

ISSN 2072-0297

МОЛОДОЙ УЧЁНЫЙ

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ



23 2019
ЧАСТЬ III

16+

Молодой ученый

Международный научный журнал

№ 23 (261) / 2019

Издается с декабря 2008 г.

Выходит еженедельно

Главный редактор: Ахметов Ильдар Геннадьевич, кандидат технических наук

Редакционная коллегия:

Ахметова Мария Николаевна, доктор педагогических наук
Иванова Юлия Валентиновна, доктор философских наук
Каленский Александр Васильевич, доктор физико-математических наук
Куташов Вячеслав Анатольевич, доктор медицинских наук
Лактионов Константин Станиславович, доктор биологических наук
Сараева Надежда Михайловна, доктор психологических наук
Абдрасилов Турганбай Курманбаевич, доктор философии (PhD) по философским наукам (Казахстан)
Авдеюк Оксана Алексеевна, кандидат технических наук
Айдаров Оразхан Турсункожаевич, кандидат географических наук (Казахстан)
Алиева Тарана Ибрагим кызы, кандидат химических наук (Азербайджан)
Ахметова Валерия Валерьевна, кандидат медицинских наук
Брезгин Вячеслав Сергеевич, кандидат экономических наук
Данилов Олег Евгеньевич, кандидат педагогических наук
Дёмин Александр Викторович, кандидат биологических наук
Дядюн Кристина Владимировна, кандидат юридических наук
Желнова Кристина Владимировна, кандидат экономических наук
Жуйкова Тамара Павловна, кандидат педагогических наук
Жураев Хусниддин Олтинбоевич, кандидат педагогических наук (Узбекистан)
Игнатова Мария Александровна, кандидат искусствоведения
Искаков Руслан Маратбекович, кандидат технических наук (Казахстан)
Кайгородов Иван Борисович, кандидат физико-математических наук (Бразилия)
Калдыбай Кайнар Калдыбайулы, доктор философии (PhD) по философским наукам (Казахстан)
Кенесов Асхат Алмасович, кандидат политических наук
Коварда Владимир Васильевич, кандидат физико-математических наук
Комогорцев Максим Геннадьевич, кандидат технических наук
Котляров Алексей Васильевич, кандидат геолого-минералогических наук
Кошербаева Айгерим Нуралиевна, доктор педагогических наук, профессор (Казахстан)
Кузьмина Виолетта Михайловна, кандидат исторических наук, кандидат психологических наук
Курпаяниди Константин Иванович, доктор философии (PhD) по экономическим наукам (Узбекистан)
Кучерявенко Светлана Алексеевна, кандидат экономических наук
Лескова Екатерина Викторовна, кандидат физико-математических наук
Макеева Ирина Александровна, кандидат педагогических наук
Матвиенко Евгений Владимирович, кандидат биологических наук
Матроскина Татьяна Викторовна, кандидат экономических наук
Матусевич Марина Степановна, кандидат педагогических наук
Мусаева Ума Алиевна, кандидат технических наук
Насимов Мурат Орленбаевич, кандидат политических наук (Казахстан)
Паридинова Ботагоз Жаппаровна, магистр философии (Казахстан)
Прончев Геннадий Борисович, кандидат физико-математических наук
Семахин Андрей Михайлович, кандидат технических наук
Сенцов Аркадий Эдуардович, кандидат политических наук
Сенюшкин Николай Сергеевич, кандидат технических наук
Титова Елена Ивановна, кандидат педагогических наук
Ткаченко Ирина Георгиевна, кандидат филологических наук
Федорова Мария Сергеевна, кандидат архитектуры
Фозилов Садриддин Файзуллаевич, кандидат химических наук (Узбекистан)
Яхина Асия Сергеевна, кандидат технических наук
Ячинова Светлана Николаевна, кандидат педагогических наук

Международный редакционный совет:

Айрян Заруи Геворковна, кандидат филологических наук, доцент (Армения)
Арошидзе Паата Леонидович, доктор экономических наук, ассоциированный профессор (Грузия)
Атаев Загир Вагитович, кандидат географических наук, профессор (Россия)
Ахмеденов Кажмурат Максutowич, кандидат географических наук, ассоциированный профессор (Казахстан)
Бидова Бэла Бертовна, доктор юридических наук, доцент (Россия)
Борисов Вячеслав Викторович, доктор педагогических наук, профессор (Украина)
Велковска Гена Цветкова, доктор экономических наук, доцент (Болгария)
Гайич Тамара, доктор экономических наук (Сербия)
Данатаров Агахан, кандидат технических наук (Туркменистан)
Данилов Александр Максимович, доктор технических наук, профессор (Россия)
Демидов Алексей Александрович, доктор медицинских наук, профессор (Россия)
Досманбетова Зейнегуль Рамазановна, доктор философии (PhD) по филологическим наукам (Казахстан)
Ешиев Абдыракман Молдоалиевич, доктор медицинских наук, доцент, зав. отделением (Кыргызстан)
Жолдошев Сапарбай Тезекбаевич, доктор медицинских наук, профессор (Кыргызстан)
Игисинов Нурбек Сагинбекович, доктор медицинских наук, профессор (Казахстан)
Кадыров Кутлуг-Бек Бекмурадович, кандидат педагогических наук, декан (Узбекистан)
Кайгородов Иван Борисович, кандидат физико-математических наук (Бразилия)
Каленский Александр Васильевич, доктор физико-математических наук, профессор (Россия)
Козырева Ольга Анатольевна, кандидат педагогических наук, доцент (Россия)
Колпак Евгений Петрович, доктор физико-математических наук, профессор (Россия)
Кожурбаева Айгерим Нуралиевна, доктор педагогических наук, профессор (Казахстан)
Курпаяниди Константин Иванович, доктор философии (PhD) по экономическим наукам (Узбекистан)
Куташов Вячеслав Анатольевич, доктор медицинских наук, профессор (Россия)
Кыят Эмине Лейла, доктор экономических наук (Турция)
Лю Цзюань, доктор филологических наук, профессор (Китай)
Малес Людмила Владимировна, доктор социологических наук, доцент (Украина)
Нагервадзе Марина Алиевна, доктор биологических наук, профессор (Грузия)
Нурмамедли Фазиль Алигусейн оглы, кандидат геолого-минералогических наук (Азербайджан)
Прокопьев Николай Яковлевич, доктор медицинских наук, профессор (Россия)
Прокофьева Марина Анатольевна, кандидат педагогических наук, доцент (Казахстан)
Рахматуллин Рафаэль Юсупович, доктор философских наук, профессор (Россия)
Ребезов Максим Борисович, доктор сельскохозяйственных наук, профессор (Россия)
Сорока Юлия Георгиевна, доктор социологических наук, доцент (Украина)
Узаков Гулом Норбоевич, доктор технических наук, доцент (Узбекистан)
Федорова Мария Сергеевна, кандидат архитектуры (Россия)
Хоналиев Назарали Хоналиевич, доктор экономических наук, старший научный сотрудник (Таджикистан)
Хоссейни Амир, доктор филологических наук (Иран)
Шарипов Аскар Калиевич, доктор экономических наук, доцент (Казахстан)
Шуклина Зинаида Николаевна, доктор экономических наук (Россия)

На обложке изображен *Михаил Васильевич Ломоносов* (1711–1765), первый русский учёный-естествоиспытатель. Точнее, персонаж фильма «Михайло Ломоносов», вышедшего на советские экраны в 1984 году. А еще точнее — Ломоносов в молодости (всего в этом фильме Ломоносова в разные периоды его жизни сыграли три актера). Молодого Ломоносова сыграл актер театра и кино Игорь Волков.

Михаил Ломоносов родился в деревне Мишанинской Архангелогородской губернии. Отец его владел небольшим судном, на котором перевозил государственные и частные грузы, рыбачил и охотился (по другим источникам — глава семейства был крестьянином Куростровской волости и двинянином, а не помором). Михаил с детства помогал ему во всем и быстро всему учился — он должен был продолжить семейное дело. Грамоту мальчик начал изучать поздно, в 12 лет. С Ломоносовым занимался дьяк Семен Сабельников, ученик подьяческой и певческой школы при холмогорском архиерейском доме. Учеба давалась Ломоносову легко, и вскоре он стал одним из лучших чтецов в местной церкви. Горячее желание продолжать учебу (да еще отец задумал его женить) окончательно определило решение Ломоносова уехать в Москву, где он поступил в единственное в это время в Москве учебное заведение — славяно-греко-латинскую академию при Заиконо-Спасском монастыре. Тяга к знаниям привела его в Киев, затем в Петербург, в Германию и Голландию. А когда ученый решил вернуться в Россию, по дороге его схватили и завербовали в прусскую армию. Прослужив несколько недель, Ломоносов дезертировал. Вернуться на родину ему удалось лишь через год.

Ломоносов был блестящим эрудитом в любой из областей, будь то физические явления, химические превращения или даже стихосложение. На творения Ломоносова в дальнейшем опирались великие поэты, такие как Александр Пушкин и Василий Жуковский, а «Ода на день восшествия на Всероссийский Престол Ее Величества государыни императрицы Елисаветы Петровны 1747 года» является бесспорным памятником русской литературы. Кстати, за оду ученый получил в награду две тысячи рублей. Правда, на момент выдачи денег в царской казне были только медные монеты, поэтому Михаилу Васильевичу пришлось арендовать две телеги, чтобы погрузить наличность.

Доказательством успеха в постижении естественных и точных наук молодым студентом стала дебютная работа Ломоносова, которая называется «О превращении твердого тела в жидкое в зависимости от движения предшествующей жидкости», где ученый рассмотрел различные агрегатные состояния. А за диссертацию «О металлическом блеске» Михаил Васильевич в 1745 году удостоился профессорского звания. После получения звания в науке Ломоносова сделали дворянином.

Его научные труды помогли современникам перейти от алхимии и натурфилософии к нынешним методикам естество-

знания. Он сформулировал основы кинетической теории газов, открыл закон сохранения энергии, объяснил тайну грозových явлений и северного сияния, изготавливал цветные стекла и краски, подверг химическому анализу руды. Именно он придумал основы физической химии. Михаил Васильевич, подерживая труды Коперника, часто изучал астрономию: талантливый ученый стал открывателем атмосферы на Венере, также ему принадлежит создание множественных экспедиций и усовершенствование светоотражающего телескопа (система Ломоносова — Гершеля). Он стал одним из первых служителей науки, кто догадался, что звезда, называемая Солнцем, представляет собой огромный огненный шар, ведь «там огненные валы стремятся, вихри пламенны крутятся и камни, как вода, кипят».

Помимо прочего, Ломоносов ввел в русский язык новые понятия (горизонт, преломление лучей, атом, молекула, температура и т. д.), придав ему научный стиль, ведь раньше технические термины обозначались латинскими словами, которые были непонятны народу. Ломоносов настолько опережал время, что некоторые его труды вышли в свет только посмертно, так как при жизни Михаила Васильевича их засекречивали и не публиковали целые столетия.

Свою будущую жену Ломоносов встретил, обучаясь в Марбурге. Он арендовал тогда комнату у вдовы марбургского пивовара, а через два с небольшим года женился на её дочери Елизавете-Христине Цильх, которая к тому времени уже ждала от него ребенка. В России Ломоносов никому не рассказывал о своей женитьбе и почти два года не вспоминал о своей жене (которую оставил в Германии), пока она не нашла его через российское посольство. Узнав о запросе от жены, Ломоносов не стал отрицать факта свадьбы и способствовал её переезду в Петербург. К сожалению, первая дочь и последующий сын Ломоносовых скончались еще в детстве. В 1749 году в семье родилась девочка Елена, которая стала единственным выжившим ребенком. Таким образом, Михаил Васильевич не оставил потомков, которые смогли бы продолжить род Ломоносовых.

Великий ученый скончался от воспаления легких на 54-м году жизни. На следующий день после смерти Ломоносова его библиотека и бумаги были по приказанию Екатерины II опечатаны графом Г. Г. Орловым, перевезены в его дворец, где и исчезли бесследно. Уже современники связывали изъятие документов с боязнью «выпустить в чужие руки» бумаги Ломоносова.

В честь великого ученого названы шесть вузов, в том числе Московский университет, проект которого разработал он сам, а также город в составе Санкт-Петербурга, кратер на Луне, горный хребет и минерал ломоносовит.

Екатерина Осянина, ответственный редактор

СОДЕРЖАНИЕ

МЕДИЦИНА

- Воронцова Н. А., Сенникова Ж. В.,
Баканач Е. Ф., Даутова Д. Н.**
Акушерская травма промежности в современном акушерстве 161
- Галимов Ф. Х., Каскинова И. И., Каскинова Р. И.**
Роль физической культуры в учебном процессе студентов медиков 162
- Зотагин В. В., Лебедева М. А.**
Анализ анемического синдрома у пациентов с ревматоидным артритом 164
- Зыков А. В., Крутых Е. Г.**
Эмоциональное выгорание медицинских работников скорой помощи 166
- Кемельбеков К. С., Раимкулов Г. С.,
Елемес М. Б., Карибаева Р. Б., Бобеева С. У.,
Альдиярова А. А.**
Клинический случай ювенильного хронического миеломоноцитарного лейкоза, ассоциированного с синдромом Нунана у младенца 169
- Кирсанкина Е. В., Лазарева Л. В., Вальц И. А.**
Оценка комплаентности больных с артериальной гипертензией в условиях поликлиники 172
- Лаврова Е. В., Маркина А. В., Мистрикова Н. Г.**
Экстрагенитальный эндометриоз 173
- Храмцов В. С., Власова А. В.**
Обзор распространенных послеоперационных осложнений при эндоваскулярном протезировании аневризмы брюшной аорты 176
- Храмцов В. С., Власова А. В.**
Послеоперационные осложнения при TAVI (Transcatheter Aortic Valve Implantation) 178
- Шершнева О. Г., Варенцов Д. С., Крюкова А. С.,
Колобова Е. А., Казанов В. А.**
Оперативные и консервативные методы лечения переломов дистального метаэпифиза лучевой кости 179

ПСИХОЛОГИЯ

- Екименкова С. Н.**
Арт-терапия как способ формирования отдельных компонентов психологического здоровья (на примере голосовой терапии) 184
- Есауленко Ю. А.**
Исследование медиации как альтернативного способа разрешения семейных споров (2011–2018 гг.): библиометрический анализ 187
- Носова К. А.**
Общение и его особенности у младших школьников 190
- Облаухова А. В.**
Влияние социальных сетей на психическое здоровье человека 192
- Ожегина А. Л.**
Как узнать истероида и контактировать с ним 194
- Полежаева Ю. Н., Терещенко Н. Г.**
К вопросу о внутрисемейных отношениях и адаптивных возможностях подростков с кохлеарной имплантацией 196
- Тихонова Т. С.**
Исследование тревожности и основных ее причин у младших школьников в период адаптации 198
- Чернова А. Д.**
Понятие манипуляции в общении 200

МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И PR

- Зардиашвили М. Г.**
Информатизация культуры: тенденции развития PR-деятельности государственных учреждений культуры в цифровой среде 202
- Зардиашвили М. Г.**
Интернет и PR-технологии как инновационные ресурсы современного музея 205
- Зубова В. А.**
Изучение сущности и трактовки понятия имиджа 207

Кулешова А. Н. Формирование положительного имиджа города.....	209	Ахмеджанов В. Э. Взаимодействие власти и бизнеса как необходимый элемент развития современной экономической сферы	224
Макушева О. Н., Прокина П. А. Место и роль отдела рекламы в структуре предприятия.....	211	Бадлаева О. А., Куртукова Е. А., Бадмаев А. Б., Кекеев А. А., Накшинов Э. С., Карвенов Р. А. Оценка инвестиционной привлекательности Республики Калмыкия	226
Малая О. Г., Беляева А. С. Теоретические основы формирования рекламного бюджета	213	Батенева Е. А. Управление инновационными проектами в Свердловской области.....	229
Новосёлова Е. А. Связи с общественностью в органах государственной власти.....	214	Береснева Н. И., Вдовина Д. М. Проблемы формирования благоприятной среды реализации молодежной политики в сфере предпринимательства	231
Софронова Е. А., Чернов А. В. Маркетинг в музейной сфере.....	216	Беседин А. В. Определение понятия рынка.....	234
ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ		Беседин А. В. Участники рыночного хозяйства. Структура и классификация рынка	235
Аллаяров Э. А. Архетипы бизнес-моделей как альтернативный способ создания инновационного бизнеса	218	Боровской Г. Н. Моделирование денежных потоков.....	237
Анисимова Д. С. Организационная структура как модель функционирования организации.....	222	Воронько М. С. Влияние оценки стоимости предприятия на управленческие решения	238
		Глобенко Д. К. О применении НДС в странах Евразийского экономического союза.....	240

МЕДИЦИНА

Акушерская травма промежности в современном акушерстве

Воронцова Наталья Александровна, ассистент;
 Сенникова Жанна Владимировна, кандидат медицинских наук, ассистент;
 Баканач Елена Федоровна, студент;
 Даутова Дилара Нафисовна, студент
 Оренбургский государственный медицинский университет

Актуальность. Родовой травматизм у женщин, перенесших роды через естественные родовые пути, был и остается актуальной проблемой акушерства. Разрыв промежности является одной из самых распространенных родовых травм и осложнений родового акта, которые чаще всего встречается у первородящих. Данная проблема возникает у 8–18% женщин.

Причины разрывов промежности:

1. Инфекционные или воспалительные заболевания половых органов
2. Отек промежности
3. Большой размер плода
4. Стремительные роды
5. Неправильное положение плода
6. Затяжные роды
7. Поздние роды

Разрыв промежности происходит в конце периода изгнания, при этом продвигающаяся головка плода, осуществляя давление на мягкие ткани родового канала, сжимает венозные сплетения, в результате чего нарушается отток крови, возникает венозный застой, что проявляется синюшным окрашиванием кожи. Венозный застой приводит к пропотеванию жидкой части крови из сосудов в ткани, обуславливая их отечность, кожа приобретает своеобразный блеск. Дальнейшее давление головки приводит к сжатию артерий, при этом кожа промежности становится бледной. Нарушение обменных процессов снижает прочность тканей, возникает клиническая картина угрожающего разрыва промежности. Если его не предупредить профилактическим рассечением, то происходит разрыв.

Существует 3 степени разрыва промежности:

I степени — травматизация задней спайки, части задней стенки влагалища и кожи промежности.

II степени — нарушение кожи промежности, стенки влагалища и мышц промежности.

III степени — кроме указанных тканей повреждается наружный сфинктер прямой кишки, редко — передняя стенка прямой кишки.

Последняя степень, на сегодняшний день, встречается достаточно редко, так как проводятся профилактические меры, такие как перинеотомия или эпизиотомия при подозрении на разрыв, проводятся определенные пособия во время рождения плода, которые предупреждают родовую травматизм. Поэтому нас заинтересовала проблема разрыва промежности I и II степени.

Цель работы: Провести сравнительную характеристику частоты разрывов промежности I и II степени за 2017 и 2018 гг. при самопроизвольных родах, прошедших в Перинатальном центре г. Оренбурга.

Материал и методы исследования. Был проведен сравнительный анализ медицинской документации Перинатального центра г. Оренбурга за 2017 и 2018 года.

