. Объем торгов форвардными договорами на рынке сахара в 2017 году составил 8,5 тыс. тонн сахара на сумму 227 млн рублей.

Суммарный объем торгов поставочными своп договорами на рынке зерна в 2017 году составил 5,2 млрд рублей.

Как мы отмечали ранее, объем сделок с товарными деривативами на российском рынке значительно уступает объему сделок с валютными деривативами, а доля товарных фьючерсов крайне мала по сравнению с фьючерсами на нефть и золото. По этой причине сельхозпроизводители, а также компании, которые покупают сельхозпродукцию, чаще всего оставляют свои риски незастрахованными. Еще одним существенным препятствием для использования хеджирования рисков среди предприятий служит ограниченный выбор производственных финансовых инструментов. Одно из приоритетных направлений АО НТБ на 2018 г. это развитие рынка поставочных своп договоров на зерно и сахар, а также расширение линейки базисных активов.

Согласно исследованию СРО «Национальная финансовая ассоциация» проведенному в 2016 году, количество

активных участников рынка деривативов по-прежнему ограничивается узким кругом банков и профучастников. В 2016 г. на российском рынке доля международных банков в объеме банковских срочных сделок и деривативов кардинально снизилась — более чем на 90%, это связано с прекращением операций западных банков на российском рынке и уходом крупных игроков, таких, как, например, Дойчебанк. В опросе, представленном СРО «Национальная финансовая ассоциация», в котором приняло участие 22 крупных и средних банка и профучастника, совокупная доля которых в общем обороте операций с деривативами превышает 95%, выявлено, что доля сделок хеджирования рисков составляет 43%, на долю трейдинга приходится 57% российского рынка производных финансовых инструментов. Исследователь отмечает, что даже переход денежно-кредитной политики Банка России на инфляционное таргетирование и управление ставками, а также наблюдавшаяся в конце 2014 г. и далее в 2015 г. высокая волатильность рублевых процентных ставок (резкий рост ключевой ставки до 17% и ее последующие снижения) не привели к осознанию необходимости хеджирования рублевого процентного риска ни большинством банков (за исключением наиболее продвинутых), ни большинством их клиентов: доля клиентских операций в общем объеме процентных деривативов составила в 2016 г. всего 19% по сравнению с 28% в 2015 году. [2]

Промышленные и добывающие корпорации, участники внешнеэкономической деятельности, в целом реальный сектор экономики очень редко используют стратегии и операции хеджирования своих инвестиционных рисков в частности валютного риска. При этом вопрос страхования валютного риска особенно актуален в условиях высокой волатильности обменного курса, после валютного кризиса 2014 г. и сильной девальвации рубля. Согласно исследованию НФА к основным причинам низкой заинтересованности российских предприятий к операциям хеджирования относятся: недостаточный уровень финансовой грамотности, большинство предприятий не знакомы с инструментами хеджирования, сложность налогового и бухгалтерского учета, несовершенство законодательно-правовой базы, недостаточный уровень понимания и оценки рисков, низкая экономическая активность на российском рынке, ограниченный выбор производных финансовых инструментов на российском рынке. Данные причины становятся препятствием для популяризации и активного развития операций хеджирования среди крупных предприятий на рынке деривативов, изменения ситуации в сторону большей заинтересованности участников рынка в использовании производственных финансовых инструментов не только в спекулятивных целях, но в целях страхования инвестиционных рисков поможет развитию рынка, увеличению объема и ликвидности. Важна роль финансовых регуляторов и законодателей в просветительской деятельности и создании благоприятных условий, модернизации налогового и бухгалтерского

учета, все это должно стимулировать участников рынка использовать операции хеджирования для страхования финансовых рисков.

В последнее время государство предприняло несколько попыток повлиять на развитие операций хеджирования на российском рынке среди компаний реального сектора экономики. В Концепции долгосрочного социально-экономического развития РФ на период до 2020 года в частности указано «... формирование инвестиционного ресурса должно осуществляться за счет развития страхования рисков, включая развитие рынка производных инструментов, заключаемых с целью хеджирования рисков», а так же предложено «... расширение спектра производных финансовых инструментов, с одновременным решением задач по распределению рисков между участниками рынка, с учетом необходимости обеспечения защиты имущественных прав владельцев финансовых инструментов». [1]

#### Литература:

1. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года (Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 17 ноября 2008 г. N 1662-р) [Электронный ресурс]. // СПС «КонсультантПлюс»: Законодательство: Версия Проф. — Режим доступа: <http://base.consultant.ru>
2. Пискулов Д. Ю. Российский рынок деривативов в 2016 году: результаты исследования НФА // Деньги и кредит. 2017. № 3.
3. Струченкова, Т. В. Валютные риски: анализ и управление / Т. В. Струченкова. — М.: Кнорус, 2010. — 216 с.
4. Щербина Т. А., Анализ российской и мировой практики хеджирования // Новая наука: стратегии и векторы развития 2017 г. Часть 1 ООО «АМИ» — стр.202–209

## Мотивация труда государственных гражданских служащих на примере Республики Саха (Якутия)

Старостин Афанасий Петрович, студент магистратуры  
Северо-Восточный федеральный университет имени М. К. Аммосова (г. Якутск)

*Данная статья посвящена анализу мотивации труда государственных гражданских служащих республики Саха (Якутия). В ходе работы была выявлена актуальность рассматриваемой проблемы, изучены работы различных авторов относительно данной тематики, выявлены факторы мотивации работы на государственной гражданской службе, исследованы основные методы, используемые с целью мотивации труда государственных гражданских служащих республики Саха (Якутия), и предложены рекомендации, направленные на повышение их эффективности.*

**Ключевые слова:** мотивация труда, государственный гражданский служащий, материальные и нематериальные стимулы, производительность труда, премия, поощрение.

Актуальность данной темы обусловлена тем, что сотрудники государственной гражданской службы, осуществляя деятельность, имеющую высокий уровень общественной важности, являются важным элементом трудовых ресурсов. С целью повышения эффективности деятельности сотрудников государственной гражданской службы используется система мотивации персо-

В 2014 г. Правительством РФ выпущена предписание для компаний с государственным участием о формировании единого казначейства, а также разработки и принятии хеджерской стратегии для управления финансовыми рисками, для страхования процентных, валютных, ценовых и прочих рисков.

Таким образом, государство осознает важность развития операций хеджирования особенно в условиях высокой волатильности рынка, и устанавливает требования для страхования рисков в компаниях с государственным участием. Для развития операций хеджирования инвестиционных рисков в реальном секторе российской экономики крайне важно участие государства в создании прозрачного, безопасного и отрегулированного рынка производных финансовых инструментов, а также проведение комплекса мероприятий и программ, имеющих просветительский характер и устраняющих недостаток необходимых знаний о рисках и их хеджировании у участников рынка.

нала, которая имеет ряд особенностей, наличие которых обусловлено приоритетными стимулами работником государственных учреждений. Данная проблема особенно актуальна для республики Саха (Якутия), поскольку большое количество предприятий, функционирующих на территории данного региона, относятся к государственной форме собственности.



На сегодняшний день данный вопрос является объектом изучения большого количества авторов. Так, Луковцева Е. Н. в своей работе изучает процесс формирования эффективной системы мотивации для государственных гражданских служащих [5]. Герасименко Д. А. выявляет особенности мотивации труда государственных гражданских служащих [4], а Бекмурзиева Х. М. мотивацию деятельности государственных гражданских служащих рассматривает как средство повышения эффективности государственной гражданской службы [2].

В настоящее время к вакансиям, предлагаемым предприятиями государственной гражданской службы, наблюдается большой интерес со стороны работников. Обусловлено это тем, что данная сфера деятельности имеет такие характеристики, как высокий уровень заработной платы, наличие льгот, стабильность, государственная защищенность, престижность, карьерный рост, наличие привилегий и выгодных связей [1].

С учетом вышеизложенного большая часть трудовых ресурсов желает занимать должность государственного гражданского служащего.

Несмотря на это, государственная гражданская служба имеет ряд черт, которые характеризуют сложность данной деятельности и снижают уровень привлекательности со стороны наемных работников. К ним относятся: высокие требования к сотрудникам, высокий уровень ответственности, трудность выполняемых работ, зависимость от государства [3]. Исходя из вышеизложенного следует, что в кадровый состав государственных гражданских служб включаются высококвалифицированные, инициативные, исполнительные, талантливые и ответственные кандидаты, которые способны обеспечить высокий уровень производительности. Для его поддержания, а также повышения, в рамках кадровой политики, используются различные стимулирующие мероприятия.

На предприятиях республики Саха (Якутия) основными методами мотивации труда государственных гражданских служащих являются:

1. Материальное поощрение. Основным инструментом мотивации в рамках данного метода является заработная плата, а также дополнительные выплаты, размер и характер которых зависит от личных достижений сотрудника. Дополнительными выплатами государственных гражданских служащих, работающих в учреждениях республики Саха (Якутия), являются:

- Ежемесячные надбавки за выслугу лет (10–30%), за особые условия государственной гражданской службы в соответствии с замещаемой должностью (60–200%), за работу со сведениями, составляющими государственную тайну (устанавливается в размерах и порядке, определяемых законодательством Российской Федерации);

- Премии за достижение показателей результативности профессиональной служебной деятельности, за выполнение особо важных и сложных заданий;

- Ежемесячное денежное поощрение по группам должностей государственной гражданской службы размере (100–150%);

- Единовременная выплата при предоставлении ежегодного оплачиваемого отпуска и материальная помощь, выплачиваемые за счет средств фонда оплаты труда государственных гражданских служащих.

2. Возможность обучения и повышения уровня квалификации, которая предоставляется в рамках государственной программы «Развитие кадрового потенциала Республики Саха (Якутия)».

3. Возможность включения в кадровый резерв для замещения руководящих должностей, который, в частности, ориентирован на привлечение молодых специалистов, которые должны иметь высокий уровень квалификации и профессиональной подготовки, а также высокие показатели деятельности;

4. Льготы и компенсации, основными видами которых являются:

- Компенсация расходов на оплату стоимости проезда и провоза багажа к месту использования отпуска;

- Компенсация расходов, связанных с переездом на новое место жительства по месту работы;

- Компенсация расходов, связанных с выездом за пределы Республики Саха (Якутия);

- Финансовое обеспечение, включающее в себя медицинское обеспечение и обеспечение в период временной нетрудоспособности;

5. Моральные поощрения, которые выражаются, в частности, поощрениями различных высокопоставленных должностных лиц республики Саха (Якутия), а также Российской Федерации.

В заключении анализа мотивации труда государственных гражданских служащих стоит отметить, что она имеет высокий уровень развитости, поскольку включает в себя материальные и нематериальные стимулы, и имеет разностороннюю направленность.

С целью совершенствования системы мотивации труда, используемой для стимулирования государственных гражданских служащих республики Саха (Якутия), предлагаются следующие мероприятия:

- Предоставление кредита на льготных условиях;

- Предоставление субсидий работникам с целью компенсации оплаты детских садов, услуг спортивных залов и других небольших семейных затрат;

- Надбавки за отсутствие прогулов;

- Использование системы тимбилдинга, который представляет собой организацию совместных поездок в санатории или дома отдыха, участие в совместных экскурсиях и различных конкурсах.

Предполагается, что данные мероприятия будут способствовать увеличению эффективности системы мотивации государственных гражданских служащих, основным показателем чего является увеличение производительности труда сотрудников данных профессий.

Подводя итог, стоит отметить, что мотивация труда государственных гражданских служащих имеет особое значение в функционировании государственной гражданской службы республики Саха (Якутия), поскольку направлена на повышение ее качественных и количественных показателей путем увеличения производительности государственных гражданских служащих.

Для повышения эффективности системы мотивации государственных гражданских служащих следует совокупно использовать материальные и нематериальные стимулы сотрудников рассматриваемой сферы деятельности, а также применять индивидуальный подход в выборе методов мотивации труда.

#### Литература:

1. Абрамова Н. М. Мотивация как фактор повышения эффективности труда государственных служащих // Финансы: Теория и Практика. 2018. № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/motivatsiya-kak-faktor-povysheniya-effektivnosti-truda-gosudarstvennyh-sluzhaschih> (дата обращения: 24.04.2019).
2. Бекмурзиева Х. М. Мотивация деятельности государственных гражданских служащих как средство повышения эффективности государственной гражданской службы // Управление. 2018. № 4 (22). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/motivatsiya-deyatelnosti-gosudarstvennyh-grazhdanskih-sluzhaschih-kak-sredstvo-povysheniya-effektivnosti-gosudarstvennoy> (дата обращения: 24.04.2019).
3. Васильева Е. А. Мотивация и удовлетворенность в системе государственной службы Республики Саха (Якутия) // Вестник Северо-Восточного федерального университета им. М. К. Аммосова. Сер.: Экономика. Социология. Культурология. 2016. № 1 (01). URL: <http://escsvfu.ru/wp-content/uploads> (дата обращения: 24.04.2019).
4. Герасименко Д. А. Особенности мотивации труда государственных гражданских служащих // Электронный вестник Ростовского социально-экономического института. 2016. № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-motivatsii-truda-gosudarstvennyh-grazhdanskih-sluzhaschih> (дата обращения: 24.04.2019).
5. Луковцева Е. Н. Формирование эффективной системы мотивации для государственных гражданских служащих // Лидерство и менеджмент. — 2017. Том 4. № 4. URL: <https://creativeconomy.ru/lib/38333> (дата обращения: 24.04.2019).