Результаты исследования: За 2017 год в областном роддоме было проведено 5518 родов, из них с разрывом промежности 704, что составляет 12,8%. За 2018 год — 5306 родов, из них с разрывом промежности — 643 (12,1%).

Большую часть составляют разрывы I степени — 682 (12,4%) — 2017 год, в то время как за 2018 год — 631 (11,9%).

Основную массу исследуемых рожениц за 2017 год составили женщины в возрасте от 20 до 30 лет — 445 (65,2%), от 30 до 40 лет 202 (29,6%) женщины, в возрасте до 20 лет — 30 (4,4%) женщин и после 40 лет 5 (4,3%) женщин. В свою очередь за 2018 год: возраст 20–30 лет — 419 (66,4%), от 30 до 40 лет — 179 (28,4%) женщины, в возрасте до 20 лет — 28 (4,4%) женщин и после 40 лет 5 (0,8%) женщин.

Первородящих женщин было 292 (42,8%), повторные роды были у 390 (57,2%) женщин в 2017 году. В то время как в 2018 году на число первородящих приходится 278 (44%), а повторнородящих женщин было 353 (56%).

Масса родившихся детей в 2017 году была различной, но большая часть разрывов приходится на вес от 3000 до 4000гр: до 3000гр составило 97 (14,2%) детей, 3000–3500гр — 276 (40,5%), 3500–4000гр — 241 (35,3%) и более 4000гр — 68 (10%) детей. В 2018 году дети с массой от 3000 до 4000 так же составили значительный процент в возникновении разрывов промежности: до 3000гр — 98 (15,5%) детей, от 3000 до 3500гр — 254 (40,1%) детей, от 3500 до 4000гр — 208 (32,9%) ребенка и более 4000гр — 73 (11,5%) ребенка.

В соответствие с данным анализом за 2017 год разрывы промежности 2 степени составляют — 22 (0,4%). За 2018 год разрывы промежности 2 степени имеют тенденцию к снижению и имеют место у 12 (0,23%) женщин.

Основную массу исследуемых рожениц в 2017 году составили женщины в возрасте от 20 до 30 лет — 16 (72,7%), от 30 до 40 лет — 5 (22,7%) женщин, в возрасте до 20 лет — 1 (4,5%) женщина. В 2018 году в возрасте от 20 до 30 лет — 5 (41,7%), от 30 до 40 лет 6 (50%) женщин, в возрасте до 20 лет — 1 (8,3%) женщина.

Литература:

1. Савельева Г.М. Акушерство: учебник / Г.М. Савельева, Р.И. Шалина, Л.Г. Сичинава, О.Б. Панина, М.А. Курцер. — М.: ГЭОТАР-Медиа, 2015. — С. 320–327
2. Айламазян Э. К., Кулаков В. И., Радзинский В. Е., Савельева Г. М., ред. Акушерство: национальное руководство. — М.: ГЭОТАР-Медиа, 2013. — С. 389–397
3. Особенности ведения и родоразрешения беременных с травмой: учебное пособие / Салов И. А. Саратов, 2011.
4. Кулаков В. И., Бутова Е. А. Акушерский травматизм мягких тканей родовых путей. — М.: МИА, 2003. — 128 с.

Первородящих женщин в 2017 году было 14 (63,6%), повторные роды были у 8 (36,4%) женщин. Первородящих женщин было 10 (83,3%), повторные роды были у 2 (16,7%) женщин.

Масса родившихся детей в 2017 году была: до 3000гр — 1 (4,5%), 3000–3500гр — 10 (45,5%) детей, 3500–4000гр — 9 (40,9%) и более 4000гр — 2 (9,1%) детей. Масса родившихся детей в 2018 году: до 3000гр — 0, 3000–3500гр — 5 (41,7%) детей, 3500–4000гр — 5 (41,7%) и более 4000гр — 2 (16,6%) детей.

Выводы

Таким образом, полученные результаты свидетельствуют о снижении количества возникающих родовых травм в виде разрывов промежности. Так же можно отметить, что как 2017, так и в 2018 году риск возникновения разрывов промежности напрямую зависит от возраста роженицы и массы ребенка (при большем весе ребенка выше угроза разрыва промежности).

Роль физической культуры в учебном процессе студентов медиков

Галимов Фидан Хатыбалович, старший преподаватель;
Каскинова Ирина Ильгамовна, студент;
Каскинова Регина Ильгамовна, студент
Башкирский государственный медицинский университет (г. Уфа)

Данная статья посвящена рассмотрению таких актуальных вопросов как влияние физической культуры на учебный процесс и сохранение здоровья у студентов в процессе учебы. В работе рассматривается тема, приобщения студентов к занятиям физической культурой для поддержания, улучшения здоровья и их общего самочувствия.

Ключевые слова: спорт, здоровье, роль физической культуры, здоровый образ жизни, физическое воспитание, влияние спорта на учебный процесс.

Н а сегодняшний день, в век технического прогресса, с продолжающейся тенденцией недостаточной двигательной и физической активности населения, роль спорта и физической культуры является актуальной и еще более возрастает и должна ставиться на первый план. А обучение в медицинском вузе предъявляет еще более высокие моральные, физические, психологические требования к студентам, и в первую очередь к состоянию их здоровья. Поэтому одним из необходимым условием их

успешной реализации в профессиональной среде является: обучение оценке качества и количества здоровья, технологиям его обеспечения и общее повышение рейтинга ценности здоровья. Однако, согласно исследованиям [1–3] студенты медицинских вузов и медицинские работники, несмотря на свою профессиональную деятельность в области здравоохранения, уделяют недостаточно времени и усилий на сохранение или увеличения собственного здоровья. Среди студенческой молодежи и сту-

дентов медицинских вузов в частности в работах [4–6] выявлены еще более пессимистичные наблюдения, так за последние 10–12 лет среди молодежи не наблюдается положительных сдвигов сторону оздоровления своего образа жизни.

Проблема здорового образа жизни рассматривается в различных трудах философов, психологов, медиков, педагогов и социологов, все они сходятся в том, что основная функция спорта и физической культуры — это укрепление здоровья. По определению Всемирной организации здравоохранения, здоровье — это состояние духовного, социального и физического благополучия, а также отсутствие физических дефектов и болезней [7], в то же время физическая культура — это культура, представляющая собой специфический процесс и результат человеческой деятельности, средство и способ физического совершенствования человека для выполнения социальных обязанностей [7].

Одной из главных в подготовке и воспитании студентов медицинских вузов является развитие у них физкультурно-спортивных интересов, которые должны учитывать их индивидуальные желания и склонности. Так в результате опроса студентов БГМУ было установлено, что наиболее сдерживающим фактором в занятии физической культурой является отсутствие свободного времени.

В результате анализа научных исследований [8–9] и опроса студентов БГМУ регулярно занимающихся спортом было установлено, что из-за больших нагрузок в ВУЗе многие студенты со временем становятся вялыми, рассеянными и невнимательными, значительно снижается работоспособность, ухудшается настроение. Поэтому необходимо улучшение пропаганды здорового образа жизни (ЗОЖ) по средствам личных, групповых бесед и рекламы ЗОЖ в средствах массовой информации. Так как занятия спортом и физической культурой способствуют: повышение умственной и физической активности, улучшение внимания и концентрации, повышению работоспособности и стрессоустойчивости, высокий жизненный тонус. Но при этом стоит соблюдать технику безопасности при выполнении упражнений и избегать перетренированности — излишних физических нагрузок.

Самостоятельные занятия студентов физической культурой и спортом способствуют лучшему и более быстрому

усвоению учебного материала, ускоряют процесс физического совершенствования. Практической реализацией физкультурно-оздоровительных досуговых технологий являются различные фитнес программы, фитнес — форма двигательной активности, специально организованной в рамках групповых или индивидуальных занятий, может иметь как оздоровительно направленность, так и преследовать цели, связанные с развитием способностей к решению двигательных и спортивных задач на высоком уровне [9].

В результате анализа международного опроса потребителей в сфере фитнеса было опрошено 4600 взрослых старше 18 лет из 13 стран мира (США, десять европейских странах, Бразилия и Австралия), которые занимаются спортом в настоящее время. Было выявлено, что:

- 31% взрослого населения посещают фитнес-центр, тренажерный зал — занимаются спортом;
- 25% регулярно занимается спортом дома, выполняя различные упражнения с собственным весом;
- 44% не занимаются спортом.

Потребители в возрасте 18–29 лет, а именно 68% опрошенных уже выполняют физические упражнения, т.е. молодое поколение с большей вероятностью (15%) будут заниматься фитнесом серьезно, чем все категории взрослого населения.

На ряду с современными фитнес-тенденциями, в наши дни всё так же популярны массовые оздоровительные, физкультурные и спортивные мероприятия, которые направлены на широкое привлечение студенческой молодежи к регулярным занятиям физической культурой и спортом, на укрепление здоровья, совершенствование физической и спортивной подготовленности студентов, который организуются в свободное от учебных занятий время, в выходные и праздничные дни, в оздоровительно-спортивных лагерях, во время учебных практик. Физическая культура в высшем учебном заведении выступает как средство социального становления, активного совершенствования индивидуальных, личностных и профессионально-значимых качеств будущих специалистов, как средство достижения ими физического совершенства. Именно высшим учебным заведениям принадлежит роль ключевого звена всей системы образования и воспитания в стране, интеллектуального потенциала общества [9].

Литература:

1. Вершинин Е. Г. Мотивация ценностного отношения к здоровому образу жизни студентов медицинского вуза: дисс. на соискание уч. степени канд. мед. наук. — Волгоград, 2003. — С. 3.
2. Горшков, А. Г. Физическая подготовка студента: учебное пособие / А. Г. Горшков. М.: МНЭПУ, 2001. — 72 с.
3. Григорьев В. И., Давиденко Д. Н., Малинина С. В., Фитнес-культура студентов: теория и практика: Учебное пособие. — СПб. Изд-во СПбГУЭФ, 2010. — 228 с.
4. Масляков В. А. Массовая физическая культура в вузе / В. А. Масляков, В. С. Матяжов. — М., 1991. — 143 с.
5. Носов В. В. Физическая культура: методические указания к теоретическому разделу для студентов 1-го курса / В. В. Носов, И. В. Переверзева. — Ульяновск, 2003. — 110 с. 5. Шивит-Хуурак И. К. Повышение эффективности учебно-тренировочного процесса студентов-боксеров высокой квалификации на предсоревновательном этапе: диссертация кандидата педагогических наук: 13.00.04 / Шивит-Хуурак Илья Кимович; [Место защиты:

- Бурят. гос. ун-т]. — Улан-Удэ, 2010. — 177 с. 6. Результаты исследований доступны на сайте <http://www.lesmills.com/>
6. Смурыгина Л. В. Формирование здорового образа жизни студента средствами физической культуры // Молодой ученый. — 2015. — № 8. — С. 444–445. — URL <https://moluch.ru/archive/88/17051/> (дата обращения: 03.05.2019).
 7. Журавлёва И. В. Поведенческие факторы здоровья подростков // Социология медицины. — 2002. — № 1. — С. 32–47.
 8. Ушакова И. А. Мотивации к занятиям физической культурой российских и зарубежных студентов-медиков / И. А. Ушакова, В. Б. Мандриков, Н. В. Замятина // Вестник ВолгГМУ. — 2011. — № 1(37). — С. 28–30.
 9. Власова Ж. Н., Сергеев Д. В. Формирование идеального образа физического развития в российской культуре: учеб. пособие. Чита: Изд-во ЗабГГПУ им. Н. Г. Чернышевского, 2008. 87 с.

Анализ анемического синдрома у пациентов с ревматоидным артритом

Зотагин Виктор Владимирович, студент;

Лебедева Мария Алексеевна, студент

Приволжский исследовательский медицинский университет (г. Нижний Новгород)

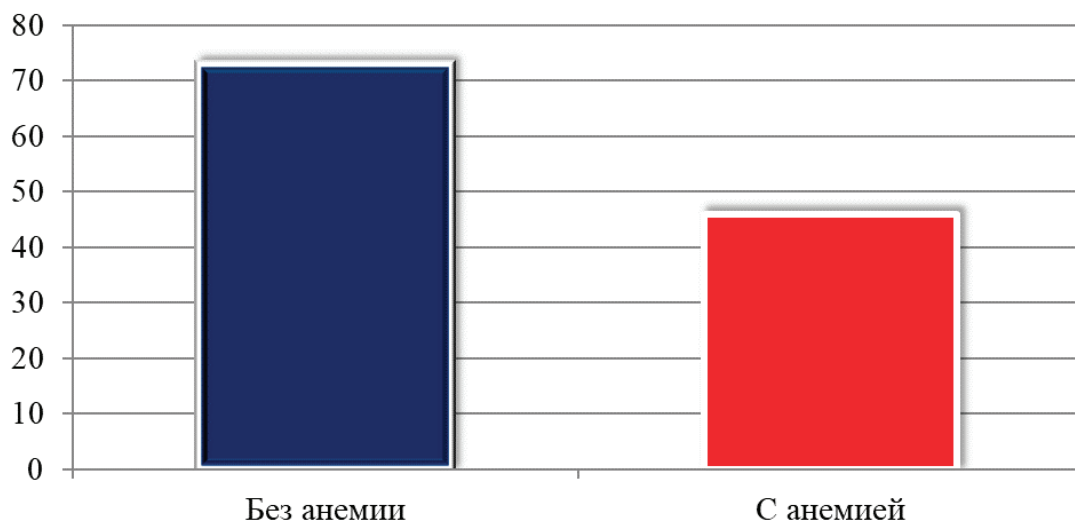
Ревматоидный артрит (РА) — наиболее распространенное воспалительное заболевание суставов, приводящее к снижению качества жизни и инвалидизации. Он составляет до 10% в структуре ревматологической патологии [1]. Нередким коморбидным состоянием при РА является анемия. Она регистрируется по разным данным от 30 до 70% случаев [2]. Наличие анемии у больных РА сопряжено с более высоким риском развития сердечно-сосудистой патологии и поражения почек в сравнении с пациентами не имеющих данного сочетания патологий. Наличие анемического синдрома у больных с РА, как правило является результатом более тяжелого течения заболевания, так и отягощает его клиническую картину [3], [4]. Чаще у больных с РА диагностируется либо

железодефицитная анемия (ЖДА), либо анемия хронического заболевания (АХЗ), что необходимо учитывать при подборе терапии [5].

Цель работы: Проанализировать частоту и особенности анемии при ревматоидном артрите по данным специализированных коек НОКБ им. Н. А. Семашко.

Материалы и методы. Для исследования были взяты истории болезни пациентов, находившихся на лечении в гастроэнтерологическом отделении НОКБ им. Н. А. Семашко на ревматологических койках, за период 2017 года. Был проведен анализ 119 историй болезней больных РА, анемия отсутствовала у 73 пациентов. В исследование были включены 46 пациентов у которых анемия была выявлена.

Частота анемии среди больных РА (рис. 1)



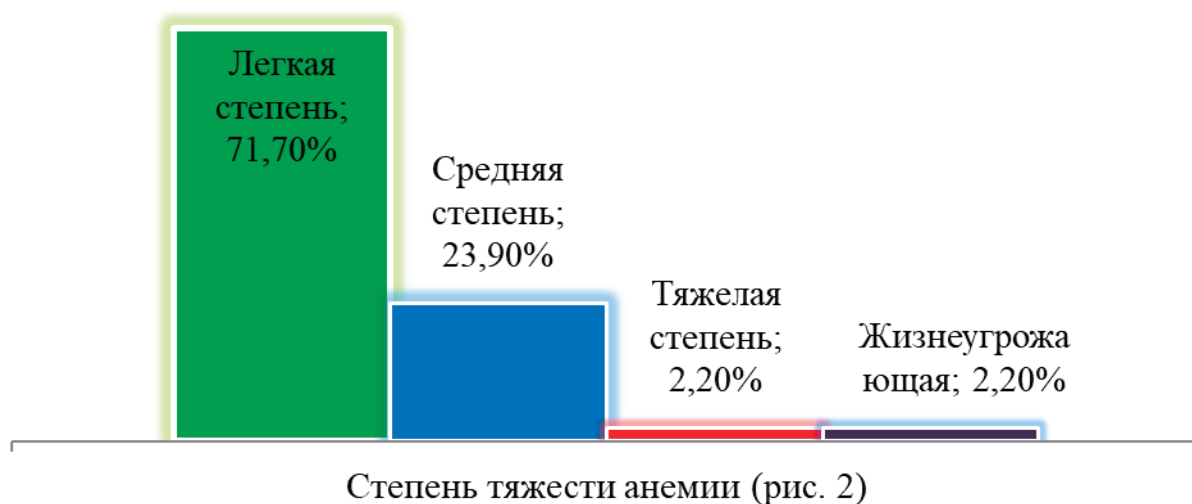
Гендерное распределение у исследуемых представлено следующим образом: женщины-36 (78,3%), мужчины-10 (21,7%). Средний возраст пациента составил $54,3 \pm 13,9$ лет. Иммунологическая характеристика РА пациентов, включенных в исследование: серопозитивный РА у 25 (54,4%) больных, серонегативный у 21 (46,6%). АЦЦП позитивный РА 26 (56,5%), АЦЦП негативный 12 (26%), у 8 (17,5%) пациентов АЦЦП определен не был. Активность РА оценивалась по шкале DAS28. Активность II (DAS28 3,2–5,1) имели 18 (39,1%) пациентов, доля пациентов с активностью III (DAS28 > 5,1) составила 28 (60,9%) пациентов. Степень тяжести анемий устанавливалась по шкале Национального института по изучению рака (Канада). Для анализа данных использовался пакет статистических программ «Statsoft Statistica 12.0» (США).

Результаты

Среди 46 исследуемых пациентов у 33 (71,7%) была легкая степень анемии (Hb, г/л 100–120(Ж)/130(М)), средняя степень анемии (Hb, г/л 80–100) выявлена у 11 (23,9%) пациентов, тяжелая анемия (Hb, г/л 65–79) у 1 (2,2%) пациента, жизнеугрожающая анемия (Hb, г/л 65–79) обнаружена также у одного пациента (2,2%).

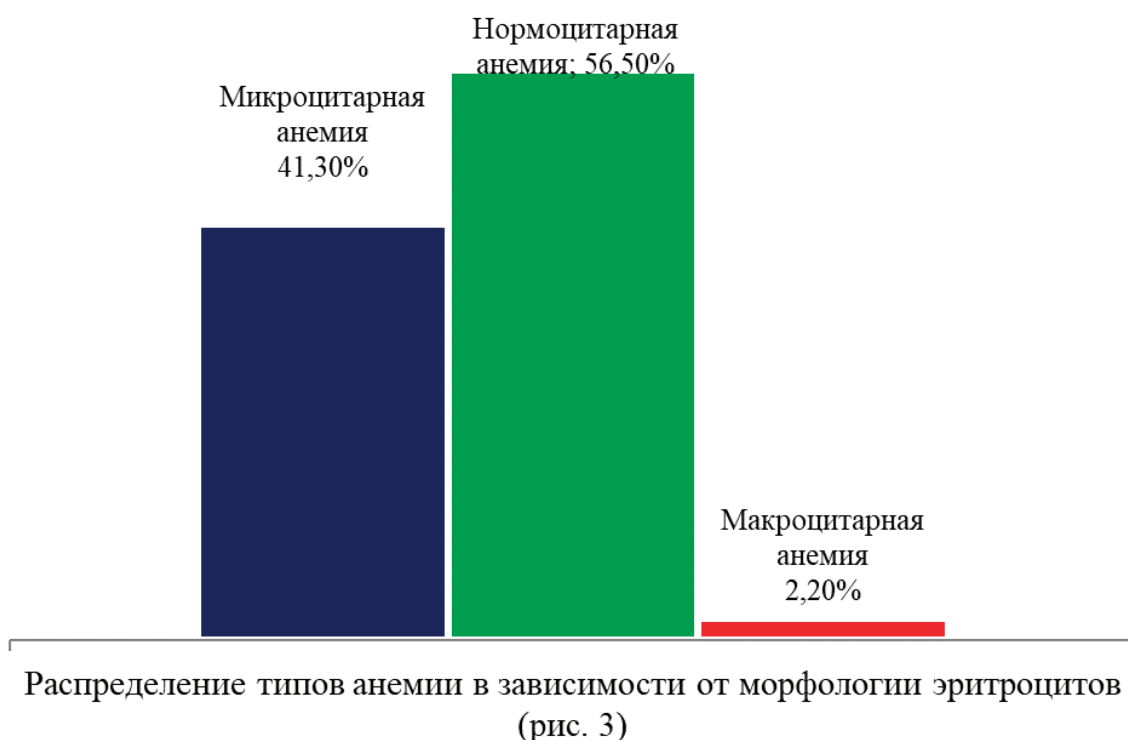
Результаты

Среди 46 исследуемых пациентов у 33 (71,7%) была легкая степень анемии (Hb, г/л 100–120(Ж)/130(М)), средняя степень анемии (Hb, г/л 80–100) выявлена у 11 (23,9%) пациентов, тяжелая анемия (Hb, г/л 65–79) у 1 (2,2%) пациента, жизнеугрожающая анемия (Hb, г/л 65–79) обнаружена также у одного пациента (2,2%).



Количество пациентов с микроцитарной анемией (MCV < 80) составило 19 (41,3%), с нормоцитарной анемией было 26 (56,5%) пациентов, макроцитарная анемия была у одного пациента (2,2%).

Количество пациентов с микроцитарной анемией было 19 (41,3%), с нормоцитарной анемией было 26 (56,5%) пациентов, макроцитарная анемия была у одного пациента (2,2%).



Железо сыворотки крови было определено у 40 (86,9%) пациентов, у 32 пациентов железо сыворотки ниже нормы, у 8 пациентов в пределах референсного интервала. Повышенные значения С-реактивного белка (С-РБ) имели 37 (80,4%) пациентов. Повышение скорости оседания эритроцитов (СОЭ) выявлено у 34 (73,9%). Тромбоцитоз выявлен у 9 (19,5%) исследуемых. В результате анализа получаемой терапии у пациентов, включенных исследование, были получены следующие данные: нестероидные противовоспалительные средства (НПВС) получали 46 (100%) пациентов. Глюкокортикостероиды использовались в лечении РА у 38 (82,6%). Метотрексат применялся у 30 (65,2%) пациентов, количество пациентов, применявших его в течение более 5 лет составило 15 (32,6%) человек. Под-

твержденные в анамнезе язвенные кровотечения имели 4 (8,7%) пациентов.

Выводы. Анемический синдром был выявлен у 39% пациентов от общего количества пациентов с РА. Большинство пациентов имели анемию легкой и средней степени тяжести. Все больные РА с анемическим синдромом имели среднюю и высокую активность процесса по индексу DAS28. На основании проведенного анализа удалось выявить возможные причины анемии, возникающей у пациентов с РА. Наиболее частые из них это снижение сыворотки крови, длительный прием метотрексата и НПВС, наличие язвенных кровотечений. В связи с этим можно говорить о необходимости детального обследования больных РА для точного определения генеза возникающего анемического синдрома.

Литература:

1. Голякова Нэлли Александровна, Ивлева Татьяна Алексеевна, Зубова Лидия Евгеньевна, Сапрыкина Юлия Николаевна, Черемухина Наталья Валерьевна, Панова Тамара Николаевна Трудности диагностики серонегативного ревматоидного артрита // Астраханский медицинский журнал. 2010. № 2.
2. Корякова Н. В., Везикова Н. Н., Марусенко И. М. Особенности диагностики и течения анемического синдрома у больных ревматоидным артритом // Научно-практическая ревматология. 2009. № 6.
3. Ватутин Н. Т., Калинин Н. В., Смирнова А. С. Анемия при ревматоидном артрите // Вестник ХНУ им. В. Н. Каразина. Серия Медицина. 2010. № 19
4. Doyle M. K., Rahman M. U., Han C., Han J., Giles J., Bingham C. O., Bathon J. Treatment with infliximab plus methotrexate improves anemia in patients with rheumatoid arthritis independent of improvement in other clinical outcome measures—a pooled analysis from three large, multicenter, double-blind, randomized clinical trials. *Semin Arthritis Rheum.* 2009;39
5. Муравьев Ю. В., Галушко Е. А. Особенности анемии при ревматоидном артрите. Тер. архив, 2002,1, 77–9.

Эмоциональное выгорание медицинских работников скорой помощи

Зыков Антон Вадимович, студент;

Крутых Евгений Геннадьевич, кандидат медицинских наук, доцент

Орловский государственный университет имени И. С. Тургенева

В настоящее время, в связи с высокой интенсивностью нагрузки сотрудников скорой помощи, усилением контроля качества оказания медицинских услуг и отсутствием условий для психологической разгрузки, остро стоит вопрос так называемого «синдрома эмоционального выгорания».

Доказано, что стрессовые факторы, тесно связанные с необходимостью постоянного взаимодействия с пациентами, негативно сказываются на психофизическом здоровье медицинских работников, а постоянная работа на износ в связи с кадровой необеспеченностью рабочих мест приводит к физическому истощению организма и, как следствие, снижению профессиональных качеств, что отмечают как отечественные, так и зарубежные авторы (Maslach С., Shaufeli W., 1993; Орел В. Е., 2001; Скугаревская М. М., 2003 и др.) [1]. Эмоциональные ре-

сурсы организма постепенно истощаются, и тогда включаются различные механизмы защиты, одним из которых является синдром эмоционального выгорания (СЭВ).

СЭВ — это процесс постепенной утраты эмоциональной, когнитивной и физической энергии, проявляющийся в симптомах эмоционального, умственного истощения, физического утомления, личной отстраненности и снижения удовлетворения исполнением работы. В зарубежной литературе синдром выгорания обозначают термином *burn-out* (англ.) — сгорание, выгорание, затухание горения. Впервые этот термин предложил Фейденбергер (Freudenberger, 1974) для описания деморализации, разочарования и крайней усталости, которые он наблюдал у работников психиатрических учреждений. В качестве приспособительного механизма синдром эмоционального выгорания проявляется способностью полностью или ча-

стично исключать эмоциональный ответ на избранные психотравмирующие воздействия.

В дальнейшем социальный психолог К. Маслач определила это состояние как синдром физического и эмоционального истощения, включая развитие отрицательной самооценки, отрицательного отношения к работе, утрату понимания и сочувствия по отношению к клиентам или пациентам (Maslach, С. (1976). Burned-Out. Human Behavior, 9, стр. 17).

По определению отечественного академика В. В. Бойко, эмоциональное выгорание — это выработанный личностью механизм психологической защиты в форме полного или частичного исключения эмоций (понижения их энергетике) в ответ на избранные психотравмирующие воздействия [2].

Изначально под СЭВ подразумевалось эмоциональное истощение с ощущением собственной бесполезности, однако позже исследователи все чаще стали связывать этот синдром с соматическими проявлениями и относить его к отдельному заболеванию, наряду с другими психосоматическими отклонениями. В 2001 году ВОЗ признала, что синдром эмоционального выгорания требует отношения как к реально существующему заболеванию, после чего в международной классификации болезней (МКБ-Х) СЭВ отнесен к рубрике Z73 — «Стресс, связанный с трудностями поддержания нормального образа жизни» [4] является скрытой проблемой, так как, развиваясь практически незаметно, может приводить к серьезным социальным (снижение качества работы, уход из специальности, рост профессиональных ошибок и др.) и медицинским последствиям (развитие депрессии, зависимостей от психоактивных веществ, суицид) [3].

Позже во Франции в 2014 году была сформирована рабочая группа для подготовки проекта по предупреждению формирования эмоционального выгорания, а в 2015 году было предложено признать эмоциональное выгорание профессиональным заболеванием [7].

Спустя год уже в России было направлено обращение к премьер-министру с предложением внести СЭВ в перечень социально-значимых заболеваний [8].

Патогенетические механизмы формирования СЭВ во многом схожи с таковыми при стрессе: организм испытывает постоянное воздействие неблагоприятных психофизических факторов, и, в зависимости от интенсивности и длительности этого воздействия В. В. Бойко выделяет 3 фазы СЭВ: напряжение, резистентность, истощение [2].

В течение первой фазы организм использует свои психологические и физиологические резервы, как и при стрессе изменяется уровень активации ЦНС, выработка гормонов; человек чувствует напряжение, но успешно с ним справляется, не теряя интерес и удовлетворенность работой.

Второй этап — фаза резистентности: утрачивается способность организма справляться со стрессом без потерь, негативные факторы рабочего процесса (организационные, содержательные, личностные) приводят к нарушениям на психологическом и физиологическом уровнях,

снижается мотивация и заинтересованность в своем деле, нарастает подавленность настроения и раздражительность.

Во время третьей фазы, истощении, неспособность к адекватной реакции на постоянные стрессовые раздражители проявляется стойкими психосоматическими расстройствами: развивается депрессия, обостряются хронические заболевания, эмоциональная сфера становится нестабильной, приводя к частым перепадам настроения от раздражительности до полной отрешенности.

В. В. Бойко говорит о том, что у каждого отдельного профессионала синдром эмоционального выгорания проходит динамику этих трех фаз по-разному. Две или даже все три фазы могут развиваться параллельно. Все зависит от индивидуальных психофизиологических особенностей [2].

В зависимости от продолжительности работы в сфере оказания помощи и непосредственно тесноты общения с пациентами изменяется и связанный с этим уровень профессиональных стрессов, что сказывается на степени развитости защитных механизмов.

Работники скорой помощи 60% рабочего времени затрачивают на обслуживание вызовов, из них примерно 50% приходится на непосредственное общение с пациентом [5, с. 21], и эта цифра растет в связи с необходимостью минимизации задержек приема вызовов. Из чего следует, что сотрудники СМП находятся в постоянной стрессовой ситуации, имеет место «фоновая напряженность» (состояние ожидания, готовности) [6, с. 13], а значит и истощение эмоциональных ресурсов в течение всех рабочих суток непрерывно продолжается, и защитные механизмы, направленные на приспособление к стрессу, усиливаются, приводя к эмоциональному выгоранию личности.

Изучение степени выраженности стадий эмоционального выгорания среди медработников СМП проводилось в форме тестирования по методике Бойко В. В., в котором приняли участие несколько групп медиков в количестве 93 человек с различными квалификациями и стажем работы.

На основании проведенного тестирования правомерно судить о степени сформированности той или иной стадии стресса, в зависимости от количества набранных баллов:

36 и менее баллов фаза не сформировалась;

37–60 баллов — фаза в стадии формирования;

61 и более баллов — сформировавшаяся фаза.

В таблице 1 показаны средние значения для всех медработников, и мужчин и женщин по всем трем фазам. По результатам проведенного тестирования можно заключить, что как в целом по выборке, так и отдельно в группах мужчин и женщин средние значения шкал входят в диапазон, характерный стадии формирования фаз эмоционального выгорания, за исключением фазы резистентности, данные по которой говорят, что в среднем у всех испытуемых сформирована 2 фаза синдрома эмоционального выгорания. Среди всех медработников СМП у 92,3% хотя бы одна фаза СЭВ на стадии формирования, из них у 66,1% либо сформированы, либо в стадии формирования все три фазы, а у 17,4% две фазы эмоционального выгорания.

Таблица 1. Синдром эмоционального выгорания у медработников скорой помощи

	Все медработники (N=93)	Мужчины (N=21)	Женщины (N=72)
Фаза напряжения	48	51	48
Фаза резистентности	68	69	68
Фаза истощения	57	60	56

Анализ сформированности фаз СЭВ в различных возрастных группах (табл. 2) показал, что самые высокие усредненные показатели по всем трем шкалам обнаружился у испытуемых в возрасте от 25 до 30 лет, сильно превышая среднестатистические показатели по выраженности каждой фазы эмоционального выгорания. На-

против, в группе испытуемых в возрасте более 40 лет наблюдается относительное снижение всех показателей, и тем не менее ни в одной группе нет положительной динамики, которая позволила бы сказать о несформированности той или иной фазы СЭВ.

Таблица 2. Синдром эмоционального выгорания у медработников скорой помощи разных возрастных групп

Возрастные группы (лет)	Общее число испытуемых в группе	Фаза напряжения	Фаза резистентности	Фаза истощения
20–25	40	47,9	62,43	53,6
25–30	21	59,62	76,29	73,57
30–40	15	44,07	72,4	57,67
Более 40	17	39,76	69,47	44,47

Анализ сформированности фаз синдрома эмоционального выгорания в различных группах медработников СМП по стажу работы (табл. 3) показал, что самые высокие показатели по всем шкалам приходятся на группу со стажем

7–11 лет, а наименьшие показатели по шкале «Фаза напряжения» и «Фаза истощения» выявляются у группы со стажем 12 и более лет.

Таблица 3. Синдром эмоционального выгорания у медработников скорой помощи разных групп по стажу работы

Группа стажа (лет)	Общее число испытуемых в группе	Фаза напряжения	Фаза резистентности	Фаза истощения
1–3	48	49,71	65,5	56,13
4–6	10	44,8	66,0	62,7
7–11	11	61,0	84,45	74,91
12 и более	24	41,71	68,04	48,54

Анализ выраженности фаз синдрома эмоционального выгорания в группах медицинских работников СМП по квалификации (табл. 4) показывает, что профессиональное напряжение выше у исследуемых среди врачей.

У медсестер также сформирована фаза резистентности, однако другие фазы СЭВ выражены не так сильно, что позволяет думать о зависимости эмоционального выгорания от уровня ответственности, который несет медработник.

Таблица 4. Синдром эмоционального выгорания у медработников скорой помощи в зависимости от квалификации

Группа квалификации (должность)	Общее число испытуемых в группе	Фаза напряжения	Фаза резистентности	Фаза истощения
Медсестра	43	46,26	66,51	54,91
Фельдшер	19	45,26	58,53	56,79
Врач	31	53,45	77,23	60,32

На основании проведенного исследования можно заключить, что наиболее выраженным СЭВ является в группе

медработников скорой помощи с квалификацией врача в возрасте от 25 до 30 лет и стажем работы от 7 до 11 лет.

Учитывая резко выраженную доминацию фазы резистентности, можно говорить о том, что во всех исследованных группах у испытуемых в высокой степени развит механизм защиты, мерами которого является экономия эмоциональных проявлений, и редукция профессиональных достижений, что предполагает попытки облегчить или сократить обязанности, которые требуют эмоциональных затрат [1].

Полученные данные показывают, что уровень профессионального стресса, который испытывают работ-

ники скорой помощи зависит от возраста и стажа. По мнению доктора психологических наук В. Е. Орела, непосредственный контакт медработника и пациента, острота их проблем, способствует развитию синдрома эмоционального выгорания [3], а уровень ответственности, который безусловно велик у каждого работника скорой помощи — один из главных факторов, предрасполагающих к этому.

Литература:

1. Касимовская Н. А. Медико-социальные и профессиональные факторы дезадаптации сестринского персонала: дис. ... канд. мед. наук: 14.00.33 / Касимовская Наталья Алексеевна; [Место защиты: ФГУ «Федеральное бюро медико-социальной экспертизы»]. — Москва, 2008. — 144 с.: 36 ил.
2. Бойко В. В. Синдром «эмоционального выгорания» в профессиональном общении. — СПб.: Сударыня, 1999.
3. Орел В. Е. Феномен «выгорания» в зарубежной психологии: эмпирические исследования. // Журнал практической психологии и психоанализа. — 2001. — № 3. URL: <http://psyjournal.ru/articles/fenomen-vygoraniya-v-zarubezhnoy-psihologii-empiricheskie-issledovaniya>
4. Доклад о состоянии здравоохранения в мире 2001. Психическое здоровье: новое понимание, новая надежда. — ВОЗ, 2001
5. Журнал «Гигиена и санитария». — 1985. — № 10
6. Журнал «Здравоохранение РФ». — 1984. — № 9
7. URL: <https://tass.ru/obschestvo/1996622>
8. URL: <https://ria.ru/20160718/1469559709.html>

Клинический случай ювенильного хронического миеломоноцитарного лейкоза, ассоциированного с синдромом Нунана у младенца

Кемельбеков Канатжан Сауханбекович, PhD докторант, ассистент;

Раимкулов Гуламжан Саттаркулович, преподаватель;

Елемес Мольдир Бауыржан кызы, резидент кафедры;

Карибаева Роза Ботир кызы, резидент кафедры;

Бобеева Сания Уалихан кызы, резидент кафедры;

Альдиярова Акмарал Акадил кызы, интерн

Балтабаева Ботагоз Сериккызы, резидент;

Орымбаева Айгерим Мусахановна, резидент

Южно-Казахстанская медицинская академия (г. Шымкент, Казахстан)

В статье описан случай ювенильного хронического миеломоноцитарного лейкоза у младенца.

Ключевые слова: младенец, ЮХММЛ, синдром Нунан, тактика лечения.

Актуальность. Ювенильный хронический миеломоноцитарный лейкоз или миелодиспластический синдром (МДС) — это гетерогенная группа клональных заболеваний, в основе которых лежит патология гемопоэтических стволовых клеток, приводящая к нарушениям (увеличению или уменьшению) пролиферации и дифференцировки морфологически распознаваемых предшественников миело-, эритро- и мегакариопоэза с изменением их морфологических и функциональных свойств. Клинически и морфологически МДС характеризуется неэффективным гемопоэзом с развитием различной степени

выраженности цитопении с яркой тенденцией к последующей трансформации в острый лейкоз.

Хронический миеломоноцитарный лейкоз (ХММЛ). Для установления диагноза необходимо наличие в ПК персистентного моноцитоза $\geq 1,0 \times 10^9$ /л при содержании моноцитов ≥ 10 % при подсчете лейкограммы. Сохраняется подразделение ХММЛ на так называемый пролиферативный тип (количество лейкоцитов $\geq 13,0 \times 10^9$ /л) и диспластический тип (количество лейкоцитов $< 13,0 \times 10^9$ /л), причем указанное разделение подкреплено открытием новых клинических и молекулярных отличий между ними,

в частности, связанных с нарушениями сигнальных путей RAS/MAPK. Важное прогностическое значение имеет определение процентного содержания бластных клеток. В соответствии с пересмотром 2016 г. рекомендуется выделение трех подгрупп: ХММЛ-0 (< 2 % бластов в ПК и < 5 % в КМ), ХММЛ-1 (2–4 % бластов в ПК и 5–9 % в КМ) и ХММЛ-2 (5–19 % бластов в ПК и 10–19 % в КМ) [8]. Поскольку очень важно проводить различие между промиелоцитами (эквивалент бластных клеток) и моноцитами, нередко имеющими при ХММЛ аномальные признаки, особое внимание должно быть уделено уточненному определению морфологических признаков клеток, дополненному данными иммунофенотипирования при проточной цитометрии, а также данными цитохимических и молекулярно-генетических исследований.