## The importance of CSR-reporting for Vietnamese companies

Hoang Thi Mai Anh, master, lecturer;  
To Minh Huong, master, lecturer  
Thuy Loi University (Ha Noi, Vietnam)

*CSR-reporting is a non-financial report which is essential for firm value and reputation. In Vietnam, although there are regulations on the reporting of social responsibilities for publicly listed firms, the number of companies preparing and publishing CSR-reports are still low. Additionally, the quality of CSR-reports varies significantly among firms. This paper emphasizes the importance of CSR-reports for Vietnamese firms and provides recommendations in improving the number and quality of CSR-reports in Vietnam.*

The concept of corporate social responsibility (CSR) reporting which aims to provide information about “social and environmental aspects upon which companies’ activities have an impact”, has become increasingly important for business society (Branco and Rodrigues, 2009, p.190). In recent years, not only stakeholders and the media but also companies have been increasingly paying attention to these non-financial reports. For instance, the global number of CSR-reports which was presented in both stand alone reports and annual reports has dramatically risen by 86 times (from 26 in 1992 to 2.235 in 2006) (Oetterli, 2008). According to the KPMG survey of CSR-reporting (2017), the reporting rates for N100 companies<sup>1</sup> have increased significantly from 18 %

in 2002 to 75 % in 2017. However, in Vietnam, there is still a lack of attention to the importance of CSR-reports among corporations. Although the number of publicly listed companies publishes CSR-reports has been increasing in recent years after the implementation of Circular 155, many companies only prepare CSR-reports to deal with the regulation. Their reports are sketchy, only mentioned some general information on corporate social responsibilities without showing in details how the companies carry out those responsibilities. One of the main reasons for the underdevelopment of CSR-reporting in Vietnam is the lack of awareness among corporates about the benefits of CSR-reporting for corporate reputation and value. This paper aims to analyze the important roles of CSR-reporting, investigate the current practice of CSR-reporting in Vietnam and suggest the solutions to improve the number as well as the quality of CSR-reports.

<sup>1</sup> The sample of the survey comprises 4.900 companies in 49 countries; each country has 100 top companies by revenue.

### 1. The importance of CSR-reports

#### **CSR-reports enhance corporate reputation/image**

Corporate image is defined as involving other people's perceptions of the company (Hooghiemstra, 2000). Companies with good image or reputation can enjoy comparative advantages, such as charging premium prices, getting more access to capital markets, having better credit ratings and easily attracting investors (Hooghiemstra, 2000). In contrast, if the corporate image is worsened, the company may suffer a great number of damages. This point is clearly illustrated by the case of Nike. After being accused of using child labor in 1997, Nike suffered severely because of negative public perceptions and had to spend a significant amount of money and effort to rebuild its reputation (Dhaliwal, Li, Tsang and Yang, 2011). Therefore, it is essential for firms to have strategies for creating and maintaining favorable corporate image. In order to achieve this objective, both theory and practice support the idea that one effective method is disclosing information on the firm's social responsibility.

According to legitimacy theory, the purpose of disclosing social activities is to affect the perceptions of stakeholders and society about the firm. As a result, the information provided by these reports would legitimize the firm's actions (Neu, Warsame and Pedwell, 1998). In this respect, CSR disclosure is described as a communication instrument which can be used to create, protect or improve organizational reputation because it can influence public awareness about the company (Hooghiemstra, 2000). To be more specific, as Hooghiemstra (2000) mentions, corporate social reporting is used to create a good image for the company so that it attracts more people to invest or buy its products. Moreover, legitimacy and stakeholder theories propose that companies with poorer social performance would disclose CSR information more actively in order to affect the perceptions of stakeholders since they are under more legitimacy pressures (Nikolaeva and Bicho, 2011). Hence, managers can expect that CSR-reports would lead to an improvement in the corporate reputation, especially when they are perceived as negative social performers.

A number of empirical researches also have been carried out to discover the association between corporate reputation and CSR-reports. For example, Dominguez (2004) examined the effect of disclosing human resources information on the reputation of 105 Spanish listed companies in 2004. The result indicates that the good reputation index is significantly positive correlated with the four human resources disclosure indices. In other words, there is a positive relationship between human resources reports and corporate reputation. More recently, Pattern and Zhao (2014), after analyzing a sample of 76 largest US retailers, explore that in spite of having poorer environmental performance, firms engaging in standalone CSR-reports still get higher environmental reputation scores than non-reporting firms. The study concludes that the purpose of enhancing the firm's social and environmental reputation is the possible reason for deciding to disclose CSR performance.

To sum up, it is evident that companies can use CSR-reports to legitimize their social actions and there is a strongly positive association between CSR-reports and firms' reputation. As a result, firms which actively engage in communicating CSR activities can build favorable reputations which bring about many comparative advantages.

#### **CSR-reports improve managing human resources**

Besides the external benefit of enhancing company's reputation, disclosing information on social responsibilities also provides the internal advantage associated with human resources. It is first important to examine the linkage between CSR and human resources management. According to Peterson (2004), CSR activities are proven to have positive effects on work attitudes which can help firms to motivate and retain good employees. As a result, firms possibly have increased productivity as well as lower absenteeism and turnover rates. In addition, companies operating in a social responsible manner can have comparative advantage in attracting talented employees (Banco and Rodrigues, 2009). The reasons for these human resource benefits is that employees would prefer to work for companies with positive social reputations since their self-esteem could be enhanced (Greening and Turban, 2000). In contrast, poor corporate social performance could negatively affect staff's self-esteem, resulting in a damaging impact on their work attitudes (Dutton, Dukerich and Harquail, 1994). Therefore, it is obvious that CSR can help firms effectively manage human resource which can reduce cost and improve productivity.

It is also vital to emphasize the role of CSR-reporting in enhancing the internal benefit of CSR on human resources. As analyzed above, corporate social reporting is considered as an effective tool to improve organizational reputation. Thus, companies can build positive social reputation with employees as well as job applicants by disclosing information about their social responsibilities (Banco and Rodrigues, 2009). If a company actually engages in CSR but does not disclose any information about its activities, it would be hard for them to be recognized as a social responsible company. As a result, social responsibility disclosure can be used as an effective medium to inform employees about the company's social performance which in turn provides firms with the benefits of attracting, motivating and retaining employees.

One counter argument is found in the study of Ortlizsky, Schmidt and Rynes (2003), which states that there is no correlation between reporting CSR and developing the company's internal resources. In contrast, by taking an investigation of 26 Portuguese companies (including 13 "Best companies to work for" (BCWF) and 13 matched companies), Branco and Rodrigues (2009) find out that the range of BCWF's CSR information is significantly wider than the matched firms. It suggests that disclosure of social responsibility performance can have positive effect on the perception of employees about the company. Therefore, companies should consider CSR-reports as a way of gaining

employee-related benefits derived from CSR (Branco and Rodrigues, 2009).

#### **CSR-reports lower the cost of equity capital**

The other important internal benefit of disclosing social performance is that superior CSR-reports can help firms lower the cost of equity capital. The cost of equity capital is defined as the minimum rate of return expected by investors when investing money in the company (Revert, 2012). This factor draws a great deal of attention of both executives and researchers since it is crucial for a firm's financing and general operations decisions (Dhaliwal *et al.* 2011). For example, Graham, Harvey and Rajgopal (2005) explore that, from the executives' point of view, the effect of reducing the cost of capital is considered as an important driver of making voluntary reports. Besides, a number of studies have been carried out to indicate the benefit of these non-financial reports on the company's cost of capital. Dhaliwal *et al.* (2014), for instance, undertake a research on a sample of 1.093 companies located in 31 countries in the period of 1995–2007 and conclude that CSR disclosure is negatively related to the cost of capital. Focusing on the quality of CSR-reports, another survey of 114 firm-year observations for Spanish listed companies carried out by Revert (2012) indicates that CSR-reports quality is inversely associated with the cost of equity capital. Moreover, these researches find out that the relationship is more apparent in stakeholder-oriented countries (Dhaliwal *et al.*, 2014) and environmentally sensitive industries (Revert, 2012).

According to Dhaliwal *et al.* (2014), there are three main channels that disclosure can lead to investors' lower expected rate of return. First, transparent disclosure reduces information asymmetry which then improves the liquidity of the stocks. Second, disclosing information can result in lower estimation risk inherent in investors' asset pricing models. Third, investors could require a lower rate of return for companies with improved transparency since they can enjoy decreased monitoring cost when investing in these companies. These mechanisms apply for both financial and non-financial disclosure (Dhaliwal *et al.*, 2014). Thus, companies producing CSR-reports, as a form of non-financial disclosure, can enjoy cheaper equity financing from investors.

In short, it is evident that companies can gain the benefit of lower cost of capital by engaging in and improving social performance disclosure. As the cost of capital is one of the main determinants of firm's value, managers should consider CSR-reports as an effective tool to enhance the value of companies.

#### **2. The practice of CSR-reporting in Vietnam**

Although CSR is not a new concept, this terminology has just been mentioned and attracted attention in Vietnam in 10 recent years, especially after a number of corporate activities destroying the environment was revealed. However, according to a research of UNIDO (2010), approximately 40% of corporates did not know the terminology of CSR. Even though in recent years, there has been an increasing awareness

among corporates about the importance of CSR, the corporate activities related to CSR have still been unpopular.

In order to raise the awareness about CSR and encourage companies to be more socially responsible, the Vietnamese government has issued a number of policies, including Circular 155/2015/TT-BTC on 6/10/2015 about regulations on reporting CSR for listed Vietnamese companies. Specifically, Circular 115 regulates and guides listed companies in HOSE and HNX stock exchanges in preparing and publishing CSR-reports which include the following aspects: management of raw materials, energy consumption, water consumption, environment protection, labor policies, responsibilities for local community and green capital market activities. This regulation has marked an important step of Vietnam towards a sustainable financial market and helped to make an improvement in CSR-reporting among Vietnamese listed firms. According to an investigation of VN30 companies' annual reports taken by the authors, the number of firms disclosing their CSR-reports increase from 17 (in 2015) to 25 (in 2017). Additionally, there is an increase in the number of independent CSR-reports (from 2 to 4) as well as the length of CSR disclosure incorporated in annual reports.

To raise the awareness among corporates about the importance of CSR-reporting, the Vietnamese listed awards have incorporated an award for best CSR-reportings of listed companies since 2013. According to the report of this award in 2018, the quality of CSR-reports has gradually improved. Most companies in Top 10 and Top 20 CSR disclosure apply information reporting standards which are higher than required. 6 reports in the Top 10 have applied GRI reporting standards<sup>1</sup>. The remaining 4 reports in the Top 10 also apply the GRI G4 guidelines. Among these companies, Bao Viet Group is the pioneering company in applying global standard in preparing detailed CSR-reports. It also published independent CSR-report in both Vietnamese and English with comprehensive content, high quality and creative presentation. In 2017, Bao Viet Group won the Asia's Best Sustainability Award which was held annually by CSRWorks International. Other Vietnamese large corporations, such as Vietnam Dairy Products Joint Stock Company (Vinamilk), Hau Giang Pharmacy Company and FPT Corporations, also publish CSR-reports which have high quality and are highly evaluated by the Board of examiners of Vietnamese listed awards.

Although, there has been a considerable improvement in the number and quality of CSR-reports among listed companies, most of high-quality reports are published by large corporations. For small and medium enterprises, there is still a dearth of attention on these non-financial reports. According to the report of Vietnamese listed awards in 2018, there are many reports that do not follow any standard, resulting in the lack of basic contents, such as contact information, reporting scope and period, records of compliance issues and

<sup>1</sup> GRI's framework for sustainability reporting was first launched in 2000. This standard, which is now applied worldwide, aims to help companies identify, gather and report this information in a clear and comparable manner.

achievements. It is possible that these reports are prepared to merely meet the regulations on publishing CSR activities. Since the publication of standard CSR-reporting is costly, many companies may not consider this information as a good investment.

### 3. Solutions

The publication of information on social responsibility of companies is not only a concern of investors, the government and the community but also beneficial for the firm in a number of aspects. If companies disclose their social responsibility information, they will enhance their reputation, improve managing human resources and reduce the cost of equity capital. In Vietnam, although the number of companies understanding the benefits of disclosing their CSR has been increasing, most of them are large corporations. There are still many other companies that are not interested in preparing and publishing this non-financial information. In order to solve this problem, the authors provide some suggestions as follows:

Firstly, although the government has stipulated the disclosure of sustainable development information as compulsory for all listed companies under Circular 155, the implementation of this regulation among listed firms is still not good. Therefore, the government should have regulations for penalizing listed companies that do not publish information on CSR activities or publish inadequately as regulated.

Secondly, through the media and awards (for example, the annual report award organized by HOSE and the Securities Investment newspaper) to raise awareness about CSR-reporting among firms. These activities can help corporates realize that the disclosure of CSR not only brings benefits to the society and the community but also helps them develop sustainably.