До настоящего времени диагноза МДС и ЮММЛ ассоциированы с крайне плохим прогнозом у большинства больных и невозможностью достижения успеха при использовании стандартных методов противоопухолевой химиотерапии. Не существует единых эффективных протоколов и схем терапии. Независимо от состава и интенсивности используемых режимов, вероятность полного излечения МДС с помощью стандартной химиотерапии минимальна, несмотря на возможность достижения в редких случаях полной ремиссии. Единственным реально эффективным методом лечения МДС в настоящее время является трансплантация гемопоэтических стволовых клеток (ТГСК). Однако и в отношении места и тактики ТГСК в терапии различных вариантов МДС существует много открытых вопросов, начиная от определения оптимальных сроков проведения до выбора оптимальных режимов кондиционирования.

Случай из клиники. В клинической практике мы наблюдали случай ювенильного хронического миеломоноцитарного лейкоза, ассоциированного с синдромом Нунана у младенца.

Пациентка К., 2013 года рождения, с раннего возраста — постоянно субфебрильная гипертермия, с рождения отмечался жидкий, водянистый стул, почти после каждого кормления. В весе, росте прибавлял медленно, в 7 месяцев вес 5350гр., рост 62 см. постоянная субфебрильная температура. Неоднократно получала стационарное лечение. Первая госпитализация в НЦПидХ с 12.11.2014 по 02.02.2015г., была госпитализирована в отделение сложной соматической патологии с направительным диагнозом целиакия. В результате обследования диагноз целиакия был исключен. На основании наличия у ребенка выраженных стигм дизэмбриогенеза, гипотрофии (вес 5,5кг, рост 63см), микросомии, выраженной спленомегалии, субфебрилитета, изменения в общем анализе крови: лейкоцитоз- $15,4 \times 10^9$ /л., моноцитоз, бластемия 1–2 %, миелоцитарная реакция, /анемия — Нв-96,1г/л., тромбоцитопения — 133×10^9 /л. ускоренная СОЭ — 20 мм/час. В миелограмме бластоз до 7,2 %, промиелоцитарная реакция, признаки диспоэза., ребенку выставлен клинический диагноз: хронический ювенильный миеломоноцитарный лейкоз. Ребенок 28.12.2014 переведен в отделение онкогематологии.

В отделении ребенку проводилась симптоматическая терапия, назначался 6-меркаптопурин. На фоне приема 6-меркаптопурина отмечалась некоторая положительная динамика — снизился лейкоцитоз, начала сокращаться в размерах селезенка, однако присоединились диспептические осложнения (снижение аппетита, частая рвота, неустойчивый стул), в связи с чем препарат отменен. С 18.12.2014 г. начата терапия преднизолоном 1,5мг/кг/сут. В динамике состояние стабилизировалось, девочка стала активней, начала прибавлять в весе, увеличился объем активных движений. Однако размеры паренхиматозных органов прежние. На фоне терапии отмечался периодически субфебрилитет, неустойчивый стул, стоматит, присоединились явления двухсторонней пневмонии. Получала антибактериальную, противогрибковую терапию, постоянно пробиотики, ферментотерапию. В динамике состояние стабилизировалось. Выписывалась под наблюдение участкового педиатра и гематолога по месту жительства с рекомендациями повторной госпитализации. Госпитализирована планово.

Из анамнеза: От 1 беременности, на фоне гестоза, отеков (8–9 месяцев), анемии, получала железосодержащие препараты (ферровит). Роды в срок 41 недель, излитие околоплодных вод зеленого цвета. Вес при рождении 3400г, рост-51см. профилактические прививки в роддоме. Наблюдался неврологом по поводу гидроцефального синдрома. Гемотрансфузии не проводились. Аллергоанамиз — не отягощен. Наследственность не отягощена. Инфекционные заболевания, туберкулез — отрицает.

Эпидемиологический анамнез: контакта с инфекционными и туберкулезными больными не было. Парентеральные вмешательства неоднократно в ОДБ, ОИБ, в НЦПидХ в предыдущие госпитализации.

Трансфузионный анамнез: получила однократно трансфузию Эр.массы в декабре 2014 года в НЦПидХ, перенесла удовлетворительно.

Объективно при госпитализации: Состояние ребенка тяжелое за счет основного заболевания и фоновой патологии. В сознании. Самочувствие не нарушено. Ребенок не ходит. Резко отстает в физическом развитии, имеются стигмы дизэмбриогенеза: микросомия — гипотрофия 40 %, отставание в росте на 14см., умеренный птоз, экзофтальм, готическая шея, пупочная грыжа. Большой родничок не закрыт, 3,0x4,0см. Аппетит сохранен. Кожные покровы чистые от сыпи, бледные эластичность снижена. Резко повышена потливость. Выраженная венозная сеть на голове. Видимые слизистые влажные, бледные, чистые. Язык влажный, слегка обложен беловатым налетом. Подкожная жировая клетчатка распределена равномерно, слабо развита. Тонус мышц снижен. Периферические лимфоузлы не увеличены. Аускультативно в легких дыхание жесткое, прослушивается по всем полям, хрипов нет. Тоны сердца учащенные, ритм правильный. Живот увеличен, преимущественно за счет спленомегалии. Селезенка выступает из под реберной дуги на 7–8см, в динамике несколько сократилась в поперечнике до 4,0см. Печень +2,0см, эластичная, безболезненная.

Стул, со слов мамы, 1 раза в сутки, кашицеобразный, без патологических примесей. Мочится достаточно.

Лабораторные данные:

ОАК от 08.06.2015г.: эритроциты — $4,76 \times 10^{12}$, гемоглобин — 96 г/л, лейкоциты — $6,79 \times 10^9$ /л, нейтрофилы — 21,2 %, лимфоциты-60,2 %, эозинофилы-1,02 %, моноциты — 16,1 %, базофилы — 1,58 %, тромбоциты — 116 тыс., СОЭ — 17 мм/час.

Интерпретация — лейкоцитоза нет, сохраняется умеренный моноцитоз, анемия 1 ст., незначительная тромбоцитопения.

ОАК от 17.06.2015г.: эритроциты — $5,0 \times 10^{12}$, Hg — 97 г/л, лейкоциты — 8×10^9 /л, с/я — 32 %, лимфоциты — 57 %, эозинофилы — 3 %, моноциты — 8 %, тромбоциты — 184 тыс., СОЭ — 20 мм/час.

Б/х крови от 4.06.2015г.: общий белок — 80г/л, мочевины — 3,8ммоль/л, калий — 3,9ммоль/л, натрий — 138ммоль/л, АЛТ — 32и/л, АСТ — 36и/л, амилаза — 18и/л, билирубин общий 4,8ммоль/л, кальций 2,17 ммоль/л.

Б/х крови от 09.06.2015г.: IgA 0,56 г/л, IgG 16,5 г/л, IgM 1,3 г/л.

Б/х крови от 15.06.2015г.: общий белок-77г/л, креатинин 37,1 ммоль/л, мочевины-4,4ммоль/л, калий-3,6 ммоль/л, натрий-135ммоль/л, кальций 2,3 ммоль/л, хлориды 108 ммоль/л, АЛТ-14и/л, АСТ-23и/л, билирубин общий 5,4 ммоль/л.

Миелограмма от 10.06.2015г: пунктат костного мозга обильно клеточный, полиморфный. Гранулоцитарный росток расширен, с небольшим диспоза (гигантские метамиело и палочкоядерные). Созревание не нарушено. Эритроидный росток несколько сужен, с задержкой созревания. МКЦ 2–3 в мазках, с отшнуровкой тромбоцитов. При обзорном просмотре препарата встречаются скопления ретикулярных клеток, остеокласты.

Ликвор от 09.06.2015г.: клеток не обнаружен.

Бак посев мазка из зева, носа от 08.06.15г: из зева — *St. haemolyticus* III ст, чувствителен к цефазолину, тобрамицину, малоустойчив к ампициллину, амоксициллину, цефотаксиму, из носа *Streptococcus* гр (В), устойчив к ампициллину, цефотаксиму, цефексиму, левофлоксацину, азитромицину, ванкогену, *St. haemolyticus* IV ст.

ЭКГ от 09.06.2015г: Отклонение электрической оси сердца резко вправо. Ритм синусовый. Резкая тахикардия, ЧСС 151 в минуту. Признаки нарушения внутрижелудочковой проводимости. Метаболические нарушения в миокарде желудочков.

УЗИ ОБП, почек от 09.06.2015г: Гепатомегалия. Выраженная спленомегалия. Диффузно-очаговые изменения в паренхиме печени. Диффузные изменения в па-

ренхиме поджелудочной железы. Реактивные изменения в селезенке. Признаки цистита.

ЭхоКГ от 10.06.2015г: Снижение сократительной способности миокарда. Гипертрофия МЖП. ОО.

УЗИ головного мозга от 10.06.2015г: Стриарная васкуляризация. Небольшая дилатация затылочных рогов, боковых желудочков. Небольшой спазм базилярной артерии. Консультация профессора Гюнтера Хенце (Университетский медицинский комплекс Шаритэ), профессора Томаса Клингбееля (Университетская клиника г. Франкфурт), профессора Франка Бертольда (Университетская клиника г. Мюнхен), (Университетская клиника г. Кёльн), профессора Беате Хеберле (Университетская клиника г. Франкфурт) от 17.06.2015г.: фенотипические особенности ребенка более соответствуют генетической патологии — синдрому Нунан. Для подтверждения данной патологии необходимо молекулярно-генетическое исследование крови, костного мозга и биоптата кожи на поломку гена RPN11. При данной патологии часто наблюдается нарушения кроветворения, а именно ЮХММЛ, что и имеет место у данного ребенка. Активных терапевтических вмешательств нынешнее состояние ребенка не требует. В плане дальнейшей тактики необходимы генетические исследования, наблюдение в динамике.

В отделении в связи со стоматитом получила противогрибковое лечение: флунол 50.мг в сутки № 12, фунгостатин № 5. Гемотрансфузии в отделении не проводились.

Состояние при выписке тяжелое за счет основного заболевания, фоновой патологии. Самочувствие, аппетит ребенка удовлетворительные. Нормотермия. Кожные покровы, видимые слизистые бледнорозовые, чистые от сыпи. Одышки в покое нет. Аускультативно в легких дыхание пуэрильное, хрипов нет. Тоны сердца учащенные, ритм правильный. Живот увеличен, преимущественно за счет спленомегалии, селезенка +8,0см. Печень +3,0см. Физиологические оправления в норме.

Рекомендовано:

1. Наблюдение участкового педиатра и гематолога по месту жительства. Общеохранительный режим.
2. Контроль ОАК+тромбоциты 1 раз в 2 недели

Вывод: Таким образом, данный клинический случай показывает наличие у больного ребенка ЮХММЛ. Несмотря на имеющиеся успехи в изучении данной нозологии, ЮММЛ по-прежнему остаются сложной практической проблемой в детской онкогематологии, как с точки зрения правильной и своевременной постановки диагноза, так и проведения эффективной терапии. Отсутствие крупных мультицентровых рандомизированных исследований не позволяет разрешить многие проблемы, касающиеся данной группы заболеваний.

Литература:

1. Arber DA, Orazi A, Hasserjian R, et al. The 2016 revision to the World Health Organization classification of myeloid neoplasms and acute leukemia. *Blood* 2016; 127 (20): 2391–405.
2. Deininger MW. Diagnosing and managing advanced chronic myeloid leukemia. *Am Soc Clin Oncol Educ Book* 2015; 35: e381–e388.

3. Tefferi A, Thiele J, Vannucchi AM, Barbui T. An overview on CALR and CSF3R mutations and a proposal for revision of WHO diagnostic criteria for myeloproliferative neoplasms. *Leukemia* 2014; 28 (7): 1407–13.
4. Thiele J, Kvasnicka HM, Müllauer L, et al. Essential thrombocythemia versus early primary myelofibrosis: a multicenter study to validate the WHO classification. *Blood* 2011; 117 (21): 5710–18.
5. Gianelli U, Bossi A, Cortinovis I, et al. Reproducibility of the WHO histological criteria for the diagnosis of Philadelphia chromosome negative myeloproliferative neoplasms. *Mod Pathol* 2014; 27 (6): 814–22.
6. Schuler E, Schroeder M, Neukirchen J, et al. Refined medullary blast and white blood cell count based classification of chronic myelomonocytic leukemias. *Leuk Res* 2014; 38 (12): 1413–9.

Оценка комплаентности больных с артериальной гипертонией в условиях поликлиники

Кирсанкина Евгения Владимировна, кандидат медицинских наук, доцент;
Лазарева Лия Владимировна, студент;
Вальц Инна Александровна, студент
Тюменский государственный медицинский университет

Актуальность. Артериальная гипертония (АГ) является одной из ведущих причин трудопотери, инвалидизации и смертности населения — увеличивает риск возникновения ИБС, инсультов, сердечной и почечной недостаточности [1,3]. Большая распространенность АГ и тяжелые осложнения, к которым она приводит, требуют дальнейшей разработки методов раннего выявления и профилактики этого заболевания [2].

Цель исследования. Провести анализ эффективности лечения АГ в поликлинике и оценить приверженность больных к назначенной терапии.

Материалы и методы: использовались данные амбулаторных карт 625 больных, а также разработанной нами анкеты для больных с АГ. В анкетировании участвовало 194 больных. Для обработки материала были применены методы анализа, синтеза, анкетирования, статистической обработки, моделирования.

Результаты исследования. Исследование проходило в три этапа. На первом этапе проводилась ретроспективная оценка амбулаторных карт 625 пациентов с артериальной гипертонией в анамнезе. Из 625 больных преобладают пожилые (77 %). Среди 144 трудоспособных лиц (23 %) преобладают мужчины (9 %), тогда как среди пенсионного возраста (481 человек) — женщины (59 %). Данные различия могут быть обусловлены гендерными особенностями в реакции на стресс, что приводит к активации симпатoadреналовой системы и соответственно повышению уровня артериального давления. Также у мужчин наблюдается более низкая комплаентность к назначенной терапии, что в свою очередь ведет к недостаточной компенсации высокого артериального давления. Преобладание среди пенсионеров женщин можно объяснить тем, что продолжительность жизни мужчин меньше, соответственно доля женщин-пенсионерок с АГ в анамнезе больше. Также обращает на себя внимание преобладание мужчин с АГ до 30 лет — так как данный вид АГ

особенно опасен тяжелым течением и высокой вероятностью осложнений.

Основные схемы лечения, применяемые на терапевтическом участке:

1. ББ + ИАПФ: бисопролол 5 мг утром + пириндоприл 5мг 1 раз в день.
2. ИАПФ + тиазидный диуретик:пириндоприл 5 мг 1 раз в день + индапамид 2,5 мг 1 раз в день.
3. Тиазидный диуретик + БРА: индапамид 2,5 мг 1 раз в день + лозартан 25 мг 1 раз в день.
4. ББ + тиазидный диуретик + ИАПФ: небивалол 5 мг 1 р/д + гидрохлортиазид 12,5 мг 1 р/д + эналаприл 5 мг 1 р/д.
5. Комбинированный препарат (лозартан + гидрохлортиазид):Лозап Плюс 50 мг в сутки.
6. ИАПФ + дигидропиридиновый АК + ББ: пириндоприл 5 мг утром + амлодипин 5 мг 1 раз в день + небивалол 5 мг 1 р/д.
7. Комбинированный препарат (амлодипин 5 мг + вальсартан 80 мг): Вамлосет 1 табл. 1 р/д
8. АК + тиазидный диуретик: амлодипин 5 мг вечером 1 р/д + индапамид 2,5 мг утром.

На приеме в поликлинике в исследование включены 138 человек трудоспособного возраста с АГ, так как именно эта группа больных, по нашему мнению, должна привлекать большее внимание с целью профилактики возможных осложнений АГ. Средний возраст больных составил 46 ± 2 года. Средний возраст на момент первичной диагностики АГ составил 35 ± 2 года. Преобладает 2 степень повышения артериального давления (у 54 % мужчин, у 75 % женщин), 1 стадия (у 48 % мужчин, у 76 % женщин) АГ и средний риск (у 45 % мужчин, у 73 % женщин) АГ. Средняя продолжительность заболевания составила $7 \pm 1,5$ года. Компенсация артериального давления (АД) наблюдается у 87 % больных. Из них компенсация АД в течение 1,5 месяца терапии достигнута у

71 %, в течение 3 месяцев у 19 %, в течение 6 месяцев у 6 % больных. Оставшиеся 4 % больных не имеют компенсации АД.

Нами была разработана комплексная анкета по выявлению АГ, оценке приверженности к терапии и эффективности лечения. В анкетировании приняло участие 56 больных АГ трудоспособного возраста.

Выявлено, что лишь 20 % респондентов измеряют в течение дня свое АД, 3 % снизило употребление поваренной соли, 5 % исключили из своей жизни алкоголь и курение, 20 % стремится к снижению массы тела, 21 % питается дробно, исключая жирную, жаренную и острую пищу, 62 % ведут активный образ жизни. 90 % респондентов считают назначенную им коррекцию АД эффективной. 73 % опрошенных полностью придерживаются назначенной терапии. 32 % опрошенных стремится найти более дешевый аналог назначенного препарата. 7 % ориентируется на «мнение» фармацевта в аптеке при выборе необходимого препарата. 8 % следует советам знакомых по режиму, кратности и дозам назначенных препаратов. 22 % использует в той или иной мере средства народной медицины. 44 % исследуемых вообще не считает, что АД необходимо как-либо корректировать. 27 % исследуемых принимают медикаменты только когда давление повышается, в остальное же время они не придерживаются терапии. 72 % исследуемых не понимают, почему необходимо по-

стоянно принимать препараты для коррекции АД, если оно находится в пределах нормы. При этом только 13 % не знают о последствиях высокого АД. 64 % придерживаются терапии только из-за того, что препараты назначил врач.

Выводы

1. Большая часть больных имеют компенсацию АД и низкий риск ССЗ что говорит об адекватной антигипертензивной медикаментозной терапии. У 87 % больных стабилизация АД наступила в первые месяцы после выявления патологии.

2. Посредством анкетирования мы выяснили, что большая часть опрошенных придерживается назначенному лечению и считают его эффективным, хотя не все понимают, зачем необходимо постоянно принимать препараты для коррекции АД, если оно находится в пределах нормы. Треть исследуемых самостоятельно корректируют назначенное лечение изменением дозировок, применением аналоговых препаратов и средств народной медицины. Лишь часть больных проводит коррекцию образа жизни, периодически измеряют в течение дня свое АД и принимают медикаменты только при повышении АД. Таким образом, комплаентность больных высокая, однако необходимо уделить больше внимания вопросам последствий АГ и значению постоянного приема препаратов.

Литература:

1. Балицкая, О.П. Методика определения оценки качества жизни больных на артериальную гипертензию/ О. П. Балицкая, М. А. Артемчук // Национальная ассоциация ученых — 2016,112 с.
2. Кушхова, Р. Р. Рациональная фармакотерапия в кардиологии/ Р. Р. Кушхова// Резистентная артериальная гипертензия: осведомленность врачей и эффективность комбинированной терапии — 2016,115 с.
3. Романова, Е. Н. Артериальная гипертензия: учебное пособие / Е. Н. Романова — 2017,514 с.

Экстрагенитальный эндометриоз

Лаврова Елизавета Владимировна, студент;
Маркина Антонина Владимировна, студент;
Мистрикова Надежда Геннадьевна, студент;

Научный руководитель: Захаров Игорь Сергеевич, доктор медицинских наук, профессор
Кемеровский государственный медицинский университет

Эндометриоз — это гинекологическое заболевание, представляющее собой разрастание ткани, схожей по морфологическим признакам со слизистой оболочкой полости матки, за пределами данного органа.

По данным разных авторов, число женщин разного возраста, страдающих этим заболеванием, достигло 176 млн. С диагнозом «эндометриоз» выписывается 1,3 из 1000 пациенток стационара в возрасте от 15 до 44 лет. Наибольшая распространенность данного заболевания наблюдается среди женщин с тяжелой дисменореей (50 %)

и хронической тазовой болью (75 %)[1]. Генитальный эндометриоз распространен чаще (92–94 %) экстрагенитального (6–18 %)[2].

Первые упоминания о заболевании, в настоящее время известном как «эндометриоз», относятся примерно к 1600 лет до н. э. Были обнаружены египетские папирусы с описанием патологии, в настоящее время известной под этим названием. В 1860 г. австрийский патологоанатом Карл Рокитанский впервые подробно описал эндометриоз в виде «шоколадных кист» и «наружного

эндометриоза». Данную патологию он определил как эндометриальные железы и стромы, которые обнаруживаются вне матки. Сам же термин «эндометриоз» был предложен Уильямом Блэр-Беллом в 1892 г. В 1994 г. было решено называть термином «эндометриоз» только анатомический субстрат, в то время как заболевание, связанное с этим субстратом и проявляющееся определенными симптомами — «эндометриозной болезнью».

Эндометриоз — заболевание без единой теории возникновения. В настоящее время выделяют несколько основных теорий: имплантационную, гормональную, дизонтогенетическую, метапластическую, неопластическую [3].

Имплантационная теория гласит, что отторгнутые фрагменты функционального слоя эндометрия посредством ретроградной менструации заносятся в цервикальный канал, а также через маточные трубы в брюшную полость. Далее посредством адгезии и сменяющей ее инвазии происходит закрепление чужеродных тканей к поверхности брюшины. Васкуляризация является окончанием данного процесса.

Гормональная теория основывается на доказанном снижении у больных эндометриозом женщин в перитонеальной жидкости концентрации прогестерона. На основе этого предполагают, что высокая концентрация прогестерона в перитонеальной жидкости у здоровых женщин является защитным фактором — препятствует выживанию, имплантации и пролиферации клеток эндометрия.

Согласно дезонтогенетической теории, развитие очагов эндометриоза происходит из остатков мюллеровых протоков. Случаи сочетания эндометриоза с врожденными аномалиями репродуктивной системы подтверждают данную теорию.

Метапластическая теория основана на том, что под влиянием гормональных нарушений, хронических воспалений и иных факторов может произойти развитие очагов эндометриоза из мультипотентных клеток мезотелия брюшины.

Неопластическая теория построена на схожести эндометриоза по некоторым характеристикам с опухолевым процессом.

Экстрагенитальный эндометриоз (ЭГЭ) — патология редкая. При данном виде заболевания эндометриозные очаги обнаруживаются вне органов половой системы. ЭГЭ может быть как единственным вариантом патологии, так и сочетаться с генитальным эндометриозом.

Локализация экстрагенитальных эндометриозных очагов весьма различна. Они могут располагаться в послеоперационном рубце, в мягких тканях живота, в пупочном кольце, тонкой кишке, ректо-сигмовидном отделе толстого кишечника, прямой кишке, аппендиксе, паравезикальной, параметральной, илеоректальной клетчатке, в лонной кости, паховых лимфатических узлах, в лёгких.

Наиболее характерным проявлением эндометриоза является боль — тазовая или иной локализации (в за-

висимости от расположения очага эндометриоза). Как правило, она имеет тянущий характер, постоянная, усиливается накануне и в первые дни менструации. Сами менструации резко болезненны (дисменорея).

Чаще всего болевые симптомы зависят от локализации поражений. При расположении очага эндометриоза на органах мочевыделительной системы больные отмечают болезненность при мочеиспускании. На ранних стадиях заболевания она появляется периодически, при эндометриозе III–IV стадий становится постоянной, кроме того, при прорастании эндометриоза в мочевой пузырь или прямую кишку больные могут отмечать кровь в стуле или моче. Некоторые пациенты могут чувствовать боль в середине менструального цикла, связанную с овуляцией, тазовые ишалгии, поясничную и предменструальную боль, которые постепенно приводят к нарушениям иннервации, воспалительным процессам в области тазовых нервных сплетений [4].

При эндометриозе пупочного кольца (ЭПК) он диагностируется как пупочная грыжа, а при наличии выраженного болевого синдрома — как ущемленная пупочная грыжа. К характерным признакам относят выделения сукровичной жидкости, небольшого количества крови или темно-коричневой жидкости из пупка. Пациенты отмечают выраженную боль в области пупка или вокруг него, чувство набухания, уплотнения, кожный зуд, болезненность при надавливании. Все эти симптомы связаны с менструальным циклом, т. е. появляются или усиливаются накануне или во время месячных. В период менструаций над уплотнением усиливается пигментация кожи (от голубоватой до багрово-синюшной).

Эндометриоз мягких тканей передней брюшной стенки (ПБС) не имеет существенных клинических и макроскопических различий с ЭГЭ послеоперационных рубцов в области пупка. Основной особенностью ЭГЭ мягких тканей ПБС является его локализация в толще прямых мышц живота и связь с апоневрозом. На разрезе очаги поражения имеют вид плотной фиброзной ткани с очаговой пигментацией и/или имбибицией бурой кровью с включением мелких кистозных образований, наполненных темной кровью или коричневой жидкостью.

Клинические проявления эндометриоза разных отделов кишечника могут быть самыми разнообразными. Пациенток беспокоят боли в животе спастического или ноющего характера, продолжающиеся несколько дней и носящие приступообразный характер. Боли в животе, которые не связаны с приемом пищи, чаще локализуются в нижних отделах живота, у некоторых больных — в области эпигастрия, в области пупка, а у части пациентов без определенной локализации. Боли носят циклический характер, связаны с менструальным циклом: появляются за несколько дней до начала менструаций и прекращаются с их окончанием или через 1–2 дня. Когда в процесс вовлекается прямая и сигмовидная кишка, клиническим проявлением могут быть сильные тенезмы, при этом выделяется только слизь, иногда с примесью крови. В период

менструаций может наблюдаться метеоризм и вздутие живота, рвота и тошнота. Обострение заболевания начинается с болей в животе, потом развиваются запоры, вздутие живота, рвота [5].

В настоящее время имеет место быть гиподиагностика экстрагенитального эндометриоза. Причиной этого являются не только редкость данного заболевания, но и неверная оценка симптомов. Так же ЭГЭ, ввиду своей различной локализации, может скрываться «под маской» некоторых патологий — таких как грыжи (в т. ч. ущемленные), воспалительный инфильтрат, аппендицит, синдром раздраженного кишечника, неспецифический язвенный колит, болезнь Крона, геморрой, опухолевые образования. Лишь тщательный опрос больной, всестороннее обследование, верное сопоставление анамнестических данных и клинических симптомов поможет выставить правильный диагноз.

Особое место в диагностике ЭГЭ следует уделить дифференцировке очагов данного заболевания с опухолевым процессом. Зачастую окончательный диагноз ставится лишь после гистологического исследования удаленной ткани.

«Золотым стандартом» диагностики ЭГЭ при «внутренней» локализации (мочевой пузырь, мочеточники, кишечник, паравезикальная, параметральная, илеоректальная клетчатка) является лапароскопия. Проводить ее рекомендуют на 8–10 день менструального цикла. При этом обследовании в предполагаемой области нахождения эндометриоидного очага можно обнаружить опухолевидное образование со свищевыми ходами в виде темно-красных отверстий, из которых выделяется кровь. Они могут быть как единичными, так и множественными.

Из дополнительных методов диагностики следует выделить ультразвуковой метод, основными достоинствами которого являются доступность для пациентов, высокая информативность, неинвазивность, безопасность многократного проведения и возможность обнаружения сравнительно небольших образований. К недостаткам УЗИ относятся трудности дифференциации очагов эндометриоза от опухолей.

Компьютерная томография (КТ) — новый этап развития современных методов диагностики. Достоинством КТ считается возможность определить четкую локализацию очага эндометриоза. К недостаткам следует отнести большую лучевую нагрузку, специальную подготовку специалистов и высокую стоимость данного обследования.

Магнитно-резонансная томография (МРТ) — метод, позволяющий проводить качественную оценку структуры тканей, определять степень распространения эндометриозного процесса. Достоинством МРТ является лучевая безопасность и точность исследования [6].

Эндометриоз — это системное заболевание, поэтому, с учётом известных звеньев патогенеза развития заболевания, основной тактикой лечения является проведение комбинированного консервативного и хирургического

лечения. Консервативное лечение должно включать не только применение гормональных препаратов, но и коррекцию иммунного статуса, устранение окислительного стресса, использование гепатопротекторов, десенсибилизирующих препаратов, проведение терапии вторичной анемии, устранение болевого синдрома, а также лечение сопутствующих гинекологических заболеваний, отягощающих течение эндометриоза.

Для лечения эндометриоза используются следующие препараты [6]: агонисты гонадолиберина, прогестагены, гормональные контрацептивы, антагонисты ГнРГ.

При проведении гормональной терапии для лечения эндометриоза следует помнить, что ни один из препаратов полностью не удаляет морфологический субстрат эндометриоза. Итог воздействия на очаги заболевания зависит от вида принимаемого препарата, его дозы, длительности использования, от выраженности побочных эффектов, особенностей введения и других факторов.

Хирургическая интервенция является наиболее эффективным методом лечения экстрагенитального эндометриоза. Необходимо соблюдать правила проведения хирургического лечения по поводу любой формы эндометриоза. Операцию нужно выполнять в начале менструального цикла на 5–12-й день, т. к. снижается риск развития рецидива в 2 раза. При выявлении поражения смежных органов малого таза необходимо привлечение к операции других специалистов (хирургов или урологов), владеющих навыками проведения оперативных вмешательств на этих органах.

Преимущества лапароскопического доступа при хирургическом лечении эндометриоза не вызывают сомнений, но необходимо оценивать возможность проведения эндометриозного вмешательства, обеспечивающего адекватный объем операции. Пациентки с тяжелыми формами генитального эндометриоза должны быть осведомлены обо всех возможных вариантах прогноза и течения послеоперационного периода [4]. Операции следует проводить в специализированном стационаре.

Заключение

Экстрагенитальный эндометриоз является редкой патологией. Его этиология до конца не изучена. В настоящее время имеет место быть гиподиагностика ЭГЭ. Для успешного выявления ЭГЭ нужно правильно соотнести анамнез заболевания и его клинические проявления. В качестве дополнительных исследований широко применяют УЗИ, однако «золотым стандартом» для диагностики ЭГЭ является лапароскопия.

На начальных этапах заболевания применяют медикаментозное лечение, в далеко зашедших случаях — комбинированное (хирургическое и медикаментозное). Однако следует помнить, что ЭГЭ — системное заболевание, поэтому в отдаленных результатах существует риск развития как рецидива эндометриоза, так и эндометриоза других органов.

Литература:

1. Кузнецова И. В. Эндометриоз и тазовая боль // Эффективная фармакотерапия. 2014. № 35. с. 18–27.
2. Огнерубов Н. А., Улитина Е. Д., Огнерубова М. А. Эндометриоз послеоперационного рубца: случай из практики // Вестник ТГУ. 2013. Т. 18, № 5. с. 2867–2869.
3. Кононов А. В., Мозговой С.И., Мозговая Е.И., Новиков Д. Г. Эндометриоз: теории происхождения // Омский научный вестник. 2008. Т. 1, № 65. с. 32–36.
4. Эндометриоз: диагностика, лечение и реабилитация. Федеральные клинические рекомендации по ведению больных. 2013. 65 с.
5. Печеникова В. А., Костючек Д. Ф. Экстрагенитальный эндометриоз: клинко-морфологический и иммуногистохимический анализ наблюдений различной органной локализации // Журнал Акушерства и женских болезней. 2010. Т. 2. С 69–77.
6. Пересада О. А. Эндометриоз: диагностические, клинические, онкологические и лечебные аспекты // Медицинские новости. 2009. № 14: С.15–28.

Обзор распространенных послеоперационных осложнений при эндоваскулярном протезировании аневризмы брюшной аорты

Храмцов Виталий Сергеевич, студент;

Власова Анна Владимировна, студент

Пермский государственный медицинский университет имени академика Е. А. Вагнера

В данной обзорной статье собраны описанные различными авторами осложнения, возникающие после вмешательства на аневризматически расширенном участке брюшной аорты. В тексте приведены возможные последствия эндоваскулярного протезирования аневризмы брюшной аорты посредством установки стент-графтов.

Ключевые слова: аорта, брюшной отдел аорты, аневризма брюшной аорты, стент-графт, послеоперационное осложнение, эндоваскулярное вмешательство.

Аневризма брюшной аорты (АБА) — расширение аорты, в полтора раза превышающее ее диаметр в нерасширенном участке, или ее дилатация более 3 см. Реконструкция патологического участка аорты производится открытым протезированием за счет подшивания синтетического дакронового кондуита, либо эндоваскулярными хирургами посредством транскатетерной установки стент-графта (EVAR — endovascular stent-graft repair) [1]. Далее описаны типичные послеоперационные осложнения при эндоваскулярном протезировании АБА:

Окклюзия. Бифуркационные протезы (разветвляющиеся в просвет общих подвздошных артерий) склонны к окклюзии одной из ветвей, в большей степени среди пациентов женского пола. Частота осложнений вариабельна и может составлять более 25 % всех окклюзий [2].

Эндолики. Наиболее типичное осложнение эндоваскулярного восстановления аорты при ее аневризме. Представляют собой различные типа затеков крови в полость аневризмы через дефект в графте или около него. Частота возникновения — до 25 % от всех EVAR [3].

Эндолик I типа — ненадежная фиксация стент-графта к стенке аорты на проксимальном (Ia) или дистальном (IIb) конце, при которой кровь поступает в аневризматический мешок и создает высокое давление с риском

разрыва [4]. Эндолик II типа — ретроградное наполнение мешка кровью по нижней брыжеечной или поясничной артерии. Самый частый тип со встречаемостью 10–20 % от всех EVAR. [5, 6]. III тип эндоликов отличается недостаточная герметичность контура стент-графта или расхождение его составных частей (вторая ветвь бифуркационных стентов встраивается отдельно через контралатеральную бедренную артерию) [5]. IV тип — диффузное пропитывание крови через стенки стент-графта в полость аневризмы вследствие некоторой пористости материала; происходит непосредственно после вмешательства [3]. KV типу относят все случаи повышения давления в мешке аневризмы без явной на то причины [3].

Миграция стент-графта. Распространенность данного осложнения составила 3,6 % в исследовании Cleveland Clinic при 1-летнем наблюдении. Новые исследования, посвященные доступным сейчас графтам, показывают, что риск смещения может быть даже ниже. Регистр EUROSTAR выявил, что миграция стент-графта в значительной степени связана с риском разрыва аневризмы [7].

Разрыв аневризмы после EVAR. Это осложнение продолжает оставаться одной из главных причин частого послеоперационного наблюдения у пациентов с EVAR. Исследование ACE выявило разрывы аневризмы после

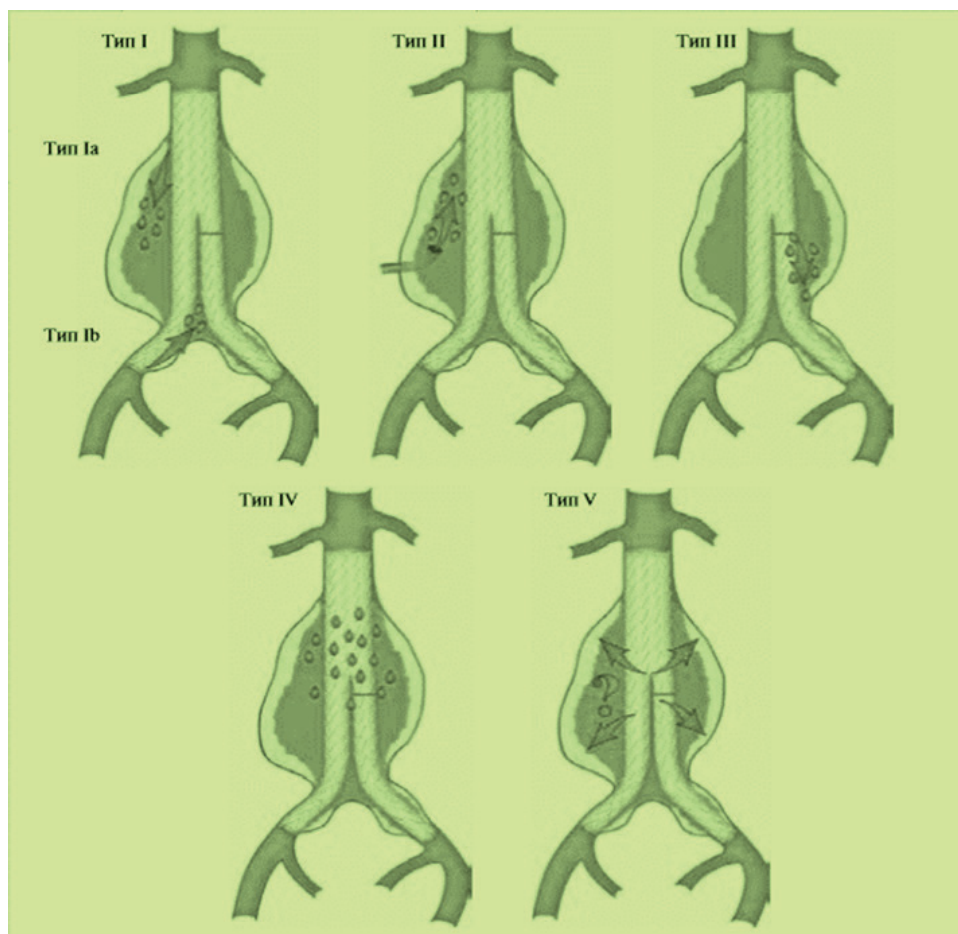


Рис. 1. Схематическое изображение пяти типов эндоликов на примере бифуркационного инфраренального стент-графта

эндоваскулярного восстановления аорты в 2 % случаев [8].

Ишемия ягодичных областей. Обычно осложнение связано с перекрытием гипогастральных артерий стенкой стент-графта. Исследование ACE выявило 14 % случаев хромоты в ягодичной области после EVAR [8].

Инфицирование. Стент-графты при EVAR и протезы при открытом вмешательстве воспаляются в 0,3 % случаев. Риск инфицирования при разных методиках одинаково низок. Большинство исследований показали, что *Staphylococcus spp.* ответственен за большинство подобных осложнений [9].