Third, when the implementation of CSR-reports has been fully carried out in enterprises, another concern is the quality of the reports. Some companies may disclose information selectively, only show good information and hide their negative activities. This can lead to a problem named greenwash. According to Lyon and Maxwell (2011), greenwash is the action of the firm to selectively report positive information on its social responsibility while the negative information on these respective is withheld. The purpose of this action is to create an excessively good image for the firm. Empirical research proposes that in practice, greenwash has become common for firms in reporting CSR. For instance, by undertaking a research on the disclosure of environmental aspects of 40 Australian companies, Deegan and Rankin (1996) conclude that firms rarely provide negative information in their annual reports. Moreover, firms which have been successfully prosecuted for environmental law violation appear to disclose significantly more favourable environmental performance than non-prosecuted ones. Hence, it can be argued that reports which omit negative information are misleading to the users in such a way that only good image of the firm is presented (Deegan and Rankin, 1996). Moreover, companies engaging in greenwash may make stakeholders lose their trust, resulting in the possibility that the benefits of CSR-reports are limited (Wylie and Ward, 2014). Therefore, encouraging enterprises to audit their CSR-reports is also a solution that should be considered to ensure the accuracy and truthfulness of the information in the report. This is also a trend of the world. Currently, Bao Viet Group is the first enterprise in Vietnam having sustainable development reports audited and this activity should be carried out in other companies.

### References:

1. Branco, M. & Rodrigues, L. (2009) Exploring the importance of social responsibility disclosure for human resources, *Journal of Human Resource Costing & Accounting*, 13 (3), pp.186–205.
2. Deegan, C. & Rankin, M. (1996) Do Australian companies report environmental news objectively?, *Accounting, auditing & accountability journal*, 9 (2), pp 50–67.
3. Dhaliwal, D, Li, O., Tsang, A., Yang, Y. (2014) Corporate social responsibility disclosure and the cost of equity capital: the roles of stakeholder orientation and financial transparency. *Journal of accounting and public policy*, 33 (4), pp 328–355.
4. Dutton, J. E., Dukerich, J. M. & Harquail, C. V. (1994) Organizational images and member identification. *Administrative Science Quarterly*. 39 (2), pp 239–263.
5. Graham, JR., Harvey, CR. & Rajgopal, S. (2005) The economic implications of corporate financial reporting, *Journal of accounting and economics*, 40 (1), pp3–73.
6. Greening, D. & Turban, D. (2000) Corporate social performance as a competitive advantage in attracting a quality workforce, *Business society*, 39 (3), pp 254–280.
7. Hooghiemstra, R. (2000) Corporate communication and impression management — new perspectives why companies engage in corporate social reporting, *Journal of business ethics*, 27 (1), pp 55–68.
8. Lyon, T. & Maxwell, J. (2011) Greenwash: corporate environmental disclosure under threat of audit, *Journal of economics and management strategy*, 20 (1), pp 3–41.
9. Nikolaeva, R. & Bicho, M. (2011) The role of institutional and reputational factors in the voluntary adoption of corporate social responsibility reporting standard, *Journal of the academy of marketing science*, 39 (1), pp 136–157.

10. Neu, D., Warsame, H. & Pedwell, K. (1998) Managing public impressions: environmental disclosure in annual reports. *Accounting, organizations & society*, 23 (3), pp 265–282.
11. Orlitzky, M., Schmidt, F., & Rynes, S. (2003) Corporate social and financial performance: a meta-analysis, *Organization studies*, 24 (3), pp 403–441.
12. Pattern, D. & Zhao, N. (2014) Standalone CSR-reporting by U. S. retail companies. *Accounting forum*, 38 (2), pp 132–144.
13. Peterson, D. (2004) The relationship between perceptions of corporate citizenship and organizational commitment, *Business society*, 43 (3), pp 296–319.
14. Revert, C. (2012) The impact of better corporate social responsibility disclosure on the cost of equity capital, *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 19 (5), pp 253–272.
15. Wylie, J. & Ward, A. (2014) CSR-reports great ideas or greenwash, *Accountancy Ireland*, 46 (5), pp 60–62.
16. <https://tinnhanhchungkhoan.vn/chung-khoan/buoc-tien-lon-trong-mua-bao-cao-phat-trien-ben-vung-2018-248223.html>
17. [http://www.baoviet.com.vn/Phat-trien-ben-vung/Bao-cao-PTBV/ArticleDetail\\_NoRight/154/](http://www.baoviet.com.vn/Phat-trien-ben-vung/Bao-cao-PTBV/ArticleDetail_NoRight/154/)

## ПОЛИТОЛОГИЯ

### Культурная дипломатия как феномен современной политики (на примере Европейского союза)

Бахметьев Андрей Родионович, студент  
Кубанский государственный университет (г. Краснодар)

*В данной работе понятие «культурная дипломатия» рассмотрено как феномен, на примере отношений между Россией и Европейским союзом. Проведение исследования связи между культурой и дипломатией является одним из важных факторов понимания «культурной дипломатией». Изучаются особенности коллективного российско-европейского пространства науки, образования и культуры. Также основы гуманитарного сотрудничества России и Европейского союза. В данной работе проводится анализ культурных отношений России и Европейского союза. Разбору так же подлежат главные составляющие внешней политики двух сторон. Исследуются перспектива сотрудничества в области культуры и в гуманитарной сфере.*

**Ключевые слова:** Европейский союз, отношения России и европейского союза, сотрудничество в области культуры, «мягкая сила».

*In this paper, the concept of "cultural diplomacy" is considered as a phenomenon, including the example of relations between Russia and European Union. Research on the relationship between culture and diplomacy is one of the important factors in the understanding of "cultural diplomacy". The features of the common Russia-European space of science, education and culture are investigated. As well as the foundations of humanitarian cooperation between Russia and the European Union. This paper analyzes the cultural relations of Russia and the European Union. Consideration is also subject to the main components of the foreign policy of these countries. Prospects for cooperation between Russia and the European Union in the field of culture and the humanitarian sphere are being studied.*

**Keywords:** European Union, relations of Russia and the European Union, cooperation in the field of culture, "soft power".

Культурная дипломатия как способ регулирования культурной раздела государства существует достаточно давно. Лишь только во второй половине 20 начале 21 в. происходит развитие основ управления культурными процессами общества во многих странах. В течение последнего десятилетия, на примере Европейского союза, формируется настрой к усилению роли культуры во внешних отношениях государств, а также международных и религиозных организаций. Использование культуры можно пронаблюдать в виде своеобразного катализатора развития и укрепления взаимного диалога стран.

Понятию культурная политика присуще множество определений. Это обусловлено в первую очередь тем, что сами по себе концепты «культура» и «политика» включают широкий спектр интерпретаций и толкований.

На первом этапе у культурной политики был централизованный характер, который отражался в ведущей деятельности государств в области культуры. Централизованная культурная политика изначально была направлена на расширение инструментов влияния государственной власти на граждан путем использования культурных цен-

ностей. Со временем, государство стало формировать сети культурных учреждений. Они должны были донести обществу основные идеи центральной власти. Повышение роста потребления культурного наследия было целью политики и по мере воздействовать на население посредством облагораживающей роли культуры.

Так же «культурную дипломатию» называют «мягкой силой». Ввел этот термин Дж. Наем, определив ее как способность привлекать конкретные новшества в обход силовому принуждению и подкупу, которые, в свою очередь являются элементами «жесткой силы». По его мнению, «мягкая сила» основывается на заманчивости внешней политики, культурных и национальных ценностях страны. Но хоть и прошло достаточно немало времени с начала использования данного термина, его значение и понимание до сих пор остаются в довольно размытых рамках.

Так, например, для России «мягкая сила» — это активное взаимодействие гражданских обществ, продвижение свой культуры, реакция на перемены с повышенным применением новых технологий. Западные эксперты не принимают российские подходы к «мягкой силе» и от-

крыто критикую их. Но при всем этом, она имеет конкретное воплощение.

Европейский Союз, напротив — не является государственной единицей, поэтому в предельном уровне подвергают изменению предложенный автором подход к данному термину. Подходы к пониманию «мягкой силы» требуют особенного внимания. Некоторые европейские исследователи предлагают толкование «мягкая сила» заменить на нечто, что является характерным, но исключительно для Европейского Союза.

Но несмотря на то, что существует множество трактовок, выдвинутых учеными, невозможно не понимать, что международные отношения, как и диалог цивилизаций, невозможно представить без культуры. Культура формирует классическую совокупность факторов, так же, как и политика с экономикой, которые определяют характер внешнеполитической государственной деятельности. Культура по праву должна рассматриваться в качестве полноценной и неотъемлемой части единой стратегии действий той или иной страны на международной арене. Многостороннее и эффективное формирование международных (культурных) связей способствует защите интересов личности, государства и общества, что уже многократно было доказано. В то же время возникают новые проблемы и испытания, являющимися общими для всего человечества. Глобальное усиление взаимозависимости национальных экономик с одной стороны, а с другой — между странами возникают больше различий, как в ресурсном, так и социально-культурном плане. В результате чего, глобальный социум сталкивается с принципиальной новой ситуацией, которая требует поиска новых эффективных стратегий, основанных на диалоге и способствующих повышению взаимопонимания между акторами международных отношений.

Как диалоговая стратегия, культурная дипломатия имеет широкие возможности. Она, по сути, представляет собой общественный институт, который на время позволяет передавать культурные ценности другим странам с целью рекламы мира и взаимопонимания между народами.

Традиционной формой культурной дипломатии является проведение и организации международных и региональных выставок, форумов, фестивалей, конференций. В качестве объекта и средства для достижения приоритетных задач, культурная дипломатия является одной из сфер дипломатической деятельности государства. Она выражается в его национальных интересах и организации подходящего образа страны за рубежом.

Последнее десятилетие, связано с сильным развитием идеи межкультурного диалога как одной из основных парадигм единой европейской политики, которая направлена на союз общего культурного пространства в Европе. Данный период характеризуется разработкой новых культурных проектов, выработкой четкой повестки дня в области культуры, популяризацией культуры не только на территории ЕС, но и продвижением ее вовне.

В мае 2007 года Европейская комиссия предложила «Европейскую стратегию» для сферы культуры, основанную на трех принципах:

- культурное разнообразие и межкультурный диалог;
- культура как катализатор творчества;
- культура как ключевой компонент международных связей;

Предоставленная стратегия была создана на основе результатов публичных консультаций и одобрена на Лиссабонском форуме в сентябре 2007 года, а затем утверждена Советом Европы.

Согласно разработанной стратегии, в течение многих лет в ее рамках реализуется широкий спектр культурных проектов и программ при технической и финансовой помощи Европейского союза в различных регионах. Несомненно, действие данной цели является культурное сохранение и реставрирование объектов искусства, а также постройка и восстановление музеев.

Если анализировать отношения России и Европейского Союза, то невозможно не оставить без внимания тот факт, что они развиваются не только в сфере политики и экономики, но и в культурной отрасли. Культурный компонент помогает выявить сходства и различия между российским и европейским обществами, тем самым прямо или косвенно действует на общий характер российско-европейских отношений.

Культурные связи России и Европейского союза позволяют сблизить стороны по некоторым главным вопросам и позиций двухстороннего сотрудничества, создать глубокое понимание и взаимоуважение в российско-европейские отношения. Вместе с тем построение российско-европейского диалога в культурно-цивилизационном плане сталкивается с трудностями с обеих сторон. Со стороны Европейского союза культурный диалог затрудняется тем, что страны входящие в состав Европейского союза не всегда согласны с наличием универсальной европейской культуры и отстаивают главенство своей собственной государственной культуры внутри общеевропейского «культурного поля». В России также не существует общественного понимания о основных социальных, политических и культурно-цивилизационных ценностях и ориентирах. Таким образом, между Россией и Европейским союзом существует определенный ценностный разрыв, который подрывает двухсторонние отношения в культурной сфере и негативно влияет на общий характер российско-европейского политического и экономического диалога.

Кроме того, сотрудничество России и Европейского союза является политически мотивированным: природные ресурсы России важны для Европы, тогда как России необходимы европейские технологии и инвестиции. Культурный фактор в связях России и Европейского союза выступает во второстепенной роли, уступая место политической повестке дня и экономическим отношениям. При определенных обстоятельствах культурная дипломатия может как улучшить, так и ухудшить отношения России и Ев-



ропейского союза. Но давайте рассмотрим «культурную дипломатию» Европейского союза в общем плане. Задачи культурной политики ЕС состоят сегодня в том, чтобы поднять на первый план необъятное общеевропейское культурное наследие, повысить чувство принадлежности к нему каждого европейца, но при этом сохранить уважение к культурным, национальным и религиозным различиям, существующих внутри самого Европейского союза. Такой подход отражает европейские фундаментальные культурные ценности, а также особенности менталитета европейцев. Европейцы также стремятся к тому, чтобы их ценности нашли свое отражение во внешней политике и дипломатии Европейского союза.