Литература:

1. Российские клинические рекомендации «Аневризма брюшной аорты» (2016): под редакцией АССХР, АФР, ВНОК, РНОРХиИР, РОАиСХ;
2. EVAR trial participants. Endovascular aneurysm repair versus open repair in patients with abdominal aortic aneurysm (EVAR trial 1): randomised controlled trial. // *The Lancet* (2005) 365(9478): 2179–2186;
3. A. Calero, K. A. Illig. Overview of aortic aneurysm management in the endovascular era // Monograph «Seminars in Vascular Surgery» (2016);
4. F. R. Arko et al., Current status of endovascular aneurysm repair: 20 years of learning // *Seminars in Vascular Surgery* (2012) 25(3): 131–135;
5. S. R. Vallabhaneni and P. L. Harris. Lessons learnt from the EUROSTAR registry on endovascular repair of abdominal aortic aneurysm repair // *The European Journal of Radiology* (2001) 39(1): 34–41;
6. C. van Marrewijk et al. Significance of endoleaks after endovascular repair of abdominal aortic aneurysms: The EUROSTAR experience // *Journal of Vascular Surgery* (2002) 35(3): 461–473;
7. P. L. Harris, et al. Incidence and risk factors of late rupture, conversion, and death after endovascular repair of infrarenal aortic aneurysms: the EUROSTAR experience. European Collaborators on Stent/graft techniques for aortic aneurysm repair // *Journal of Vascular Surgery* (2000) 32(4): 739–749;

8. J. P. Becquemin et al. A randomized controlled trial of endovascular aneurysm repair versus open surgery for abdominal aortic aneurysms in low-to moderate-risk patients // *Journal of Vascular Surgery* (2011) 53(5): 1167–1173;
9. A. Laser et al. Graft infection after endovascular abdominal aortic aneurysm repair // *Journal of Vascular Surgery* (2011) 54(1): 58–63.

Послеоперационные осложнения при TAVI (Transcatheter Aortic Valve Implantation)

Храмцов Виталий Сергеевич, студент;

Власова Анна Владимировна, студент

Пермский государственный медицинский университет имени академика Е. А. Вагнера

TAVI представляет из себя современный эндоваскулярный метод замены аортального клапана при его стенозе у пациентов с высоким операционным риском. В данной обзорной статье приведены послеоперационные осложнения с комментариями из первоисточников.

Ключевые слова: TAVI, транскатетерная имплантация, трансфеморальное вмешательство, аортальный клапан, послеоперационные осложнения, стеноз аортального клапана.

Относительно частым осложнением выступает неправильная позиция имплантированных створок. В идеале створки протеза должны полностью покрыть естественный клапан, наслоиться на него. Если этого не происходит, створки нативного клапана проецируются в просвет, что приводит к его закупорке. Кроме того, неправильное положение стента может представлять повышенный риск вторичного смещения створок имплантированного аортального клапана [1].

Смещение стента. Редко происходит после правильного первоначального позиционирования и обычно возникает во время вмешательства (0,2 % пациентов) [2].

Осложнение, наиболее часто наблюдаемое на постинвазивной КТ — тромбоз клапана. Это обнаруживают в 5–10 % исследований после TAVI с использованием МСКТ [3].

Окклюзия устьев коронарных артерий из-за особенно близкого расположения стента возникает очень редко. Окклюзия устьев может быть спровоцирована не только стентом клапана, но и расположением исходных кальцифицированных клапанов перед устьем, расслоением аорты с вовлечением коронарных устьев, а также закупоркой кальциевыми или другими отложениями с исходного аортального клапана. Эти причины также крайне редки [4, 5].

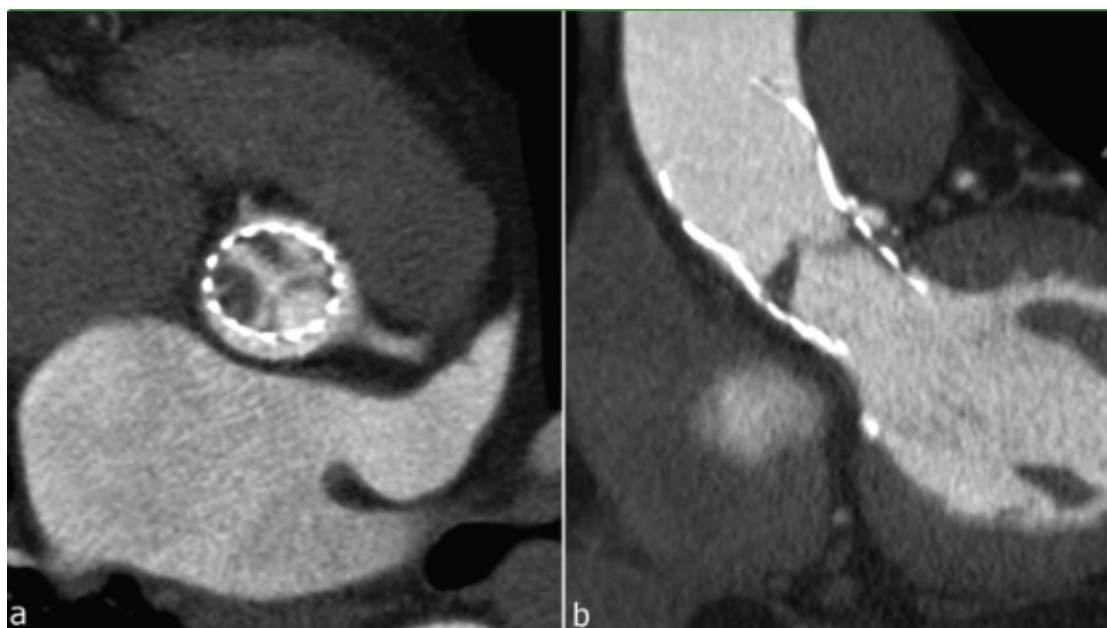


Рис. 1. Существенный стеноз имплантированного посредством TAVI аортального клапана со значительным утолщением правой и некоронарной створок. А — аксиальный срез, В — парасагиттальный срез [1]

Неполное раскрытие стента. Ярко выраженная асимметричная кальцификация исходного аортального клапана иногда приводит к неполному расширению стента. Обычно это приводит к неполному соответствию стента выносящему тракту левого желудочка, что приводит к регургитации крови в желудочек. Тем не менее, оптимальное расположение и расширение клапанного протеза не исключает возможности возникновения недостаточности модифицированного аортального клапана [5].

Опасным для жизни послеоперационным осложнением является разрыв кольца аорты. Одним из факторов риска является значительная кальцификация выносящего тракта левого желудочка [6].

Ишемический инсульт. Остается одним из самых опасных осложнений TAVI. По данным исследований CENTER-Collaboration, из 10 982 пациентов, перенесших TAVI в пе-

риод между 2007 и 2018 годами, 261 пациент (2,4 %) перенес инсульт в течение первого месяца. Чаще всего от процедуры до развития ОНМК проходили лишь сутки [7].

Инфекционный эндокардит. Одно из мультицентровых исследований выявило 53 пациента из 7944, у которых развилось данное заболевание. Среднее время развития эндокардита с момента вмешательства составило шесть месяцев. Наиболее часто возбудителями выступили микроорганизмами были коагулазонегативные стафилококки (24 %), за которыми следовали золотистый стафилококк (21 %) и энтерококки (21 %). Вегетации выявились у 77 % пациентов (створки транскатетерного клапана, 39 %; каркас стента, 17 %; митральный клапан, 21 %) [8]. Имеются различные сообщения о поражениях другими видами микроорганизмов, например, коринебактериями [9].

Литература:

1. M. Soschynski, F. Capilli, Ph. Ruile et al. Post-TAVI Follow-Up with MDCT of the Valve Prosthesis: Technical Application, Regular Findings and Typical Local Post-Interventional Complications // *RoFo* (2018) 190(6): 521–530;
2. N. Uzoma et al. Review of Reported Causes of Device Embolization Following Trans-Catheter Aortic Valve Implantation // *American Journal of Cardiology* (2015) 115: 1767–1772;
3. T. Leetmaa, N. C. Hansson, J. Leipsic et al. Early Aortic Transcatheter Heart Valve Thrombosis: Diagnostic Value of Contrast-Enhanced Multidetector Computed Tomography // *Circulation: Cardiovascular Interventions* (2015) 8: e001596;
4. A. Halapas, M. Chrissoheris, N. Bouboulis et al. Update on current TAVI technology, indications, screening, and outcomes // *Continuing Cardiology Education* (2016) 1: 37–46;
5. P. Blanke, U. Schoepf, J. Leipsic et al. CT in Transcatheter Aortic Valve Replacement // *Radiology* (2013) 3: 650–669;
6. K. Hayashida, E. Bouvier et al. Potential Mechanism of Annulus Rupture During Transcatheter Aortic Valve Implantation // *Catheterization and Cardiovascular Interventions* (2013) 82: E742–E746;
7. W. Vlastra, P. Jimenez-Quevedo, D. Tchétché et al. Predictors, Incidence, and Outcomes of Patients Undergoing Transfemoral Transcatheter Aortic Valve Implantation Complicated by Stroke // *Circulation: Cardiovascular Interventions* (2019) 12(3): e007546;
8. J. Amat-Santos, D. Messika-Zeitoun, H. Eltchaninoff et al. Infective endocarditis after transcatheter aortic valve implantation: results from a large multicenter registry // *Circulation* (2015) 131(18): 1566–1574;
9. R. Moufarrej, N. Aljaberi. Prosthetic valve endocarditis secondary to *Corynebacterium* following transcatheter aortic valve implantation: a case report // *European Heart Journal: Case Reports* (2018) 18(4): yty109.

Оперативные и консервативные методы лечения переломов дистального метаэпифиза лучевой кости

Шершнева Ольга Геннадьевна, ассистент;
 Варенцов Дмитрий Сергеевич, студент;
 Крюкова Анастасия Сергеевна, студент;
 Колобова Екатерина Александровна, студент;
 Казанов Валентин Александрович, студент
 Ивановская государственная медицинская академия

Актуальность. Переломы дистального метаэпифиза лучевой кости (ДМЛК) составляют до 16 % от общего количества всех травм костей скелета [1], 90 % от переломов костей предплечья [2], до 51,7 % переломов проис-

ходит в возрасте от 40 до 60 лет и 43,8 % составляют лица старше 60 лет [3,4]. Переломы ДМЛК являются уделом преимущественно лиц пожилого и старческого возраста, чаще всего женщин, что связано с физиологической пе-

рестройкой костной ткани вследствие гормональных нарушений в пред- и постклимактерическом периодах. В последнее время этот диагноз нередок и у лиц работоспособного возраста. Неудовлетворительные результаты лечения приводят к нетрудоспособности пациентов, а у пожилых людей — к снижению качества жизни и способности их к самообслуживанию [5].

Цель — Сравнить эффективность консервативного и оперативного методов лечения переломов ДМЛК

Материалы и методы. Исследование проводилось на базе отделения микрохирургии кисти ОБУЗ «Ивановский областной госпиталь для ветеранов войн» г. Иваново. Проведен ретроспективный анализ 245 историй болезней с переломом ДМЛК за 3,5 летний период (2015–2018 гг.) 245 пациентов, из них 50 мужчин, 195 женщин. Средний возраст — 60 лет. Из них 145 проводилось оперативное, 100 — консервативное лечение. Просмотрены рентгенограммы 245 пациентов. Отдалённые результаты оценены у 39 пациентов после оперативного (19 случаев остеосинтеза Т-образной пластиной и 20 пластиной с угловой стабильностью) и у 38 после консервативного лечения. В большинстве случаев показаниями к операции являлись наличие неустраняемого смещения и неэффективной закрытой репозиции. Оценивались: жалобы (боль, слабость кисти), наличие деформации, отёка, окружность запястья, объём движений в сравнении со здоровой рукой, наличие осложнений, относительная длина предплечья, оценка динамометрии. Следует отметить, что результаты, полученные при оценке данного критерия, не следует считать объективными ввиду того, что сила доминантной руки изначально выше противоположной, а в выборке присутствовали пациенты с переломами как доминантной так и недоминантных рук. Проводилось анкетирование по опроснику DASH и по шкале Мейо. У части пациентов были сделаны повторные рентгенограммы лучезапястных суставов.

Результаты. За период с 1 января 2015 по 30 июня 2018, (то есть за 3,5 года) в Иванове амбулаторно по поводу травм обратилось 115 436 взрослых пациентов (69 706 — травмпункт №1 + 45 730 — травмпункт №2). Из них 5 245 с переломами лучевой кости (3 298 — травмпункт №1 + 1 947 — травмпункт №2), что составило 4,5 %.

За этот же период в стационаре госпиталя прооперировано 145 человек с переломом лучевой кости. Из них осложнения возникли у 2 человек (несращение лучевой кости), по поводу чего выполнен реостеосинтез, что составило 1,4 %.

Отдалённые результаты прослежены в среднем через 2,5 года у 77 человек, преимущественно у женщин. Средний возраст составил 61 год.

Выделены 2 группы пациентов: I группа — после консервативного и II группа — после остеосинтеза лучевой кости пластиной. В группе I было осмотрено 38 пациентов, во II группе — 39 (средний возраст в I группе — 59,4 л, во II — 63,6 г; гендерный состав в I группе 74 % женщин и 26 % мужчин, во II — 92 % женщин и 8 % мужчин). Оценивался временной промежуток с февраля

2016 года по апрель 2018 года. По результатам опроса, боли при движении в лучезапястном суставе испытывают 48 % пациентов из I группы и 16 % из II группы; боли при нагрузке беспокоят 73 % из I группы и 22 % из II группы, в покое боль появляется у 16 % и у 11 % пациентов из I и II групп соответственно. Слабость кисти отмечают 53 % и 38 % пациентов из I и II групп соответственно. Деформация наблюдалась у 31,5 % пациентов I группы и у 27 % II группы, видимый отёк у 43 % и 5 % пациентов I и II групп соответственно. Разница окружностей на уровне запястья в I группе наблюдалась у 67 % пациентов, и в среднем составила 0,75 см; во II группе наблюдалась у 61 %, и в среднем составила 0,7 см. По результатам динамометрии уменьшение силы повреждённого сегмента в I группе отмечалась у 84,5 % пациентов, Δ силы кистей составила в среднем 3,75 кг, во II группе уменьшение силы отмечалась у 66 % пациентов, Δ силы кистей составила в среднем 2,6 кг. Дефицит при движении: сгибание — на 11,5° и 13,75°; разгибание — на 10,5° и 20°; супинация — на 6° и 20°; пронация — на 0,25° и 0° в I и II группах соответственно. При оценке разницы длинны предплечий изменения в I группе наблюдалось у 40 % пациентов, данная разница составила 0,25 см; во II группе наблюдалась у 44 % и составила 0,8 см. По результатам шкалы DASH в I группе отличный результат наблюдался у 74,5 % пациентов, хороший результат у 25,5 %. Средний балл по шкале DASH составил 19,4 баллов. Во II группе отличный результат наблюдался у 88 % пациентов, хороший результат у 11 %. Средний балл по шкале DASH составил 10 баллов. Отличный результат по шкале Мейо в I группе показали 5 % пациентов, хороший результат у 15 %. Средний балл по шкале Мейо составил 59,75 баллов. Во II группе отличный результат у 33 % пациентов, хороший результат у 27 %. Средний балл по шкале Мейо составил 84,8 баллов.

Оценив получившиеся результаты, можно сказать о том, что в группе оперативного лечения жалоб на боль встречалось в 2 раза больше. Однако, наличие деформации в лучезапястном суставе превалировали в группе консервативного лечения. При оценке функции кисти выявлено, что наибольшее снижение амплитуды движений наблюдалось у пациентов в группе консервативного лечения. И по данным динамометрии наибольшее уменьшение силы наблюдалось так же в первой группе. По результатам опросников DASH и Мейо и в первой и второй группах получены только хорошие и отличные результаты, приблизительно с одинаковой частотой. Выхода на инвалидность не встречалось ни в одной группе. Однако, при оценке трудоспособности в группе консервативного лечения 22,0 % пациента не вернулись к прежней работе, а в группе оперативного лечения — только 5,0 %

Приведём пару клинических примеров, демонстрирующих эффективность как оперативного, так и консервативного методов лечения переломов дистального метаэпифиза лучевой кости:

Пациентка К, в марте 2017 года на улице упала с упором на правую кисть, в тот же день обратилась в травмпункт №1 г Иванова. Диагностирован перелом дистального метаэпифиза лучевой кости правого предплечья со смещением (рис. 1).

Была проведена закрытая репозиция, гипсовая иммобилизация (рис. 2).

Однако, после спадения отёка произошло вторичное смещение отломков, всвязи с чем пациентка была направлена на оперативное лечение. Вскоре, в стационаре, выполнена открытая репозиция и остеосинтез пластиной (рис. 3).

Пациентка осмотрена нами через 2 года (рис. 4). Жалоб не предъявляет, движения в лучезапястном суставе в полном объеме, трудоспособность восстановлена, по опросникам DASH и Мейо получены отличные результаты.

Пациентка М, в феврале 2017 года дома упала с упором на левую кисть, в тот же день обратилась в травмпункт №1 г Иванова. Диагностирован перелом дистального метаэпифиза лучевой кости левого предплечья со смещением (рис. 5).

Была проведена закрытая репозиция, гипсовая иммобилизация. В дальнейшем наблюдалась амбулаторно в травмпункте №1. Общий срок иммобилизации составил 6 недель, после снятия гипса проводилась лечебная физкультура, назначено физиолечение. Пациентка осмотрена нами через 2 года (рис. 6) Жалоб не предъявляет, движения в лучезапястном суставе в полном объеме, трудоспособность восстановлена, по опросникам DASH и Мейо получены отличные результаты.