Официально в Европейском союзе выделяются четыре стратегии экспорта европейских норм, ценностей и стандартов:

- первая стратегия — «Экспорт норм и ценностей через расширение Европейского союза», что подразумевает поощрение снаружи внутреннего изменения государств, которые в более или менее отдаленной перспективе готовятся к вступлению в Европейский союз.
- вторая стратегия называется — «Экспорт норм и принципов в смежные государства, не имеющие перспектив членства в Европейском союзе, к уровню социального и экономического развития через различные инструменты влияния». Данная стратегия распространяется на европейские страны постсоветского пространства.
- третья стратегия — «Поддержка региональных интеграционных объединений». Стратегия предполагает поощрение субрегиональной экономической интеграции на суждениях экономического либерализма в Латинской Америке и Африке.
- четвертая стратегия — «Экспорт норм и ценностей через международные организации», другими словами, наращивание власти Европейского союза в рамках существующих международных организаций с целью проведения собственной повестки дня. Или же их реформирования в интересах объединенной Европы.

Официально, Россия и Европейский союз следуют долгосрочной стратегии партнерства в области культуры, науки и образования. Будущее российско-европейских культурных отношений представляет собой распространение культурных и научных связей России с государствами —

членами Европейского союза, а также стимулирование их расширения.

Вместе с тем в области культуры, как и в политической и экономической областях, у России и Европейского союза есть немало претензий друг другу. Особенно острой проблемой возникает стереотипное мышление, которое искажает реальность и вызывает недостаток доверия в российско-европейских отношениях. Как следствие, это ведет к нарушению двухсторонних отношений, в связи, у России и Европейского союза идет конкурентная политика в области культуры на европейской части постсоветского пространства.

Возможно, для решения разногласий и укрепления двухстороннего сотрудничества, России и Европейскому союзу следует попытаться сформировать общее идеологическое пространство, которое будет оказывать содействие на сближение двух национальных культур. В дальнейшем это позволит уменьшить уровень политизированности и неопределенности российско-европейских отношений и окажет устойчивый эффект на состояние международной системы в целом и на характере отношений России и Европейского союза в культурной сфере.

Таким образом, можно сделать вывод, что феномен культурной дипломатии достаточно сложный. Если выйти за пределы временной оценки, то в 30-е годы 20 в. Американский исследователь Ф. Баргхорн ввел термин «культурная дипломатия» в применении к политике СССР как прием культурной информации и кадрами в агитационных целях. В дальнейшем само понятие претерпевает изменения. Приобретая все более нейтральную характеристику. Данное понятие эволюционирует, поэтому культурную дипломатию теперь понимают, как обмен аспектами культуры, идеями, информацией, ценностями, традициями, религиями, которые могут способствовать улучшению взаимопонимания.

Культурная дипломатия является важной областью дипломатической деятельности многих государств. Страны, идущие в своей внешней политике из принципа мирного сосуществования и доброй воли, используют культурную дипломатию для расширения, преумножения, популяризации своего культурного наследия и пропаганды национальных достижений в области культуры, науки и образования. Культурная дипломатия так же служит для укрепления геополитических позиций стран, решения внешнеполитических и экономических задач государств. Другими словами, является одним из трех основ, на которых держится фундамент любого государства.

#### Литература:

1. Табаринцева-Романова, К. М. «Культурная политика и дипломатия Европейского союза»: учеб. пособие / К. М. Табаринцева-Романова; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. — Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2018. — 110 с;
2. [http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/63610/1/978-5-7996-2408-8\\_2018\\_46.pdf](http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/63610/1/978-5-7996-2408-8_2018_46.pdf);
3. <http://eurasian-studies.org/archives/2034>;
4. <http://eurasian-movement.ru/archives/23731>;

5. <https://cyberleninka.ru/article/n/kulturnaya-diplomatiya-v-sovremennyh-mezhdunarodnyh-otnosheniyah-na-primere-rossii-i-kitaya>;
6. [https://mgimo.ru/science/diss/durdyeva\\_autoref.pdf](https://mgimo.ru/science/diss/durdyeva_autoref.pdf).

## Политический бихевиорализм как инструмент изучения политики

Бурлаков Олег Максимович, курсант;

Саман Иван Евгеньевич, курсант

Академия Федеральной службы охраны Российской Федерации (г. Орел)

*Статья раскрывает понятие бихевиорализма, его структуру, роль в политике, в частности, об отношении к распределению власти. Этим вопросами задавались Чарльз Мерриам и Гарольд Лассуэлл. Исследование данной темы является актуальной т. к. для анализа политических явлений необходимо понимание поведения отдельных субъектов, их мотивов.*

**Ключевые слова:** бихевиорализм, политика, государство, власть, политическое поведение, методология.

На различных этапах развития политической теории всегда существовала объективная необходимость в изучении поведения и особенностей психологии индивидов и их групп с целью получения более полных знаний о политическом мире. Так, с развитием бихевиоралистского направления в политологии, изучение политического поведения человека приобрело научный характер, основываясь на эмпирическом наблюдении, а не на абстрактных умозаключениях.

Бихевиорализм представляет собой направление политической науки, в рамках которого основное внимание сосредоточивается на исследовании: а) проблем рационального выбора индивида в политике и на политических результатах и последствиях взаимодействия рациональных индивидов; б) проблем коммуникации; в) политических фактов, и прежде всего политического поведения, с помощью методов квантификации; г) рамок и связывающих ограничений политического взаимодействия.

Бихевиоралисты задавались вопросом: «Почему люди ведут себя так, а не иначе?» Они опирались на *эмпирическую теорию* — группу независимых абстрактных утверждений, состоящую из предположений, дефиниций, гипотез, проверяющуюся эмпирически, описывающих и объясняющих феномен. *Объяснение* — причинно-следственная оценка феномена. Оценивается по критериям: «Хорошая теория» — внутренне логична. Она связана с конкретной группой феноменов, должна быть совместимой с другими теориями, объясняющими соответствующие феномены. Они должны предсказывать эмпирические явления, проверяющиеся наблюдением [5, с. 89].

Бихевиоралистскому подходу к политическому исследованию соответствуют эмпирическое наблюдение и проверка. Характерно изучение *всех* случаев, не ограничиваясь, относящихся только к изучаемому вопросу. Весомость имеет статистика, рассматривающая данные как эмпирические свидетельства, качественный и количественный анализ равнозначен.

Бихевиоралисты считали, что не только эмпирические, но и научные теории должны быть фальсифицированы. Таким образом, бихевиоралисты следовали теориям Карла Поппера о ревизии традиционного позитивизма, критериям фальсифицируемости [7, с. 25]. Однако Лакатос писал, что теории социальных наук имеют нефальсифицируемые базисные высокоабстрактные утверждения, недоказуемые эмпирически [4, с. 10]. В связи с этим можно сказать, что если из этого положения выводятся утверждения, проверяющиеся эмпирически, то вся теория фальсифицируема. Это дает возможность выявить условия для признания теории научной.

Бихевиорализм внес теоретическую и эмпирическую основу социального поведения. Он использует репликацию (повторение), т. е. исследователи стремятся, чтобы выводы других ученых были аналогичны. Подтверждение выводов предполагает требования к исследованию: «Что они пытаются объяснить, его теоретическое объяснение и как используется эмпирическое свидетельство» [1, с. 156].

Впервые бихевиорализм к политике применили в 20-е годы XX века Чарльз Мерриам и Гарольд Лассуэлл [3, с. 106].

Так, Чарльз Мерриам считал, что метафизика препятствует объективности. Использование методов анализа бихевиорализма позволило рассматривать политическую реальность как естественную, а политический процесс стал доступным эмпирическому анализу [2, с. 28]. Репликация связана с природой человека. Исходя из этого, можно утверждать, что политический процесс — это реализация воли, придающая смысл поведенческому акту, доминанта которой — стремление к власти, цели политического действия [2, с. 107].

По мнению Лассуэлла, среди разных определений власти, общим является стремление, которое характерно абсолютно для всех и может быть неосознанным. Люди прикрываются другими мотивами, но за ними стоит желание обладать властью. Поэтому политология — это наука

о влиянии и влиятельности (мягкой формы власти) [2, с. 107–108]. Индивид вступает с другими в коммуникацию по поводу власти с целью ее достижения. Традиционная политология утверждает, что власть присуща только государству. Но Лассуэлл отрицал абстрактно-моралистскую трактовку государства как идеала. Государственная власть возникает путем взаимодействия воли к власти, иными словами, совокупности вариантов поведения индивидов. Это «естественное» начало государственной власти [1, с. 157].

Политическая система общества, по Лассуэллу, — структура, где власть распределена между ее элементами с соблюдением баланса сил, стремящихся и достигающих власти. Нарушение баланса в сторону централизации или рассеивания власти, ведет к дисфункции и распаду всей системы.

На основе этих данных можно сказать, что задача государственной власти заключается в сохранении баланса. Сталкивающиеся воли к власти формируют взаимодействие, теряющие подвижность. Субъекты вступают в соглашения, итог закрепляется в правилах и нормах, они ограничивают волю к власти и реализуют ее.

Лассуэлл сравнивает это с «рынком власти», описывая происходящее как «игру»: побеждает тот, кто играет по правилам, а нарушающие их — наказываются. Правила устанавливаются на саморегулирующемся «политиче-

ском рынке», суть которого в состязании субъектов власти [6, с. 269]. Регулирующей силой над «политическим рынком» является государство, обладающее «сверхвластью» и распределяющее власть в обществе. В этом заключается всемогущество государства.

Таким образом, для бихевиоралистов цель исследования заключается в объяснении поведения на индивидуальном и групповом уровне. Здесь присутствует идея причинности, отражающая способ мышления сопоставимой с «реальностью» — спутником объяснения. Чтобы в теорию поверили, она должна быть подтверждена эмпирически. Аргументировано, что цель политического действия состоит в стремлении к власти, которая является движущей силой поведения и реализации воли. Совокупность вариантов поведения разных индивидуумов составляет государственную власть, которая обладает «сверхвластью», распределяющую власть в обществе

Политический бихевиорализм является одним из современных направлений политической науки, позволяющим изучить стремления к власти и реализацию этой воли. Как утверждают сторонники бихевиоралистского подхода, именно на поведенческих особенностях индивидов, выраженных в стремлении к власти, основывается общественная организация в целом и ее отдельные институциональные проявления, в частности, государство, религия и т. д.

#### Литература:

1. Алексеева Т. А. Современные политические теории: Курс лекций. — М.: Московский государственный институт международных отношений (Университет) МИД РФ: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2007. — 464 с.
2. Василенко И. А. Политология. — М.: Юрайт, 2018. — 423 с.
3. Горелов, А. А. Политология: конспект лекций: учебное пособие. — М.: КноРус, 2018. — 180 с.
4. Гранин Ю. Д. Философия науки, история и современность: учебное пособие в 2-х частях. Часть 2. — М.: Просвещение, 2011. — 74 с.
5. Кузьменко Г. Н. Философия и методология науки: учебник для магистратуры / Г. Н. Кузьменко, Г. П. Отюцкий. — М.: Юрайт, 2016. — 450 с.
6. Пушкарева, Г. В. Политический менеджмент: учебник и практикум для академического бакалавриата. — М.: Юрайт, 2014. — 365 с.
7. Философия науки: учебное пособие для вузов / Под ред. А. Г. Троегубова. — Тула: ТулГУ, 2006. — 136 с.

## Образ России в глазах немецких учёных

Петрова Вероника Ахмедовна, студент

Ленинградский государственный университет имени А. С. Пушкина

Российская империя — это загадка для иностранных учёных как 18-го, так и 21-го века: история возникновения государства, скорость развития городов, духовная сила народа, становление культуры и науки нашли отражения на страницах научных трудов учёных других стран.

Современная Россия — это важный игрок на международной арене.

Её образ и имидж используют для достижения экономических, политических и социальных целей.

Цель исследования заключалась в рассмотрении образа России в глазах немецких учёных.

В ходе исследования были сформулированы следующие задачи:

1. Рассмотреть понятие «имидж» и «образ» государства.

2. Изучить характерные признаки имиджа государства.
3. Определить роль «образа» в политическом, экономическом и культурном развитии страны.
4. Рассмотреть культурное пространство Российской империи в XVII—XVIII вв.
5. Изучить отношение немецких учёных к России в XVII—XVIII вв.
6. Исследовать культурное пространство России в настоящее время.
7. Изучить отношение немецких учёных к современной России.

Объектом исследования является имидж и образ России. Предметом исследования является сравнение образа России в глазах немецких учёных в диахронии.

В качестве эмпирической базы исследования выступали статьи из газет «*der Spiegel*», «*die Zeit*», первоисточник Friedrich Christian Weber «*Das veränderte Russland*».

Понятия «образ» и «имидж» схожие между собой дефиниции, между которыми в коммуникационной практике зачастую ставится знак равенства.

«Имидж государства — это воображаемый образ данного государства у граждан страны и зарубежья». [1, С. 166]

Можно выделить следующие компоненты имиджа государства: экономика и наука, культура, спорт, политика, общество, история.

Россия известна своими победами в военных сражениях, народными традициями, сильной политикой, уникальными строительными сооружениями, талантливыми спортсменами, а также балетными постановками.

Профессор В. В. Серебрянников считал, что «Искусство формирования выгодного образа государств, политических и военных деятелей, хозяйственных и общественно-политических структур, армий и т. п. известно с древнейших времен. Но подлинная революция произошла в XX веке, когда дело формирования имиджа различных субъектов государства и общества стало одним из важнейших составляющих политической, идеологической и информационной борьбы». [2, С. 15]

В современном мире, Россия интересна не только своей культурой и научными достижениями, как в 18 веке, но и ресурсами, логистикой и оружием.

Имидж стал инструментом политической борьбы, а не средством развития государства.

Когда при Петре Первом только создавалось научное и культурное общество, влияние на него оказали многие ученые мира.

В 1724 году император Пётр I открыл Петербургскую Академию наук.

Из 13 академиков первого состава девять являлись немецкими учеными.

Возникает вопрос, почему немецкие ученые согласились приехать в Россию. Одной из причин приезда немецких ученых в Россию, была поддержка науки на государственном уровне, чего не было в Германии.

Второй причиной было то, что Россия являлась интересным объектом для исследования.

Немалый вклад внесли немецкие архитекторы в облик Санкт-Петербурга. Среди них Кристоф Конрад, Андреас Шлютер, Иоганн Фридрих Браунштейн и др.

Образовательная реформа Петра отличалась своей эффективностью и предусматривала образование для различных слоев населения.

Стоит отметить вклад немецких ученых в образовательную систему. В Санкт-Петербурге при лютеранских церквях создавались учебные заведения. Всего в городе их было четыре; Одна из них Petrikirche на Невском проспекте, при Appenkirche на Кировной улице, при Реформаторской церкви на реке Мойке, а так же Katharinenkirche на Большом проспекте Васильевского острова и школа Petrischule (в настоящее время, средняя школа № 222)

Но, несмотря на все старания, Россия XVII—XVIII века, так и оставалась для многих жителей Европы варварской страной.

Немецкие ученые — одни из первых известных историков в России.

Готлиб Зигфрид Байер был немецким историком, филологом.

За 12 лет пребывания в России он издал шесть книг и более 30 статей на самые разнообразные темы.

Он назвал Санкт-Петербург великолепным городом, который был построен в очень короткое время.

На Фридриха Христиана Вебера ганноверского резидента при русском дворе Российская империя также оказала огромное влияние.

В своей книге «*Das veränderte Russland*» он отмечал, что за последние 20 лет в России произошли значительные преобразования и изменения. Его впечатлили не только изменения в облике городов, культуре и науке. К самым значительным новшествам он отнес:

- 1) расширение российских границ;
- 2) строительство города Санкт-Петербурга и его кроншлотского порта;
- 3) полиция, созданная по немецкому образу и подобию, а также благодаря беспрестанным тренировкам;
- 4) Балтийский флот, построенный из казанской древесины; крестьяне, ставшие матросами;
- 5) учреждение морской и других академий;
- 6) значительные улучшения в областях судебного и военного дела, благодаря созданию новых коллегий;
- 7) развитие прикладных искусств и открытие мануфактур;
- 8) конфликт Петра с его сыном царевичем Алексеем, и в особенности более глубокое осознание духовности церковными служителями, вопреки их прежнему неукоснительному послушанию.

Фридрих Христиан Вебер особо выделил время, отведенное на эти преобразования — «а время, понадобившиеся на все эти нововведения так ничтожно, что каждый, кто их увидел бы своими глазами, удивился, а потомки

вряд ли поверят в то, что такие изменения могли быть осуществлены в 20 летний срок в такой строптивой и пустынной на тот момент России».

Фридрих Вильгельм Генрих Александр фон Гумбольдт был выдающейся личностью.

Александр Пушкин называл его «Фонтан», Глинка — «Прометей нашего времени». А сам Гумбольдт позже признал, что, путешествуя по всему миру, везде он должен был говорить, и только в России — слушать.

В своём письме к Эренбергу, Александр фон Гумбольдт писал о своих намерениях посетить Россию. И рассказывал другу, что финансовая сторона вопроса уже решена.

Россия была заинтересована в его приглашении.

Он очень тепло отзывался о России, мечтал увидеть отдельные города и регионы, отмечая: «Россия — обширная империя». В отличие от многих других немецких ученых, посетивших Россию, он видел не только Санкт-Петербург и Москву.

Иоганн Готфрид Гердер немецкий писатель и теолог увлекался историей Российской империи. Его называли заступником славянского народа. В течение пятнадцати лет он работал над своим самым знаменитым трудом «Идеи к философии истории человечества», он считал, что основным достоинством и уникальностью русской культуры является ее язык, и традиции, непринятия духовного влияния извне.

Про русских он писал: «Несмотря на совершенные ими подвиги, славяне не были никогда народом воинственным, искателями приключений, как немцы...» [3, С.556—557] Отмечал, что они были милосердны и гостеприимны.

И считал Россию молодой, полудикой нацией, которая должна превратиться в самостоятельный народ.

Россия была представлена на международной арене своим дипломатическим корпусом, но все это еще не делало Россию открытой, для иностранных граждан.

Образ России в глазах немецких учёных того времени был неоднозначен.

Её называли молодой и полудикой с уникальной культурой и самобытностью народа, с яркими личностями во главе. Но также мы можем встретить такие слова как: дикая, закрытая, холодная и непонятная.

Стоит отметить, вклад немцев в развитии культуры в современной России. Достаточно вспомнить такие яркие личности как Алису Фрейндлих, Евгения Евтушенко, Святослава Рихтера, Валерия Брумеля и многих других. Все они принесли славу России и сформировали положительный образ.

В рамках международного сотрудничества и культурного обмена между Россией и Германией организуются различные проекты.

Например, фестиваль цикл «Русские сезоны», который охватит всю Германию и продлится целый 2019 год.

Международное сотрудничество также продолжается и в сфере образования. На территории России работают международные образовательные организации.

Рассмотрим отношение немецких ученых к современной России, насколько оно отличается от взглядов в 18 веке.

Вольфрам Ветте — немецкий военный историк давал неоднозначную оценку русскому народу.

С одной стороны выделял положительные черты русского народа: верующие, творческие личности, с другой стороны — пьющие, жестокие, недоразвитые, находящиеся в полурабских отношениях с властью.

Герд Коенен немецкий историк придерживается иной точки зрения. Он считает, что имидж России меняется и развивается так же, как и история, поэтому нужно менять мнение о данной стране.

Он пишет «Frankfurter Allgemeine Zeitung», «Россия известна именами Толстого, Достоевского, Горького и других, с современным классическим балетом и экзистенциалистской живописью как европейская культурная страна» [4]

Необъяснимость страны, уникальность ее истории рассматривается им с положительной стороны. А некая отсталость перекрывается словами готовности к развитию и прогрессу.

Профессор, доктор Юрген Фельдхофф считает: «нельзя дать исчерпывающую оценку, что происходит в России», объяснив это причиной, что российское общество очень сильно дифференцировано. Такой подход является правильным, так как Россия — это многонациональная страна, с большой территорией, поэтому оценивать развитие России сейчас достаточно тяжело в целом. Как и формировать единый образ её для европейцев. Нельзя отрицать, наличия у России Сибирской земли, где снег лежит в течении всего года, но и говорить, что Россия — это холодная страна, страна медведей, тоже ошибочно.

Однако, он не считает, Россию частью Европы, но надеется, что она останется ее партнером.

Немецкие СМИ формируют свой образ России у жителей европейских государств.

Для его изучения, был проведен контент-анализ.

В качестве эмпирического материала использовались два журнала с выборкой за 2018.

Цель анализа — выделить базовые категории образа России и оценить является ли он позитивным.

Как показал анализ:

1. Объем статей, посвященной России небольшой, чаще всего встречалась небольшая статья или заметка.

2. Позиция авторов материала чаще всего была либо отрицательная (38%), либо нейтральная (34%). Но если сложить нейтральные материала и положительные, то их в сумме больше.

Анализ показал, что чаще всего встречались следующие положительные категории: наука, культура, прогресс и гостеприимная. Данные категории встречаются при описании культурных мероприятий, проводимых Россией. Особо значимым был чемпионат по футболу FIFA, который улучшил образ России и показал её, как гостеприимную, культурную страну со своими традициями и достопримечательностями.

Наиболее часто встречались следующие отрицательные категории: агрессор, власть, терроризм. Данные категории

чаще всего встречались в контексте с такими международными событиями как кризис на Украине, дело Скрипалей, международные санкции.

Таким образом, анализ показал, что Германия заинтересована в культурном, научном и образовательном обмене и экономическом сотрудничестве. Но в политической сфере остаются еще вопросы.

Современный имидж России в глазах немецких учёных неоднозначен. От отсталой страны с жестоким обществом,

до культурного центра Европы со своей самобытной культурой и языком. До сих пор у европейцев сохранились некоторые стереотипные представления о России.

Мешают также понять страну придуманные образы в иностранных СМИ, заказные статьи.

Однако, интерес к изучению культуры и истории России остается неизменен на протяжении последних шести веков, что говорит об уникальности нашего государства.

Россия возвращается на свои прежние позиции.

#### Литература:

1. Ольшанский Д. В. Политико-психологический словарь. М., 2002. — С. 166.
2. Серебрянников В. В. Имидж армии // Имидж армии — имидж России / Под ред. Е. А. Петровой, В. П. Делия. — М.: РИЦ АИМ, 2006. — С. 15.
3. Гердер И. Г. Идеи к философии истории человечества. М., 1977. С. 556–557.
4. «Frankfurter Allgemeine Zeitung» // <https://www.faz.net/aktuell/>
5. Гаджиев, К. С. Имидж государства как инструмент культурной гегемонии [Текст] / К. С. Гаджиев // Мировая экономика и международные отношения. — Москва: Российская академия наук. — № 12. — 2007. — С. 3–14.
6. Boulding, K. The Image: Knowledge in Life and Society [Текст] / K. Boulding — N. Y.: Ann Arbor, MI: University of Michigan Press, 1956. — 165 p.
7. Гринберг, Т. Э. Образ страны или имидж государства: поиск конструктивной модели [Текст] / Т. Э. Гринберг // Пресс-служба. — № 2. — 2009. — С. 74–82.
8. Nichts geht ohne Putin [Электронный ресурс] URL: <http://www.spiegel.de/politik/ausland/g7-gipfel-in-toronto-mit-heiko-maas-nichts-geht-ohne-wladimir-putin-a-1204242.html>, доступ свободный (Дата обращения 29.12.2018)

# СОЦИОЛОГИЯ

## Социальный институт культуры: понятие, процесс формирования, признаки, структура, функции

Бердникова Алина Юрьевна, студент  
Воронежский государственный университет

*В данной статье рассматривается понятие «социальный институт культуры», а также анализируются этапы становления, признаки, структурные компоненты, позитивные и негативные функции культурных институтов.*

Культура является важной частью жизни каждого человека. Ее значимость достаточно высока как для отдельных социальных процессов, так и для общества в целом. Культура оказывает непосредственное влияние на формирование личности, ее социализацию, а также воздействует на социум путем создания ценностей и их внедрения в общественное сознание через образцы поведения.

В социологической науке категориальным понятием «культура» обозначают «специфическую, генетически не наследуемую совокупность средств, способов, форм, образцов и ориентиров взаимодействия людей со средой существования, которые они вырабатывают в совместной жизни для поддержания определенных структур деятельности и общения» [1, с. 45].

При рассмотрении такой категории, как «культура», невозможно обойти стороной и явление, которое выступает главным распространителем культуры в обществе. Речь идет о социальных институтах культуры или культурных институтах — комплексе социальных культурных структур и учреждений, регулирующих совместную жизнь людей в обществе.

В человеческом обществе постоянно возникают и развиваются социальные связи, взаимодействия, отношения, которые необходимо закреплять и делать обязательными для всех людей. Эта функция отведена социальным институтам культуры. Без их вмешательства эти процессы приобрели бы противоречивый и нестабильный характер.

«Социальный институт культуры — это совокупность социальных структур и общественных учреждений, в рамках которых развивается культура, предназначенные для упорядочения совместной жизни людей в обществе» [2, с. 78]. В узком смысле под культурными институтами понимают инструмент организации и регулирования духовной среды деятельности человека, а именно системы образования, научной работы, художественного творчества, религиозной жизни и информационных потоков. В широком смысле социальные институты культуры выступают основными сред-

ствами обеспечения эффективности творческой деятельности человека во всех сферах жизни общества.

Социальные институты культуры осуществляют укрепление и распространение культуры в социуме, способствуют социализации личности и овладению ею культурных ценностей, позволяют человеку стать творческой и образованной личностью, создают возможности для культурной деятельности, обеспечивают взаимодействие членов социальной группы и их коммуникацию, хранят и передают накопленный опыт. К культурным институтам относят религию, образовательные учреждения, средства массовой информации, музеи, библиотеки, семью и др.

Формирование социального института культуры представляет собой достаточно длительный и многоступенчатый процесс, в котором можно выделить следующие основные этапы:

- 1) зарождение потребности человека в культурной деятельности;
- 2) появление неорганизованных специальных норм и правил, регулирующих культурную деятельность человека и оказывающих скорее негативное влияние на общество, чем позитивное;
- 3) формирование закрепленного свода норм, правил, регламентов и санкций в форме социального института культуры, организующего способы культурной деятельности;
- 4) образование совокупности статусов и ролей, охватывающей все стороны культурной деятельности;
- 5) становление четкой системы статусов и ролей, соответствующей закрепленному своду правил и норм и одобряемой большинством.