Рис. 1. Рентгенограмма правого лучезапястного сустава пациентки К. в день травмы. Перелом дистального метаэпифиза правой лучевой кости со смещением отломков

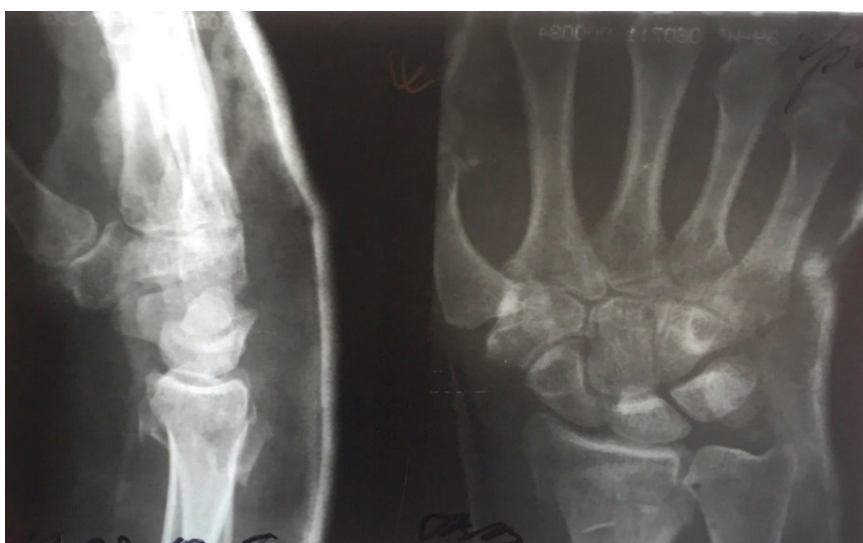


Рис. 2. Рентгенограмма правого лучезапястного сустава пациентки К. после проведения закрытой репозиции и гипсовой иммобилизации



Рис. 3. Рентгенограмма правого лучезапястного сустава пациентки К. после проведения открытой репозиции и остеосинтеза пластиной

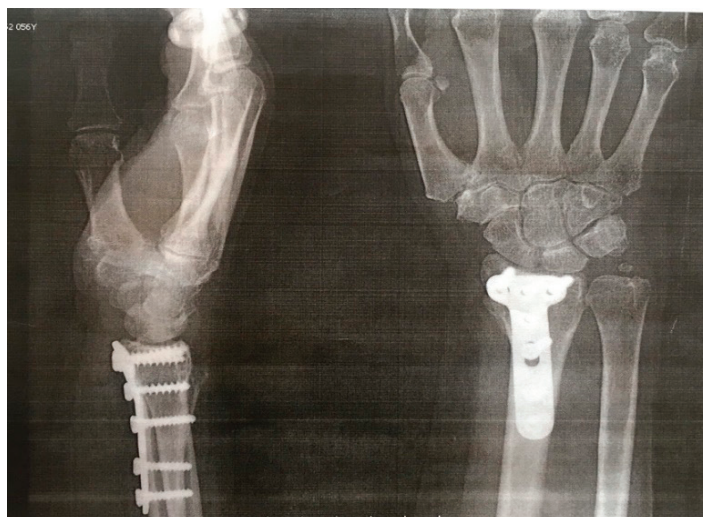


Рис. 4. Рентгенограмма правого лучезапястного сустава пациентки К. через 2 года после травмы



Рис. 5. Рентгенограмма левого лучезапястного сустава пациентки М. в день травмы. Перелом дистального метаэпифиза левой лучевой кости со смещением отломков



Рис. 6. Рентгенограмма левого лучезапястного сустава пациентки М. через 2 года после травмы

Выводы. По результатам проведенного научного исследования можно сделать следующие выводы:

1. Частота встречаемости переломов дистального метаэпифиза лучевой кости в Иванове составила 4,5% в структуре общего травматизма.

2. Подтвердилась статистика по возрастному и гендерному составу среди случаев переломов дистального метаэпифиза лучевой кости.

3. У пациентов после консервативного лечения выявлено наибольшее снижение амплитуды движений в лучезапястном суставе.

4. Недостатком оперативного лечения явилось сохранение более ярко выраженного болевого синдрома. А по всем остальным критериям оперативное лечение превосходит консервативное.

С учётом того, что оперированы наиболее сложные случаи переломов лучевой кости, полученные результаты свидетельствуют о том, что приоритет должен отдаваться оперативному лечению с применением остеосинтеза.

Таким образом, при переломе дистального метаэпифиза лучевой кости со смещением, требующим репозиции, оперативное лечение оказалось эффективнее.

Литература:

1. Chung KC, Spilson SV. The frequency and epidemiology of hand and forearm fractures in United States. *Rev J Hand Surg Am.* 2012; 26:29–33.
2. Ключевский В. В. Хирургия повреждений: Руководство для фельдшеров, хирургов и травматологов районных больниц. — Ярославль: ДИА-пресс, 2010. — С. 382.
3. Bartl C., Stengel D., Bruckner T., Gebhard F. The treatment of displaced intra-articular distal radius fractures in elderly patients. *Dtsch Arztebl Int.* 2014; 111(46):779–787.
4. Garcia-Elias M., Mathoulin C. L. Intra-articular fractures of the distal radius (AO types C3, with special focus in C3.3), open approach. In: *Articular injury of the wrist.* Stuttgart: Thieme; 2014. p. 105–117.
5. Frykman G. Fractures of the distal radius // *Acta Orthop. Scand.* — 2013. — Vol. 108 (Supl. I). — P. 151–153

ПСИХОЛОГИЯ

Арт-терапия как способ формирования отдельных компонентов психологического здоровья (на примере голосовой терапии)

Екименкова Серафима Николаевна, преподаватель йоги (г. Смоленск)

Арт-терапия сегодня считается одним из наиболее мягких, но эффективных методов, используемых в работе психологами и педагогами. Методы арт-терапии универсальны и могут быть адаптированы к различным задачам: от решения проблем социальной и психологической дезадаптации лиц с особыми возможностями здоровья (ОВЗ) и заканчивая развитием человеческого потенциала, использованием взрослым или ребенком различных форм творческой деятельности с целью выражения своего психического состояния.

Одним из эффективных видов арт-терапии является голосовая терапия, или терапия голосом. Голос — важнейшая часть проявления психофизических возможностей человека. Умение пользоваться голосовым аппаратом наделяет человека дополнительными возможностями управления собой, обстоятельствами и своим здоровьем. Голосотерапия часто является частью ресурсной терапии, в которую входит интегративная арт-терапия, дыхательная терапия и ресурсные расстановки.

Ключевые слова: *голос, терапия, психологическое здоровье.*

Первоначально арт-терапия как психотерапевтический метод возникает в контексте теоретических идей З. Фрейда, понимающего искусство как особый вид сублимации, выражающей бессознательные влечения и переживания личности в художественных образах и преобразующей тем самым инстинктивные побуждения в социально-продуктивную деятельность.

С тех пор арт-терапия прошла значительный путь развития как в концептуальном, так и в методическом плане, и получила широкое распространение в практике психологической работы с детьми. Сегодня арт-терапия используется и как самостоятельный метод, и как метод, дополняющий другие техники.

В основе коррекционного воздействия метода арт-терапии лежат пять основных психологических механизмов: механизм символического реконструирования, «отстранения», эмоциональной децентрации, катарсиса и, наконец, механизм присвоения социально-нормативных личностных смыслов. Указанные механизмы обеспечивают последовательность стадий реализации психокоррекционного процесса, каждая из которых решает свою специфическую задачу [10, с.44].

Вместе с тем сегодня арт-терапия представлена в более чем 30 различных формах, и отождествление ее только с творчеством — довольно узкое представление. Арт-терапия может принимать самые необычные формы: мандалотерапия, песочная терапия, куклотерапия, голо-

сотерапия и т.д. Если традиционные формы и виды арт-терапии имеют широкое практическое применение, то голосовая терапия еще находится на стадии становления и не имеет прочной теоретической и практической базы.

Первое научное объяснение влияния голоса, музыки и её мощное воздействие на здоровье человека, было изречено из уст древнегреческого ученого и философа Пифагора: «Всякая мелодия синхронизирует работу внутренних органов человека. Происходит это, потому что любой из наших органов это источник энергии и электромагнитных волн заданной частоты, а так как звуки музыки тоже являются волнами они входят с ними в резонанс — и настройки нашего тела меняются. Когда звучит мелодия, ее акустическое поле налагается на акустическое поле организма и получается, что мы испытываем на себе определенного рода клеточный массаж» [11, с.35].

Исследование воздействия звука на человека в границах аутентичной голосовой традиции Белоруссии и Болгарии, осуществленные в течение десяти лет (2000—2010 гг.) на кафедре философской антропологии и арт-терапии, позволили не только описать механизмы воздействия голоса на состояния души и тела, но и разработать терапевтическую модель работы с голосом. В данной парадигме центральное значение в определении характера влияния звука на состояние психики является способность человека к «погружению» в состояние управляе-

мого транса, в котором он обнаруживает свой индивидуальный характер звучания [15].

Голосовая терапия используется в различных видах: это может быть как трансперсональная голосовая терапия, так и вокал и хоровое пение. Независимо от его вида, голос является мощным инструментом, воздействующим на организм, позволяя восстанавливать его жизненные силы и энергию.

Даже при болевых ощущениях человек начинает инстинктивно постанывать, концентрируя внимание на больном участке тела. Таким образом человек проводит природный вибрационный массаж, расслабляя и поглощая звуком больное место.

Для рассмотрения влияния голосовой терапии на психическое здоровье человека, необходимо определиться с данным понятием.

Согласно И. В. Дубровиной, психологическое здоровье — это психологические аспекты психического здоровья, личностных характеристик, являющихся предпосылками стрессоустойчивости, социальной адаптации, успешной самореализации [11, с.46].

Здесь следует упомянуть и о критериях психического здоровья. Т. Ю. Артюхова выделяет следующие элементы (критерии) [1, с.13]:

- 1) соответствие субъективных образов отражаемым объектам действительности и характера реакций — внешним раздражителям, значению жизненных событий;
- 2) равновесные психические состояния, характеризующие адекватное, предсказуемое, взвешенное поведение; эти состояния обнаруживаются, в частности, через эмоциональную устойчивость человека
- 3) адаптивность в микросоциальных отношениях;
- 4) способность самоуправления поведением, разумного планирования жизненных целей и поддержания активности в их достижении и т.д.

Работая с голосом, выполняя различные голосовые упражнения и даже просто занимаясь вокалом человек соединяется с телом, в котором живут эмоции. Управляя своим голосом — то есть внутренним «я» — человек становится более стрессоустойчивым, успешно проходит социальная адаптация к изменяющимся условиям, происходит успешная самореализация.

Изменение отношения к голосу подразумевает изменение отношения к себе, то есть через процесс принятия своего голоса, происходит принятия себя, так же обстоит дело и с окружающими людьми. Появляется принятие своего голоса и себя в проявлении, затем через слушание также происходит отработка навыка принятия окружающих людей в их проявлениях. Автоматический страх звучания вначале возникает на бессознательном уровне, но с помощью коры головного мозга, с помощью волевого решения, человек начинает звучать, преодолевая этот стресс, страх и это уже большой шаг. То есть цель снятия стресса на звучание — снятие бессознательного контроля и установление сознательного.

Голосовая арт-терапия может применяться в различных ипостасях: это может быть вокалотерапия, трансперсо-

нальная голосовая терапия, музыкотерапия, и даже хоровое пение. Работа с голосом во всех указанных случаях обеспечивает профилактику и коррекцию целого ряда соматических и психических проблем, регуляцию психофизического состояния, освобождение от телесных зажимов.

Вокалотерапия, или лечение пением — это терапия собственным голосом. Пение само по себе является дыхательной гимнастикой, воздух в момент пения поступает в организм в большом количестве, а, следовательно, насыщает внутренние органы кислородом и обеспечивает их правильную функциональность. Когда человек поет, вибрации от его голоса (80%) проходят через внутренние органы, и только незначительная их часть (20%) органами не поглощается и идет во внешнюю среду [1, с.33].

Вокалотерапия работает со звуком, движением, дыханием, учит человека слушать свою душу и управлять эмоциональным состоянием. Метод коррекции состояния и профилактики различных заболеваний с помощью голоса применяется во многих странах мира. Вокалотерапия помогает в терапии невротических состояний, различных фобий, депрессии. Она полезна и при

физических заболеваниях, например, помогает в лечении болезней органов дыхания, в том числе спасает от бронхиальной астмы, избавляет от головных болей и головокружений.

В вокалотерапии используется дыхание как важный инструмент для восстановления здоровья. Занятия вокальными техниками оказывают наибольшее воздействие на организм и каждый орган в отдельности. Такая практика является одним из самых эффективных упражнений для восстановления функций дыхательной системы, тренировки мускулатуры, улучшения работоспособности бронхов и легких.

В мире существует методика избавления от заикания с помощью пения, которая с успехом применяется во многих клиниках.

Вокалотерапия обладает большой пользой для маленьких детей и может использоваться для подготовки к родам. С помощью голоса активизируется работа многих органов и систем, которые настроены на определенные частоты звука, также стимулируется правильная работа мозга.

Трансперсональная голосовая терапия сосредотачивает внимание звучащего на формировании резонанса. Управление резонансом обуславливает возможность коррекции, как состояния психики, так и организма. И данную работу может осуществлять человек, не обладающий музыкальными способностями, но способный к удержанию внимания на собственном звучании. Ответ к разгадке терапевтического значения аутентичного звука получен при анализе характера пения в архаическом пространстве музыкальной традиции [4, с.56].

Следует отметить, что обертоналное звучание — это интенциональное действие человека по упорядочиванию поля вибрации, которая развивается как в теле, так и в окружающей его среде. Интенция задается мыслью,

чувством, определяется социокультурными установками субъекта. В акте пения человек направляет свое внимание на звук, оформляя его в виде резонансного звучания, достигнув которого он утрачивает свою субъективность. Переживая посредством резонанса чувство трансцендентного единения с миром, звучащий субъект обретает новое чувство реальности. Иными словами, в метафорическом смысле звук, рожденный в теле, проявленный посредством плоти, становится средством перехода индивидуума через границы своей субъективности.

Резонанс возникает благодаря концентрации внимания на звуке, проявленной воле по его удержанию и чувству его обертонального окрашивания. Испытывая чувство резонанса, снимая с себя маску персоны, открывая для себя универсум, звучащий «растворяется» в звуковом пространстве. «Потеряв» в себе личность, индивидуум освобождается от страхов. Голос рождается в теле посредством тела, он результат телесных вибраций и намерений духа. Таким образом, посредством звучания дух и тело проявляют себя для себя.

Ощущение выразительности голоса рождается благодаря тону, наполняющему звук. Основной тон, с точки зрения немецких романтиков Ф. Рунге и Ф. Шлегеля, присущей всякому системно организованному объекту, выражает его цельное единство. Тон является свойством голоса, отражает эмоциональное состояние звучащего, оформляет смыслы, которые «вкладываются» в звук.

Что касается музыкотерапии, то она подразумевает целенаправленное использование музыки для гармонизации психоэмоционального состояния. Музыкотерапия подразумевает целенаправленное использование музыки для гармонизации психоэмоционального состояния.

В музыкотерапии используют все виды музыки: от электронных записей до самостоятельного освоения музыкальных инструментов. Изучение музыкального культурного наследия всесторонне обогащает внутренний мир, работает как профилактическое, лечебное, обучающее средство. Регулярное прослушивание музыки предупреждает возникновение заболеваний, вызванных стрессом.

Рассматривая методы групповой голосовой терапии, можно отметить хоровое пение. Хоровое пение может в большей степени способствовать общему состоянию

людей по сравнению с индивидуальным или групповым досугом, например, прослушиванием музыки в одиночку или в группе, или плаванием.

В 2001 году изучена эффективность различных типов ритмических компонентов для улучшения разборчивости речи у людей с болезнью паркинсонизма, у которых была гипокинетическая дизартрия. Как фрагментальная, так и шаблонная ритмическая фраза привели к значительному улучшению показателей разборчивости речи у этих пациентов [16].

Применительно к детям с ограниченными возможностями здоровья звукотерапия сочетает в своей методологии подходы рецептивной и активной музыкотерапии.

К рецептивной музыкотерапии относится восприятие-слушание музыки, направленное на релаксацию, моделирование положительного психоэмоционального состояния, а также на формирование художественно-эстетического вкуса, воображения, слуховой памяти, активизации умственной деятельности.

Активные формы (например, вокалотерапия и инструментальная терапия) предполагают целенаправленное педагогическое воздействие на ребенка, и рассматриваются как средство общего гармоничного развития личности, формирования нравственно-эстетического вкуса и потребностей, а также и коррекции. Чтобы достичь глубокого влияния музыки на организм, ребенок должен сам активно действовать — петь, играть на музыкальном инструменте, воплощать музыку в движениях).

И так, вне зависимости от способа использования, голосовая терапия оказывает положительное воздействие как на организм, так и на психологическое здоровье человека, включая отдельные ее компоненты. Голосовая терапия может применяться как в реабилитации взрослых, так и детей. Пожилые и дети особенно подвержены различного рода стрессам и депрессиям.

Использование звуков активно применяется психотерапевтами, дефектологами, музыкальными педагогами в работе с особыми детьми и взрослыми. Звукотерапия и вокалотерапия как части музыкально-терапевтического процесса входят в состав программ разных российских ученых. Не только сам голос человека, но и нежный голос оппонента оказывает положительное воздействие на психическое здоровье.

Литература:

1. Артюхова Т. Ю. Психология человека: учебно-методический комплекс / Т. Ю. Артюхова, Н. В. Басалаева, Т. В. Шелкунова; М-во образования и науки Российской Федерации, Сибирский федеральный ун-т. — Лесосибирск: Сибирский федеральный ун-т, 2013. — 139 с.
2. Гайнанова А. А. Музыкотерапия, вокалотерапия: новые горизонты / А. А. Гайнанова // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. — 2014. — № 12–3. — С. 32–37.
3. Гринцов М. А. Лечение пением как метод гармонизации психофизиологического и соматического здоровья человека / М. А. Гринцов // Известия ВУЗов. Поволжский регион. Медицинские науки. — 2009. — № 1. — С. 87–95.
4. Копытин А. И. Теория и практика арт-терапии / А. И. Копытин. — СПб.: Питер, 2002. — 378 с.
5. Леонтьев А. Н. Философия психологии / под ред. А. А. Леонтьева, Д. А. Леонтьева. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1994. — 228 с.

6. Музыкальное воспитание детей с проблемами в развитии и коррекционная ритмика: учеб. пособие для студ. сред. пед. учеб. заведений / Е. А. Медведева, Л. Н. Комиссарова, Г. Р. Шашкина, О. Л. Сергеева; под ред. Е. А. Медведевой. — М.: Издательский центр «Академия», 2002. — 224 с.
7. Никитин В. Н. Арт-терапия: учебное пособие / В. Н. Никитин. — М.: Когито-Центр, 2014. — 330 с.
8. Общая психология: В 7 т. / Под ред. Б. С. Братуся. Том 1. 0–28 Соколова Е. Е. Введение в психологию: Учебник для студ. высш. учеб. заведений. — М.: Издательский центр «Академия», 2005. — 352 с.
9. Петрушин В. И. Музыкальная психология: учебник и практикум для СПО / В. И. Петрушин. — 4-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 380 с.
10. Практикум по арт-терапии / Под ред. А. И. Копытина. — СПб.: Питер, 2001. — 448 с.
11. Психология: учебник для студ. сред. пед. учеб. заведений / И. В. Дубровина, Е. Е. Данилова, А. М. Прихожан; Под ред. И. В. Дубровиной. — М., Издательский центр «Академия», 1999. — 464 с.
12. Хазарт Х. Мистицизм звука / Х. Хазарт. — М.: Сфера, 1998. — 21 с.
13. Хухлаева О. В. Основы психологического консультирования и психологической коррекции: учеб. пособие для студентов высш. учеб. заведений / О. В. Хухлаева. — 5-е изд., стер. — М.: Издательский центр «Академия», 2008. — 208 с.
14. Шеломенцева О. Как раскрыть свой голос / О. Шеломенцева. — М.: Музыкаль, 2010. — 126 с.
15. Целительная сила звукотерапии [Электронный ресурс] // Медпульс. — Режим доступа: <http://www.medpulse.ru/health/prophylaxis/> (дата обращения: 11.05.2019).
16. Голос и здоровье [Электронный ресурс] // Самопознание.ру. — Режим доступа: <http://www.medpulse.ru/health/prophylaxis/psychotherapy/13266.html> (дата обращения: 11.05.2019).
17. Сафонова В. И. Акустические и психофизиологические закономерности хорового пения и их влияние на методико-вокально-хоровой работы / В. И. Сафонова // Вестник кафедры ЮНЕСКО «Музыкальное искусство и образование». — 2015. — № 1 (9). — С. 43–48.