Социальный институт культуры имеет ряд признаков, которые не характеризуются особой нормативностью и не всегда четко проявляются в тех или иных культурных структурах и учреждениях. Но, тем не менее, они выступают удобным средством для описания и анализа процессов образования культурных институтов различного

порядка. Таким образом, можно выделить следующие характерные признаки:

- 1) наличие в обществе культурных объектов, осознание их необходимости для человека;
- 2) наличие культурных субъектов — людей, которые вступают в отношения по поводу конкретного культурного объекта;
- 3) консолидация культурных объектов и субъектов в организацию, располагающую сводом закрепленных норм и правил;
- 4) существование специальных норм, правил, регламентов и санкций, которые регулируют деятельность культурных объектов в обществе и поведение культурных субъектов в пределах определенного культурного института.

Каждый социальный институт культуры представляет собой четко слаженную систему. Это означает, что все элементы в нем взаимосвязаны и активно взаимодействуют друг с другом. В структуру культурного института входят три основных компонента. В первую очередь кадры, которые набираются согласно целям, задачам и принципам конкретного социального института культуры. Во-вторых, материальные средства, которые обеспечивают деятельность культурного института (финансы, необходимое оборудование, помещение и др.). И, в-третьих, система функций, предусмотренная уставом культурной структуры или культурного учреждения.

Главная цель любого социального института — это удовлетворение той или иной общественной потребности. Социальный институт культуры в данном случае не является исключением. Но помимо этого культурные институты выполняют и другие, не менее важные функции. К ним относятся:

- 1) регулирование деятельности культурных субъектов путем использования системы норм и правил, закрепляющих и стандартизирующих культурное взаимодействие в обществе;

- 2) создание возможностей и необходимых условий для культурной деятельности различного характера;
- 3) социализация индивидов, интеллектуальный и творческий рост личности, приобщение человека к культурным ценностям;
- 4) обеспечение культурной интеграции и устойчивости культурного института, то есть взаимодействия, взаимозависимости и взаимной ответственности между членами социальной группы;
- 5) обеспечение коммуникации, передача информации в рамках общества;
- 6) сохранение культурно-значимых форм и феноменов культурной деятельности, преемственность в развитии культурных традиций, хранение и передача накопленного опыта.

Данные функции социального института культуры оказывают положительное воздействие и на отдельного индивида, и на общество в целом. Однако культурные институты могут и отрицательно влиять на человеческое общество. Данный процесс можно рассмотреть на примере средств массовой информации. Во-первых, такой институт культуры содержит в себе уже готовые ответы на вопросы, которые интересуют людей и, соответственно, не способствует духовной эволюции человека. А во-вторых, СМИ основываются не на образах, ориентированных на реальность, а на совокупность имиджей, которые воздействуют на бессознательную сферу психики человека.

Таким образом, социальные институты культуры представляют собой совокупность структур и учреждений, которые регулируют культурную деятельность людей в обществе. Они имеют определенное строение и ряд характерных признаков, процесс их становления проходит в несколько этапов. Социальные институты культуры могут влиять на людей как положительно, так и отрицательно. Но, тем не менее, они твердо укрепились в жизни каждого человека, и их исчезновение приведет к культурному упадку и деградации общества.

#### Литература:

1. Радугин А. А., Радугин К. А. Социология: курс лекций. — 2-е изд., перераб и доп. — М.: Центр, 1999. — 160 с.
2. Тетерина Е. А., Питерова А. Ю. Культурология. Теория культуры. — Пенза.: ИИЦ ПГУ, 2012. — 130 с.



## ПСИХОЛОГИЯ

### Процесс формирования поведенческих моделей личности в период раннего детства и дошкольного возраста и их последующее влияние на становление личности человека

Горновой Алексей Андреевич, телесно ориентированный терапевт  
(г. Москва)

Антуан де Сент-Экзюпери как-то сказал: «Все мы родом из детства». Это потрясающий пример того, как в нескольких словах может уместиться смысл тысячи страниц научных работ самых именитых учёных в области психологии личности. Однако для подробного рассмотрения столь серьёзной темы, как Процесс формирования поведенческих моделей личности в период раннего детства и дошкольного возраста и их последующее влияние на становление личности человека нескольких слов будет недостаточно.

Данная тема не раз затрагивалась такими учёными психологами, как Зигмунд Фрейд, Гарри Стек Салливан, Берн Эрик и некоторыми другими именитыми личностями.



Крайне подробно тема влияния моделей поведения, которые были сформированы в подсознании ещё в период раннего детства, на формирование личности уже взрослого человека была рассмотрена основателем классического психоанализа Зигмундом Фрейдом. Учёный писал: «воздействие может оказать любое событие, которое вызывает чувство ужаса, страха, стыда, душевной боли». Однако дальнейшие исследования доказали, что событие, способное закрепить определенную модель поведения в подсознании человека, не обязательно должно иметь яркую негативную окраску, и что парадоксально, в некоторых случаях оно может быть позитивным. Даже позитивное событие, ярко запечатлевшиеся в неокрепшей психике ребёнка, может оказывать последствия для дальнейшего формирования его личности. [1]

Как правило, человек формирует модели поведения, которые в дальнейшем он будет использовать на протяжении всей своей жизни, в возрасте от 3 до 7 лет. А затем, путем многократного их повторения, он укореняет их в своём подсознании и использует уже на бессознательном уровне.

Весьма интересно тему формирования различных моделей поведения в период дошкольного возраста и их влияние на становление выбор моделей поведения взрослого человека, затронул Берн Эрик в своей книге «Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры». Известный учёный в своей работе сформулировал структурный анализ трёх различных состояний личности: «Я — родитель, Я — взрослый и Я — ребёнок». В основу данной схемы моделей поведения, как говорит сам Б. Эрик была положена «Теория бессознательного» Зигмунда Фрейда. Таким образом «Я ребёнок» представляет собой те бессознательные модели поведения личности, которые были сформированы им в его детстве. Б. Эрик считает, что «именно Я ребёнок во многих отношениях наиболее ценная часть личности, привносящая в жизнь индивидуума то, что ребёнок привнес в жизнь семьи». Другими словами, именно модели поведения, которые были сформированы индивидуумом им в период детства имеют решающее значение в принятии им решений в его дальнейшей жизни. [2]

Таким образом, разобравшись в важности и данной проблемы, можно перейти к её подробному анализу.

Модель поведения личности — это совокупность речевых, неречевых, а также поведенческих знаков и реакций индивидуума на различные жизненные ситуации.

Для большей наглядности хотелось бы привести несколько абстрактных жизненных ситуаций, в ходе разбора которых мы сможем проследить, как события, происходящие в раннем детстве и в детстве дошкольного возраста оказывают влияние на последующее формирование поведенческих моделей индивидуума.

Миссис А. всегда выбирает в качестве своего романтического партнёра мужчину, который ведёт себя по отношению к ней властно и деспотично, периодически поднимая на неё руку, и в целом того, кого нельзя назвать примерным семьянином. Если же случалось так, что Миссис А.

завязывала отношения с уравновешенным и спокойным молодым человеком, она бессознательно начинала всячески искать способы для того, чтобы вывести молодого человека из себя и спровоцировать скандал и агрессию в его сторону. В ходе психоанализа было выявлено, что Мис-

сис А. выросла в семье, где отец постоянно пьянствовал и поднимал руку на мать Миссис А. Несмотря на это, каждую ночь мать Миссис А. успокаивая испугавшегося ребёнка рассказывала ей, что именно так её отец проявляет к ней свою любовь.



Таким образом, в подсознании Миссис А. закрепились следующие установки:

1. Отношения — это страдание;
2. Любовь проявляется через причинение страданий;
3. Женщина должна терпеть и принимать любые унижения своего мужчины.

Из данных установок Миссис А. были выработаны следующие модели поведения: в дальнейшей жизни уже взрослая Миссис А. предпочитает выстраивать больные отношения с тираном, который бы причинял ей психологические страдания и, таким образом, позволял ей испытывать чувства, связанные у неё с её восприятием любви.

Другим примером может послужить Мистер К., который вырос в любящей и заботливой полной семье. В один день, когда Мистеру К. было 4 года, он вышел на прогулку вместе со своей мамой на детскую площадку. Мальчик познакомился с соседской девочкой из неблагополучной семьи, в которой отец страдал алкоголизмом, а мать злоупотребляла психотропными веществами. По мнению матери Мистера К. такое знакомство было нежелательно для её сына и, заметив то, как сын начал общение с соседской девочкой, она поспешила прервать его на корню. Мать подбегала к играющему с девочкой ребёнку и, жёстко его отдернув, начала бурно рассказывать, какая девочка плохая и грязная, насколько может быть опасно общение с такими девочками, а также, что приличным мальчикам не следует общаться с незнакомыми детьми. После чего, во избежание бурной реакции матери, ребёнок стал избегать общения с другими детьми и постепенно начал создавать различные модели поведения, которые отталкивали его от общества других детей.

Таким образом, в подсознании четырёхлетнего Мистера К. закрепились следующие установки:

1. Чтобы быть «приличным» ребёнком нельзя общаться с посторонними людьми;
2. Посторонние люди — опасны, нужно их избегать.

Из данных установок Мистер К. сформулировал следующие модели поведения, в начале, после произошедшего инцидента он намеренно не начинал завязывать знакомства с другими детьми, постепенно Мистер К. начал уже на бессознательном уровне создавать различные ситуации, которые ограждают его от посторонних людей. Уже в подростковом возрасте Мистер К. старался не участвовать в групповых занятиях детей в школе, становясь более и более закрытым для других людей. Для того, чтобы доказать себе, что все чужие люди — опасны он выработал в себе формы поведения, которые вызывали насмешки и агрессию сверстников. Такие как: ношение вызывающей одежды и вызывающее поведение. Таким образом, Мистер К., встречая непонимание со стороны сверстников и последующие издевательства над ним доказывал себе, что все посторонние ему люди для несут для него опасность. В дальнейшем убеждения Мистера К. только укоренились. Уже во взрослой жизни ему трудно даются контакты с новыми людьми, а любые романтические отношения ему чужды.

Благодаря данным примерам мы можем проследить за цепочкой формирования поведенческих моделей вследствие каких-либо событий, произошедших в детстве на формирование личности человека.

Как можно заметить, период детства имеет важнейшее значение в формировании личности человека, из чего следует важность разбора и психоанализа детских воспоминаний, произошедших с человеком в период возраста с трех до семи лет.

Литература:

1. Зигмунд Фрейд. Исследования истерии.
2. Эрик Берн. Игры, в которые играют люди.

## **Обоснование системы методов исследования проблемы формирования устойчивости молодежи к кибербуллингу средствами медиаобразования (на примере молодежной группы 14–18 лет)**

Зунина Анжела Игоревна, студент магистратуры  
Северный (Арктический) федеральный университет имени М. В. Ломоносова (г. Архангельск)

*В статье представлен методологический аппарат исследования проблемы, обоснован выбор методов ее исследования, установлены связи методологического аппарата проблемы и методов ее исследования, показано распределение для решения тех или иных его задач.*

**Ключевые слова:** кибербуллинг, медиаобразование, устойчивость к кибербуллингу, особенности системного анализа и синтеза литературы, анкетирования для исследования уровня устойчивости молодежи к кибербуллингу.

Современный мир трудно представить без медиасредств массовой коммуникации (традиционно сюда принято включать печать, прессу, телевидение, кинематограф, радио, звукозапись и систему Интернет).

Для помощи школьникам и студентам адаптации в мире медиакультуры, освоения языка средств массовой информации, умения анализировать медиатекст, было сформулировано направление «медиаобразование».

По теории Л. Мастерман существует семь причин актуальности медиаобразования в современном мире. Это:

1. Высокий уровень потребления медиа и насыщенности современных обществ средствами массовой информации.
2. Идеологическая важность медиа и их влияния на сознание аудитории.
3. Быстрый рост количества медийной информации, усиление механизмов управления ею и ее распространения.
4. Интенсивность проникновения медиа в основные демократические процессы.
5. Повышение значимости визуальной коммуникации и информации во всех областях.
6. Необходимость обучения школьников/студентов с ориентацией на соответствие будущим требованиям.
7. Нарастающие национальные международные процессы приватизации информации. [1].

В связи с развитием интернет-технологий появилась такое явление как кибербуллинг.

В российской науке процесс кибербуллинга начали изучать сравнительно недавно, хотя проблема является крайне острой. По утверждениям психологов, в России кибербуллингу подвергается каждый третий ребенок [2].

Проведя аналогию этих понятий, была сформулирована цель исследования: изучение теоретических основ и возможностей медиаобразования, разработка и апроба-

ция программы внеклассных мероприятий по формированию устойчивости молодежи к кибербуллингу посредством медиаобразования.

Для достижения цели разработан ряд задач:

1. Проанализировать психолого-педагогическую литературу по использованию медиаобразования, раскрыть его структуру и возможности.
2. Проанализировать научно-методическую литературу по разработке программ внеклассных мероприятий.
3. Изучить психолого-педагогическую литературу о кибербуллинге, раскрыть его сущность.
4. Проанализировать уровень устойчивости к кибербуллингу у молодежи 14–18 лет.
5. Разработать программу внеклассных мероприятий по формированию устойчивости молодежи к кибербуллингу посредством медиаобразования и апробировать в образовательном учреждении.
6. Определить результативность экспериментальной работы по применению разработанной программы путем сравнительного анализа уровня устойчивости молодежи до и после эксперимента.

Гипотезу исследования составляет предположение о том, что процесс формирования устойчивости молодежи (14–18 лет) к кибербуллингу может быть успешным если:

- средством формирования является медиаобразование;
- реализуется подробная поэтапная программа внеклассных мероприятий, обеспечивающая постепенное углубление интереса учащихся в формировании устойчивости к кибербуллингу;
- создание положительного эмоционального фона на внеклассном мероприятии, использование подходящих методов и технологий.

При решении поставленных задач используются следующие методы исследования: системного анализа и синтеза психолого-педагогической, научно-методической, психолого-педагогической литературы; систематизации фактов; опрос в форме анкетирования.

Анализ литературы позволяет целостно освоить понятия, заявленные в исследовании, качественно разработать программу внеклассных мероприятий с эффективными методами влияния на развитие устойчивости к кибербуллингу.

Опрос в форме анкетирования позволяет выявить уровень устойчивости к данному явлению, раскрывает направ-

ление работы исследования и ряд критериев, которые необходимо учитывать при разработке программы.

В ходе проведения исследования выявляется первоначальный уровень устойчивости к кибербуллингу молодежи, изучаются необходимые аспекты, разрабатывается программа внеклассных занятий по формированию устойчивости к интернет-агрессии с использованием медиаобразования. Результатом эффективности работы программы является повторное проведение опроса в форме анкетирования.

#### Литература:

1. Тоискин В. С., Красильников В. В. Медиаобразование в информационно-образовательной среде: Учебное пособие. — Ставрополь: Изд-во СГПИ, 2009. — 122 с.
2. Дробышева И. Как защитить ребенка от кибербуллинга // Российская газета. Федеральный выпуск. № 5947 (274).
3. Фатеева, И. А. Медиаобразование: теоретические основы и практика реализации: монография / И. А. Фатеева. — Челябинск: Челяб. гос. ун-т, 2007. — 270 с.
4. Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. Серия: Социальные науки, 2014. № 3 (35), с. 122–128.
5. McAfee: исследование «Подростки за компьютером-2014: вопросы защиты личной информации, общения в социальных сетях и кибербуллинга» // Технологии в образовании: новости и события [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://education-events.ru>

## Особенности формирования суицидального поведения в подростковом возрасте

Кузнецова Лейла Эдуардовна, кандидат психологических наук, доцент;

Дризгалина Кристина Александровна, студент магистратуры

Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал) Донского государственного технического университета в г. Шахты

*Статья посвящена теоретическому анализу особенностей формирования суицидального поведения в подростковом возрасте. Особое внимание уделено изучению личностных детерминант суицидального поведения подростков: эмоционально-личностным особенностям, наличию акцентуаций характера и психопатических отклонений.*

**Ключевые слова:** суицидальное поведение, подростковый возраст, эмоционально-личностные особенности, акцентуации характера, психопатические отклонения, суицидальный риск, превенция.

В 1999 году Всемирная организация здравоохранения приступила к осуществлению программы всемирной инициативы по превенции (предупреждению) самоубийств. Самоубийство требует нашего внимания, поскольку является актуальной проблемой общественного здоровья, однако его превенция, к сожалению, представляет собой весьма нелегкую задачу.

Профилактика суицидального поведения возможна с учетом психологических детерминант его формирования. Можно сказать, что в основе прогноза склонности к суицидальному поведению лежит интегральная оценка суицидального риска, включающая изучение эмоционально-личностных особенностей, осознанности смысла жизни,

особенностей поведения личности в трудных жизненных ситуациях.

Возраст существенно влияет на особенности суицидального поведения. Например, кризисные периоды жизни, такие, как подростковый возраст, характеризуются повышением суицидальной готовности.

Согласно исследованиям А. Аптер, суицидальное поведение в детском возрасте носит характер ситуационно-личностных реакций, т. е. связано собственно не с самим желанием умереть, а со стремлением избежать стрессовых ситуаций или наказания. Осознание проблем и нежелание прислушиваться к жизненному опыту взрослых, обостряется к подростковому возрасту. В связи с чем суицидальное

поведение у детей до 13 лет — редкое явление, и только с 14–15-летнего возраста суицидальная активность резко возрастает, достигая максимума к 16–19 годам [3].

Н. С. Можаров, О. В. Поплавская, анализируя статистику суицидов среди подростков, приходят к выводу, что среди подростков попытки самоубийства встречаются существенно чаще, чем у детей, причем лишь немногие из них достигают своей цели. Частота законченных суицидов подростков не превышает 1% от всех суицидальных действий. Суицидальное поведение в этом возрасте чаще имеет демонстративный характер, в том числе — шантажа [3].

А. Е. Личко отмечает, что лишь у 10% подростков имеется истинное желание покончить с собой (покушение на самоубийство), в 90% — это крик о помощи [3]. Подростки, в силу отсутствия жизненного опыта, не способны выбирать безопасный способ суицида. Независимо от выбранного способа ухода из жизни, опасность смерти при совершаемых подростками суицидах остается высокой.

Исследования А. А. Кучер показали, что причиной суицидального поведения подростков становятся объективно незначительные жизненные трудности и надуманные проблемы. Максимализм в оценках, неумение предвидеть истинные последствия своих поступков и прогнозировать исходы сложившейся ситуации, отсутствие жизненного опыта создают у подростков ощущение безысходности, невозможности решения проблемы, порождали чувство отчаяния и одиночества [2].

Э. Гроллман доказывает, что формирование суицидального поведения в подростковом возрасте во многом зависит также от эмоционально-личностных особенностей личности суицидента. У всех суицидентов были обнаружены эмоциональная неустойчивость, повышенная внушаемость, сензитивность, некоторая эксплозивность, импульсивность. Эти черты, выраженные нередко до уровня акцентуации характера, создают в пубертатном возрасте предпосылки для суицидального риска [1].

Важно учитывать соотношение уровня самооценки и уровня притязаний подростков. Чем больше разрыв между ними, тем больше вероятность социально-психологической дезадаптации личности подростка.

Возникновению суицидального поведения также способствуют тревожные и депрессивные состояния. Признаками депрессии у подростков могут быть: печаль, несвойственное детям бессилие, нарушения сна и аппетита, снижение веса и соматические жалобы, страх неудачи и снижение интереса к учебе, чувство неполноценности, чрезмерная самокритичность, замкнутость, беспокойство, агрессивность и низкая устойчивость к фрустрации [4].

А. Е. Личко, рассматривая роль депрессии в формировании суицидального поведения подростков, выделяет специфику ее проявления в зависимости от выраженности акцентуаций характера и темперамента [1].

Депрессия проявляется по-разному, в зависимости от психологической акцентуации характера. У гипертимного подростка — склонность к риску, пренебрежение

опасностью. У циклотимного — субдепрессия, аффекты, печать отчаяния, неосознанное желание навредить самому себе. У эмоционально-лабильных подростков значимы аффективные реакции интрапунитивного типа. Суицидальное поведение отличается быстрым принятием решения, основывается на малоопределенном стремлении «что-то с собой сделать». Другим фактором может служить желание «забыться». Чаще всего к саморазрушающему поведению толкает эмоциональная холодность близких и значимых лиц. Сенситивные подростки страдают от чувства собственной неполноценности — реактивная депрессия и вызревание суицидальных намерений с неожиданной их реализацией. Психастенические подростки в состоянии расстройства адаптации характеризуются нерешительностью, испытывают страх ответственности, страх ущерба социального статуса. Для детей с шизоидной акцентуацией характерно применение допингов. Подростки с эпилептоидной акцентуацией, на фоне аффекта, могут перейти меру осторожности. В состоянии одиночества или в безысходной ситуации агрессия может обернуться на самого себя. Чаще всего наносят порезы, ожоги, порой из мазохистических побуждений. Истероидные подростки предрасположены к демонстративным суицидам. Все интересы детей с неустойчивой акцентуацией направлены на получение удовольствий. Конформный подросток может совершить суицид за компанию.

Нельзя не отметить важную роль в формировании суицидального поведения подростков неблагоприятных взаимоотношений в семье, негативной модели семейного воспитания, наличия у родителей и родственников психических расстройств и случаев самоубийства. Подростки чувствуют себя чужими в семье. Непонимание, отсутствие доверия, эмоциональной близости с родителями ведет к формированию суицидальных мыслей и поведения.

Э. Гроллман пишет, что суицидальная молодежь редко хочет умереть; она желает уйти от обстоятельств, которые считает невыносимыми. Было выяснено, что в большинстве случаев подростковых суицидов дефицит общения был важным фактором в их желании покончить с собой. Становится очевидным, что улучшение взаимоотношений в семье может снизить частоту самоубийств [1].

Проведенный теоретический анализ поднимаемой проблемы позволяет сделать вывод о том, что ведущей в формировании суицидального поведения подростков является личностная детерминанта — это эмоционально-личностные особенности, наличие акцентуаций характера и психопатических отклонений. Такие особенности личности как эмоциональная неустойчивость, повышенная внушаемость, сензитивность, некоторая эксплозивность, импульсивность, выраженные нередко до уровня акцентуации характера, создают предпосылки для социально-психологической дезадаптации личности подростка и могут стать причиной формирования суицидального поведения. В связи с особенностью восприятия окружающей действительности суициды подростков носят аффективный характер, сложные ситуации воспринимаются ими как не разрешимые,

провоцирующие суицидальные действия. Пресуицидальный период характеризуется наличием различных вариантов депрессивных состояний. Суицидоопасные депрессии протекают у подростков атипично, маскируясь симптомами сомато-вегетативных расстройств, ипохондрическими нарушениями, девиантным поведением.

Профилактика самоубийств среди молодежи необходима и возможна, однако для ее осуществления необходим до-

вольно широкий диапазон мер, начиная с обеспечения как можно лучших условий воспитания детей, включая эффективное лечение психических нарушений, а также контроль факторов риска, обусловленных окружающей средой. Необходимым условием успеха программ суицидальной профилактики является постоянное психологическое сопровождение детей подросткового возраста, помогающее им поверить в себя и найти свой смысл жизни.

#### Литература:

1. Кузнецова, Л. Э. Психология личности (учеб. пособие) / Л. Э. Кузнецова, А. М. Руденко. — Новочеркасск: Лик, 2018. — 114 с.
2. Кучер, А. А. Выявление суицидального риска у детей / А. А. Кучер // Вестник психосоциальной и коррекционно-реабилитационной работы. — 2001. — № 5. — С. 32–39.
3. Менделевич, В. Д. Психология девиантного поведения / В. Д. Менделевич. — М.: МЕДпресс, 2001. — 432 с.
4. Нечипоренко, В. В. Суицидология: вопросы клиники, диагностики и профилактики / В. В. Нечипоренко. — СПб.: ВМедА, 2007. — 295 с.

## Psychological foundations of pedagogical design

Мирзаева Мухаббат Жалоловна, преподаватель  
Ташкентский государственный аграрный университет (Узбекистан)

Everything that is theoretically comprehended is directly related to the spiritual life of the teacher and student. This explains the appeal to the topic of the psychological foundations of pedagogical design. Pedagogical design is a normative and creative process at the same time. Regulatory — because it is strictly regulated. It has stages, forms, principles, methods of implementation, is reflected in certain pedagogical theories. Thus, it is accomplished purposefully and effectively. Design is a science. The science of design needs to be mastered, and the ability to design — to form, in this area one can gain experience, understand hidden processes. In designing, to rely only on the logic of science, to operate only with its categories, then systems, processes or situations, as a result of the work of a design teacher, will be dry and unnecessarily strict. How say the designers themselves, going in this direction, only “rough design” can be done.

Designing requires an emotional approach. Understand pedagogical design as an art — means to understand it more broadly, to engage in this process not only consciousness, but also activity, feelings, will, abilities are all that a person is naturally rich with. If pedagogical design is an art, then it certainly must have certain artistic qualities: beauty, harmony, ability to impress each of the participants. These qualities should be inherent in the objects of design: systems and situations they arise from their compositions, i. e., the construction of a natural sequence the complexity of the stages and parts, the combination of components of transitions from one part to another. The teacher beautifully moved from one method to another, managed masterfully quickly and

accurately perform the sample details, to give harmony to the location of tools. Students' visual and auditory impressions, aesthetic satisfaction stimulate educational relationships, and consequently, education itself. In the process of designing lessons teachers will use new music recordings, humor, even think through your dress style.

If designing for a teacher is an art, then it requires a lot of tension, strength, feelings, the most difficult work of thought. It always individually requires special personal qualities from the teacher: artistry, ingenuity, inspiration, originality.

Frequently educated teachers could talk about how all the forces and opportunities are mobilized to enrich the pedagogical process or situations. The teacher who never sang, begins to create a chorus and successfully directs it, and the teacher who was not engaged in drawing, suddenly opens the gift of feeling color and perspective. Use singing skills, draw, play a musical instrument, understand music, painting, architecture, beautifully talking, walking, dress able to enrich any pedagogical process, breathe life into it, spirituality. Such a pedagogical process cannot but please students, not may neither attract them.

If the pedagogical process is built only as a scientific one, it lags far behind the true pedagogy. Educative pedagogical process connects science with art. Thus, the merits of the engineered systems, processes, situations not only in their scientific nature, but in enriching science with art. Many future teachers may have disbelief in their creative abilities. But first, you do not know all your capabilities, you have not experienced everything their qualities. And secondly, it's not

too late to start hard prepare for teaching activities. You will to design pedagogical objects, given their personal qualities. Otherwise the project will not be yours, taken from distant and dry science.

Therefore, pedagogical design closely associated with creativity. pedagogical creativity is almost an invention. Invention, in turn, is a departure from traditions, habits, stereotypes. No wonder educators innovators transform the traditional the lesson complements the traditional methods, develops and enriches the traditional principles. Creativity in design, in a sense, is a flight of thought into the unknown.

What new can design, for example, the master vocational training? Develop your lesson structure, create a new form of the project instead of an outdated synopsis, suggest using visual aids and interesting techniques made by him in the lesson or methods. Develop new workshop equipment, design a more convenient form for students and for yourself, think about ways to accelerate learning, lesson analysis schemes, assessing its quality, ways to automate lesson planning, develop curriculum assessments student activities, incentives for their positive behavior.

How is creativity in the design? The basis of any creative work is a conscious need. The need for activity most often stems from external factors. The master has a desire to help, for example, students who lack up control machine. Wizard begins to search ways to implement it.

Follows the design process. Model is created coasters. At the same time, you can come from different plants: make a new stand or use existing equipment. Further it planned where to take it as deliver, how to adapt. Finally, the stand is adjusted for student growth, taking into account the shape and color of the machine, appearance of all workshop equipment. So there is a construct in accordance with scientific logic.

Design, even in this simple case can become creative. This process is enriched by intuition. The intuition of the master is based on the observation of students: their views, attempts to go and try working with other machines, etc. Pedagogical intuition can prompt the master who of small students is willing to cooperate with him, who most needs his care, who among them will appreciate the care... In that is a pedagogical vision. Intuition is the most necessary condition for creative

pedagogical design and is its component. She is helps to lower whole stages of work, reduces time. Search, deepens the understanding of the situation.

In the work of a teacher or master of industrial training, approximately, it is possible to distinguish as a creative process. Most often this moral creativity, that is, creativity in moral and ethical relations with students. Moral creativity necessary, above all, when designing pedagogical situations. How to reveal and help the pupil to show their best qualities? How to rally the group? How to help a pupil to believe in their abilities? There are many such questions, and the teacher is sometimes lost. Creative design is complicated in teaching that is not always the teacher himself ready for him because of his psychological inertia. Predisposition to specific methods, forms, means leads him to ignore others. But this inertia be overcome if develop flexible thinking from the teacher. The difficulty, however, lies in the very similar understanding of teachers psychological inertia and pedagogical traditions.

"Tradition arises not because it was conceived by ancestors, but because descendants choose it that way." Einstein. It is this understanding of traditions that contributes to creativity. For the development of creative design in pedagogy, of course, we need certain conditions. Before all we need is the needs, their awareness, which is expressed in the readiness, the teacher's desire to find ways problem solving.

Conditionally, you can put didactics in second place. Comic creativity as the invention of different methods of selecting and structuring educational material, its methods mastering the means of filing. There are a lot of variations here: a combination of student actions, the use of mutual transitions, additions, the invention of new receptions. Another kind of creative design this is technological creativity. Without it is not possible highly professional conduct practical lessons, organize production work students. For engineering engineers, technical creativity is almost always pedagogical; for its aims are pedagogical, that is, developmental, educational, or educational. We need special rules for the design of the learning process, taking into account psycho-physiological especially students as well as teacher. Only under this condition, the design becomes higher degree pedagogical.

#### References:

1. I. A. Karimov «A harmoniously developed generation is the basis of the progress of Uzbekistan," T.: Shark, 1997.
2. New pedagogical thinking. A. V. Petrovsky M: Pedagogy, 1989.
3. Fundamentals of engineering psychology. Ponomarev Ya. A. M: Higher., 1986.
4. A brief psychological dictionary. Ed. A. V. Petrovsky M: 1985

## О формировании мотивации к обучению у курсантов военных вузов

Побережнюк Ольга Андреевна, студент магистратуры  
Новосибирский государственный педагогический университет

*В работе рассматривается тема формирования мотивации к обучению курсантов в военных вузах. Представлены анализы отечественной и зарубежной психологической литературы по формированию мотивов и мотиваций. Выделены эффективные методы и формы воспитательной работы. Отражены особенности и условия мотивации к обучению.*

**Ключевые слова:** мотивация, побуждение, особенности, условия, влияние, курсанты.

В период реформирования военно-образовательных учреждений большое влияние уделяется подготовке офицерских кадров, усложняются задачи. Военные институты обязаны не только обеспечивать курсантов соответствующими знаниями, навыками и умениями, но и искать эффективные пути мотивации учебной и внеурочной деятельности.

Для качественного и успешного решения данных задач необходимо обеспечить высокий уровень профессиональной подготовки.

В настоящее время множество проблем в области обучения связаны с демотивированностью, именно она приводит к ухудшению базовых показателей обучения. Для изменения данного показателя должна проводиться целенаправленная работа по формированию и развитию устойчивой мотивации учебной деятельности курсантов, которая, в свою очередь, будет оказывать положительное влияние на профессиональную деятельность военного человека.

В связи с этим обратимся к исследованиям психологических особенностей мотивации. Основоположник психоанализа З. Фрейд одним из первых указал на проблему представленности базовых влечений в сознании субъекта, что позволяло говорить о мотиве как о содержании влечения, а не только о цели и конечном результате. И о том, что оно в содержательном своем аспекте представлено в сознании человека. Американский психолог А. Маслоу разработал иерархическую модель потребностно-мотивационной сферы личности. Мотивационная сфера личности структурирована и представлена в виде двух частей: верхний слой образуют психические явления, полностью контролируемые сознанием; нижний слой образуют влечения, настроения, аффекты, желания и т. п. [8]

Отечественные психологи С. Л. Рубинштейн, А. Н. Леонтьев, В. М. Мясищев, В. С. Мерлин, Д. Н. Узнадзе, В. А. Ядов также рассматривали проблемы формирования мотивации. Аспекты мотивации в направлениях военной службы отражены в исследованиях М. И. Дьяченко, И. В. Дмитриева, Ю. Н. Гурьянова, А. А. Горячевского, Е. Г. Журавель, Л. Ф. Железняк, Л. А. Кандыбовича, Л. Г. Лаптева, И. А. Сидорова, С. В. Улыбина, Э. П. Утлика, Н. Ф. Феденко и др. [4, 6, 9, 10]

Мотив — осознанное побуждение, внутренняя побудительная сила, по мнению С. Л. Рубинштейн. А. Н. Леонтьев считал, что в самой деятельности можно обнаружить те составляющие, которые соответствуют элементам мо-

тивационной сферы, функционально и генетически связаны с ними. Поведению соответствуют потребности человека; системе деятельностей — разнообразие мотивов; множеству действий — цель. Таким образом, между деятельностью человека и мотивацией существуют отношения взаимного соответствия. Таким образом, А. Н. Леонтьев, позволяет подойти к анализу мотивации с различных сторон деятельности человека. Как отмечают большинство военных исследователей, каждое действие совершается под влиянием определенного мотива. В качестве мотивов выступают влечения и желания, представления и идеи, чувства и переживания, идеалы и убеждения, выражающие духовные и материальные потребности человека. [7, 9]

Л. Ф. Железняк обосновал идею о том, что система мотивов является стержнем военно-профессиональной направленности. Н. Ф. Феденко сделал вывод о том, что положительные мотивы деятельности военнослужащего являются не только целью воспитания, но и предпосылкой его профессионального успеха. Но данные из опроса, проведенного с офицерами-выпускниками войск национальной гвардии Российской Федерации, проведенный в воинских частях Саровского соединения Приволжского округа ФС ВНГ РФ, Грозненского соединения Северо-Кавказского округа ФС ВНГ РФ и отдельной дивизии оперативного назначения имени Дзержинского ВНГ РФ, показали, что 21,9% офицеров-выпускников служат без желания, у 38,9% опрошенных возникли мысли уволиться или перевестись из войск. Также было выявлено, что в процессе обучения у офицеров-выпускников недостаточно сформированы профессионально важные качества, как «способность брать на себя ответственность за принятое решение» (указали 51,2% экспертов) и «способность самостоятельно принимать решения» (указали 54,1%) [2].

Таким образом, результаты проведенного опроса подтверждают, насколько важно искать новые пути формирования мотива военно-профессиональной деятельности курсантов военных вузов.

Мотивация учебной деятельности курсантов связана с особенностями: исходного уровня готовности к овладению профессией офицера, преодолению возникающих трудностей (готовности — физической, общеобразовательной и психологической); мотивации выбора профессии офицера конкретной специальности; индивидуально-психологическими (характером, темпераментом, способностями, волевыми качествами).



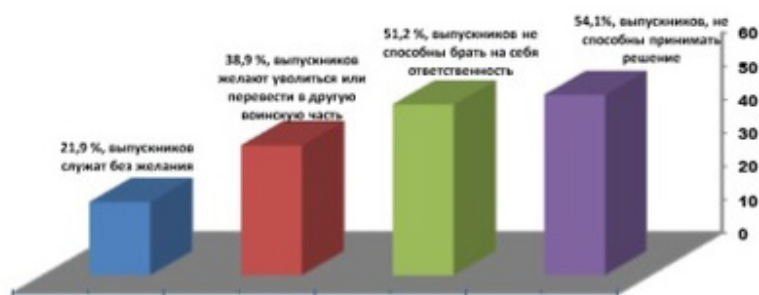


Рис. 1. Мотив военно-профессиональной деятельности выпускников военных вузов

Активные побудительные мотивы, интерес и стремление, проявление волевых усилий определяют степень сознательности и организованности курсанта. Развитие у курсантов мотивации возможно путём целевых ориентаций образовательной деятельности. Мотивацией для учебы, интересу к знаниям, для каждого молодого человека, поступившего в военный вуз, являются такие предметы, как оружие, боевые машины и так далее. Наиболее сложный вопрос педагогической практики состоит в том, каким образом формировать внеурочную мотивацию курсантов. На сегодняшний день в военных вузах существует различная система стимулов, направленная на развитие мотивации курсантов к самостоятельной учебной деятельности и самообразованию. Можно выделить следующие:

- 1) Благодарность за хорошую успеваемость.
- 2) Предоставление дополнительного времени на самостоятельное обучение, в качестве поощрения творческой направленности
- 3) Денежное стимулирование за отличную и хорошую учебу

Литература:

1. Андруник А. П., Петкин А. В. Основные пути формирования военно-профессиональной мотивации курсантов вузов ВВ МВД России: личностно ориентированный подход // Евразийское научное объединение. — 2015. — № 11.
2. Безматерных А. Н. Современные проблемы военно-профессионального становления офицеров выпускников военного института // Актуальные проблемы гуманитарных и социальных наук. — Пермь, 2017.
3. Вилюнас В. К. Психология развития мотивации. Речь, 2006. — 458 с.
4. Добротворский, В. В. Психология и педагогика. Основы психологии: Учебное пособие / В. В. Добротворский — Пермь: Пермский военный институт ВВ МВД России, 2013.
5. Дубовицкая Г. Д. К проблемам диагностики учебной мотивации // ЛЗопросы психологии, 2005. — № 1. С. 73–78.
6. Дьяченко М. И., Кандыбович Л. А., Кандыбович С. Л. Психология высшей школы. БГУ, 1981.
7. Леонтьев А. Н. Лекции по общей психологии. Смысл, 2005—511 с.
8. Маслоу А. Мотивация и личность / Пер. с англ. СПб.: Питер, 2006. — 352 с.
9. Рубинштейн С. Л. Основы общей психологии. СПб.: Питер, 2007.
10. Узнадзе Д. Н. Философия. Психология. Педагогика: наука о психической жизни. Смысл, 2014—357 с.
11. Хекхаузен Х. Психология мотивации достижения. — СПб.: Речь, 2001. — 240 с.

- 4) Большой выбор кружков внутри части, среди которых каждый найдет который ему по душе: снайперское дело, армейский рукопашный бой, бег, лыжи
- 5) Предоставление возможности досрочной сдачи экзаменационной сессии и убытию в каникулярный отпуск и др.

И самое главное, что за хорошую службу и дисциплину могут наградить воинским званием.

Мотивация учебной деятельности — это динамический процесс, который управляет поведением курсанта, определяет его направленность, организованность, активность в учебной и внеурочной деятельности. Эффективным процессом развития мотивации можно назвать тогда, когда выработана система мотивирующих факторов: проявление интереса к обучению в высшем военном учреждении; активное участие курсанта в жизни университета; удовлетворённость в выборе своей будущей профессии. Современный курсант — это мужественный человек, который решил сделать своей профессией служение Отечеству.

Молодой ученый  
Международный научный журнал  
№ 17 (255) / 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 08.05.2019. Дата выхода в свет: 15.05.2019.  
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.