Исследование медиации как альтернативного способа разрешения семейных споров (2011–2018 гг.): библиометрический анализ

Есауленко Юлия Александровна, студент магистратуры
Дальневосточный федеральный университет (г. Владивосток)

Данная статья посвящена библиометрическому анализу диссертационных исследований медиации как альтернативного способа разрешения семейных споров. Ниже приведены обоснования его необходимости и значимости для дальнейших исследований в данной области. Приведены результаты библиометрического анализа диссертационных исследований медиации, как альтернативы в урегулировании споров в семье в России за 2011–2018 гг. Дана четкая характеристика их структуры и динамики. Высказано ряд предположений о возможном направлении развития исследования по данной теме.

Ключевые слова: медиация, семейная медиация, семейные споры, досудебное урегулирование споров, диссертационные исследования, библиометрический анализ.

Семейная медиация в России — это процесс, в котором независимое третье лицо помогает участникам семейного конфликта улучшить взаимодействие друг с другом и принять приемлемые для обеих сторон осознанные решения по некоторым или всем вопросам, связанным с расставанием, разводом, детьми, а также по финансовым и имущественным вопросам [6].

Процедура медиации представляет собой альтернативный (внесудебный) способ урегулирования споров с участием третьей нейтральной стороны, основанный на пяти основных принципах:

- 1) взаимное волеизъявление сторон;
- 2) беспристрастность и нейтральность медиатора;
- 3) равноправие сторон;
- 4) конфиденциальность.

Медиация в современном виде появилась только во второй половине двадцатого столетия. Сначала она обособилась в США, Англии и Австралии и позже появилась в Европе — Франции, Бельгии, Нидерландах, Германии, Австрии, Италии, Швейцарии [1].

В России медиация как система разрешения споров базируется на основных принципах, закрепленных в международных нормах, Конституции РФ, в нормах Закона о медиации. Само явление медиации как альтернативы в разрешении споров относительно новое, так как ФЗ № 193 «Об альтернативной процедуре разрешения споров с участием третьей стороны» был принят 27.07.2010 [5]. Его распространение в России датировано 2011–2012 гг. [2]. На это время приходится появление первых научных публикаций в России, позднее и первых

диссертационных работ, посвященных исследованию процесса медиации в качестве альтернативы в регулировании семейных споров. Библиометрический анализ необходим для обобщения сведений полученных за 8 лет проведенных исследований по данной теме. Исходя из сказанного библиометрический анализ представляет собой сбор и анализ данных, преобразование их в результаты научной деятельности, которые могут быть представлены в научных статьях, диссертациях, монографиях, посвящённых изучению и применению процедуры медиации как альтернативного способа разрешения семейных споров в России.

Центральным звеном исследования по данной теме являются научные диссертации, авторефераты и некоторое количество монографий представителей разных областей науки, которые осуществили представители разных наук каждый в своей области [3]. Что касается библиометрического анализа диссертационных исследований по теме медиация как альтернативный способ разрешения семейных споров в России, то они отсутствуют.

Цель работы заключалась в выявлении структуры и динамики диссертационных исследований медиации как альтернативы в разрешении семейных споров путем использования основных методов библиометрического анализа.

Таким образом, объектом библиометрического анализа становятся диссертационные исследования по заданной теме. Для отбора диссертаций использовалась информационная база научной электронной библиотеки «eLIBRARY.ru» (elibrary.ru) [4]. Из полученных данных отбора по ключевому словосочетанию «медиация в семейных спорах» (240 наименований) были отобраны диссертации только российских авторов (иностранные диссертации и иностранные авторы исключались из списка), в которых термин «медиация в семейных спорах» присутствовал в формулировке темы и/или в качестве одного из разделов диссертационной работы. В результате отбора осталось 56 диссертаций, в 31 из которых термин «медиация в семейных спорах» присутствовал в формулировке темы исследования, 25 — в наименовании одного из его разделов (в тех диссертациях, где медиация в семейных

спорах являлась фрагментом работы, а не его полным объектом исследования) [3].

Данные диссертации были отсортированы по трем основным критериям: на отраслевую, временную и географическую структуры диссертационного исследования.

Классификация данных на основании отрасли науки, позволила выявить отраслевую структуру диссертационных исследований медиации как альтернативного способа разрешения семейных споров в России. Все диссертационные исследования были представлены по шести отраслям: педагогические науки, психологические науки, социологические науки, юридические науки, исторические науки, философские науки. Полученные результаты представлены автором в таблицу 1.

Все диссертации по социологическим наукам были защищены по трем специальностям: 22.00.03 — экономическая социология и демография, 22.00.04 — социальная структура, социальные институты и процессы и 23.00.06 — конфликтология. Среди специальностей по психологическим наукам были представлены: 19.00.05 — социальная психология и 19.00.07 — педагогическая психология. Юридические науки имеют три направления: 12.00.02 — конституционное право, 12.00.03 — семейное право и 12.00.15 — гражданское право. Педагогические науки представлены в виде одной специальности: 13.00.05 — теория, методика и организация социально-культурной деятельности. Философские науки — 09.00.11 — социальная философия. Исторические науки — одна специальность: 07.00.02 — отечественная история.

Таким образом, диссертационные исследования медиации как альтернативного способа разрешения семейных споров в период с 2011 по 2018 гг. осуществлялись в рамках 6 отраслей и связанных с ними 11 специальностей. Большая часть исследований (67%) приходится на социологические и психологические науки. Вслед за ними с большим отставанием идут юридические науки (18%). Что же касается оставшихся 3 отраслей (педагогических, философских и юридических науки), то исследования медиации как альтернативного способа разрешения семейных споров в них представлены 1–3 диссертационными работами.

Таблица 1. Отраслевая структура диссертационных исследований медиации как альтернативного способа разрешения семейных споров в России (2011–2018 гг.)

Отрасль науки	Диссертации, полностью посвященные исследованию медиации в семейных спорах, (%)	Диссертации, в которых исследование медиации в семейных спорах — наименование раздела, (%)	Всего по отрасли:
Социологические науки	11 (35,48)	9 (36)	20 (35,71)
Психологические науки	9 (29,03)	8 (32)	17 (30,37)
Юридические науки	6 (19,35)	4 (16)	10 (17,85)
Педагогические науки	2 (6,45)	3 (12)	5 (8,94)
Философские науки	2 (6,45)	1 (4)	3 (5,35)
Исторические науки	1 (3,24)	–	1 (1,78)
Всего:	31 (100)	25 (100)	56 (100)

Больше всего диссертаций по теме медиации как альтернативного способа разрешения семейных споров было опубликовано в г. Москва (17 / 30,35%), следом — г. Санкт-Петербург (12 / 21,43%), и завершает тройку лидеров — г. Хабаровск (9 / 16,08%). Далее следуют г. Екатеринбург (6 / 10,71%) и г. Владивосток (4 / 7,15%). По одной защите диссертаций прошло в таких городах, как Барнаул, Ижевск, Казань, Махачкала, Саратов, Томск, Уфа, Чита, Челябинск.

Таким образом, в географическую структуру защит диссертационных исследований медиации как альтернативного способа урегулирования семейных споров, помимо Москвы и Санкт-Петербурга, входит еще 12 российских городов. Несмотря на то, что Москва является абсолютным лидером по числу защит, однако, следует отметить, что первая защита диссертации, посвященная изучению медиации в семейных спорах, представленная на соискание ученой степени кандидата социологии, состоялась в Санкт-Петербурге (2011). Первая и единственная диссертация, представленная на соискание ученой степени кандидата истории, была защищена в Ижевске (2012). Единственная диссертация, представленная на соискание ученой степени доктора социологических наук, которая содержала в себе раздел, посвященный

внедрению медиации в семейные споры как альтернативы их разрешения, была защищена в Екатеринбурге (2014). В целом временная структура диссертационных исследований медиации как альтернативного способа разрешения семейных споров в России, основанная на годе защиты, представлена в таблице 2.

Из таблицы 2 видно, что после защиты диссертации, предметом исследования которой впервые в России стала медиация как альтернативный способ разрешения семейных споров (2011), наступает некоторое «затишье» на год. Это обуславливается тем, что медиация не популярна спустя год после вступившего в силу ФЗ № 193 Об альтернативной процедуре урегулирования споров с участием посредника (процедуре медиации). Динамика защит диссертаций, полностью посвященных теме медиация как альтернативный способ разрешения семейных споров и динамика защит диссертаций (2 столбец таблицы 2, далее — 1 тип), и диссертаций, в которых исследование медиация как альтернативный способ разрешения семейных споров является лишь фрагментом работы (3 столбец таблицы 2, далее — 2 тип), различны между собой. Так, динамика защит диссертаций 1 типа носит непостоянный, часто изменяющийся характер, делая, то

Таблица 2. Временная структура диссертационных исследований медиации как альтернативного способа разрешения семейных споров в России (2011–2018 гг.)

Год защиты	Диссертации, полностью посвященные исследованию медиации в семейных спорах, (%)	Диссертации, в которых исследование медиации в семейных спорах — наименование раздела, (%)	Всего за год:
2011	1 (канд. соц. наук)	–	1/ 0 (1)
2012	1 (канд. ист. наук), 1 (канд. соц. наук), 1 (канд. псих. наук), 1 (канд. юрид. наук)	2 (канд. соц. наук), 1 канд. юрид. наук	4 / 3 (7)
2013	3 канд. соц. наук, 3 канд. псих. наук, 2 канд. педаг. наук, 3 канд. юрид. наук)	1 канд. педаг. наук), 1 (канд. филос. наук), 4 (канд. соц наук), 2 (канд. псих. наук)	11 / 8 (19)
2014	1 канд. социол. Наук 1 (канд. псих. наук),	1 (канд. филос. наук), 1 (канд. соц. наук) 1 (канд. псих. наук)	2 / 3 (5)
2015	1 (канд. псих. наук), 1 (канд. соц. наук)	1 (канд. педаг. наук), 1 (канд. юрид. наук)	2 / 2 (4)
2016	1 (канд. соц. наук), 1(канд. псих. наук)	2 (канд. соц. наук), 3 (канд. псих. наук) 1 (канд. юрид. наук)	2 / 6 (8)
2017	1 канд. псих наук), 2 (канд. юрид. наук)	1 (канд. филос. наук), 1 (канд. псих. наук), 1 (канд. юрид. наук)	3 / 3 (6)
2018	3 (канд. соц. наук), 1 (канд. педаг. наук) 2 (канд. псих. наук)	-	6 / 0 (6)
Всего диссертаций:	31	25	31/25 (56)

резкий скачек вверх в 2013 (19), то резко движется к снижению уже в 2014 (2). Пиковые значения приходятся на 2013 (19), 2018 (6) и 2012 (4) года. Динамика защит диссертаций 2 типа также непостоянная: прослеживается тенденция возрастания с 2012 (3) по 2013 (8), затем следует спад в 2014 (3) и 2015 (2) годах, затем тенденция снова повышается в 2016 (6), а в 2017 (3) снижается в 2 раза. Пиковые значения для 2 типа: 2013 (8) и 2016 (6) года. В 2018 году на данный момент не выпущено ни одной диссертационной работы, относящейся к данному типу, возможно к концу года динамика изменится.

Таким образом, анализ диссертационных исследований медиации как альтернативного способа разрешения семейных споров в России, позволяет сделать ряд выводов. За период с 2011 по 2018 гг. в России (после принятия ФЗ № 193 Об альтернативной процедуре урегулирования споров с участием посредника (процедуре медиации) было защищено 56 диссертаций. Структура диссертационных исследований представлена 6 отраслями и 11 связанными с ними специальностями, среди которых доминируют со-

циологические и психологические науки (67%). В трех отраслях из шести (педагогических, философских и юридических науки) было защищено лишь по 1–3 диссертации по выбранной теме. Географическая структура защит диссертационных исследований медиации как альтернативного способа разрешения семейных споров в России, включает в себя, помимо Москвы и Санкт-Петербурга, еще 12 российских городов. Лидером по числу защит является Москва (30,35%). Общая динамика защит диссертационных исследований медиации как альтернативного способа разрешения семейных споров в России носит непостоянный характер с тенденцией как к снижению, так и к повышению. Проведенный анализ факторов, влияющих на эту динамику, выходит далеко за рамки данной статьи и нуждается в специальном исследовании. Можно предположить, что изучение данной темы возможно за гуманитарными исследованиями с упором на такие направления, как: психология семьи и личности, семейное и конституционное право, социология семьи, конфликтология, медиация в рамках уголовного и гражданского права.

Литература:

1. Анцупов, А. Я. Конфликтология / А. Я. Анисимов, А. И. Шипилов. — М.: ЮНИТИ, 2000. — 552 с.
2. Гришина, Н. В. Психология конфликта / Н. В. Гришина. — СПб.: Питер, 2011. — 464 с.
3. Ковтун Г. С. Диссертационные исследования экологического туризма в России: библиометрический анализ // Международный научно-исследовательский журнал. 2016. № 11 (53), ч. 1. стр. 133–136
4. Научная электронная библиотека elibrary.ru [Электронный ресурс] URL: <https://elibrary.ru/defaultx.asp> (дата обращения 03.06.2018).
5. Об альтернативной процедуре урегулирования споров с участием посредника (процедуре медиации): Федеральный закон от 27.07.2010 № 193-ФЗ (в ред. от 23 июля 2013 г) // Собрание законодательства. — 2010. — №25. — Ст. 36.
6. Паркинсон, Л. Семейная медиация / Л. Паркинсон — М.: Межрегиональный центр управленческого и политического консультирования, 2010. — 400 с.
7. Ткачева Н. Н. Исследование семейных конфликтов в российской науке (2004–2017): библиометрический анализ [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-semeynyh-konfliktov-v-rossiyskoy-nauke-2004-2017-bibliometricheskiy-analiz> (дата обращения 03.06.2018).

Общение и его особенности у младших школьников

Носова Ксения Александровна, студент магистратуры
Кемеровский государственный университет

Известно, что общение — основная, самая интересная и существенная сторона жизни человека. Этой статьей хотелось бы обратить внимание на особенности общения в период младшего школьного возраста, когда закладывается фундамент этих сложных навыков, отражающийся на качестве всей последующей жизни человека.

Ключевые слова: общение, межличностное общение, младший школьный возраст, учебная деятельность, деловое общение, совместная деятельность.

Актуальность проблемы взаимоотношений между людьми всегда существовала в обществе. На современном этапе развития информационного общества, про-

блема обращения людей друг с другом выявляет свои противоречия. Условия нового времени способствуют появлению опосредованного общения с помощью новых

технологических средств (телефонной связи, сети интернета, видео и аудиотехники и т.д.), что приводит к появлению новых моделей поведения среди людей. Происходит замещение живого общения, что находит отражение во всех сферах жизни общества, причем его эффективность ничем нельзя заменить.

В связи с этим возникает задача сохранения огромного багажа теоретических и эмпирических знаний, связанных с вопросами «классического» общения; широкого внедрения их в массы; дальнейшего изучения и внедрения их в педагогическую деятельность, ориентируясь на период младшего школьного возраста во время которого целесообразно формировать коммуникативные навыки.

Исторически общение прошло свою эволюцию от непосредственного «традиционного» общения «лицо в лицо» до коммуникации. Понятие коммуникации (communicatio — от лат. общение, сообщение, передача.) и общения часто отождествляют, общим для них является процесс передачи информации от человека к человеку с помощью различных средств. Коммуникация является социально-обусловленным процессом, информация в нем передается посредством использования различных знаковых систем письменности, технических средств связи и т.д.) и по разным речевым (вербально) и неречевым (невербально) каналам в процессе межличностного общения [3].

Еще со времен античности вопросам общения древние философы (Сократ, Платон, Аристотель) уделяли пристальное внимание. В их трудах можно найти много практических советов по подготовке детей к риторическому искусству. Общение — диалог в этот период было «эталонной формой взаимовоспитательных человеческих контактов» [4]. На протяжении веков разрабатывалась педагогика действий с выделением различных компонентов общения, изучались различные способы взаимодействия друг с другом.

Общение как широкое понятие изучено с разных сторон. Наиболее важными его характеристиками является стандарт из содержания, целей, структуры, средств, видов, уровней и т.д. Содержанием общения является информация, которая передается человеком, называемым коммуникатором и получается реципиентом. В ней могут быть любые сведения, включающие знания, мнения, идеи, интересы, настроения и чувства. Для процесса общения важно принять сообщение или послыл, осмыслить его, дать ответ, прийти к совместному решению или действию.

Исходя из заявленной темы, из многочисленных определений понятия общения, мы выбрали следующее:

Общение — «есть процесс непосредственных взаимоотношений, обращения людей друг с другом, основанный на разумном понимании и намеренной передаче знаний мыслей и переживаний в соответствии с социальными нормами и условиями осуществляемой ими деятельности» [2].

Общение является сложным сложны многоплановым процессом установления и развития контактов между людьми (межличностное) и группами (межгрупповое), порождаемое потребностями совместной деятельности. Структура общения включает три взаимосвязанных про-

цесса: коммуникацию (обмен информацией), интеракцию (обмен деятельностью) и перцепцию (восприятие и понимание партнера) [1].

Вызывает тревогу тот факт, что при использовании технических средств общения нередко страдает перцептивная сторона. Часто сообщение при коммуникации монолично, осуществляется без органов чувств, когда не видим, не осязаем человека. Возможна виртуально надуманная рефлексия, приводящая в дальнейшем к осложнению отношений, если характер воздействия не привел к ожидаемому эффекту или получил нежелательную оценку.

Для периода младшего школьного возраста от 6 до 10 лет, границы которого совпадают с обучением в начальной школе, наиболее приемлемыми являются такие виды общения как личностное и деловое. В этот период в разноплановом общении и новой учебной деятельности реализуется весь потенциал ребенка. В учебной деятельности, направленной на саморазвитие, происходит усвоение новых знаний и умений. С помощью делового общения ребенок учится налаживать контакт и развивать свои коммуникативные способности, потому как деловое общение характеризуется взаимодействием между людьми, которые выполняют совместную работу или учувствуют в одном виде деятельности. С поступлением в школу общение становится социально-ориентированным, обслуживающим потребность в выполнении важных дел, способствующим организации общественных форм жизни.

Среда, в которой формируется личность ребенка в основном включает быт, неформальную обстановку и школу, где используется межличностное общение. Межличностное общение связано с непосредственным контактом людей в группах и парах. Оно подразумевает знание непосредственных особенностей партнера и наличие общего опыта деятельности, переживания и понимания. Новая социальная роль, права и обязанности накладывают отпечаток на взаимоотношения с родителями, взрослыми (в том числе учителями) и сверстниками. Активную позицию ученик может проявить только с помощью взрослых и сверстников.

В семье ребенка учат подчиняться новым правилам жизни в школе. Правильное отношение к ребенку со стороны семьи определяет состояние и развитие чувства собственного Я, чувства личности.

В школе происходит глубокое личностное отношение между учеником и учителем, который выступает общим нравственным ориентиром и пользуется беспрекословным авторитетом. Общение с учителем организует и учебную деятельность, и все формы деятельности в школе: внеклассную и внешкольную работу, общие дела. В соответствии с возложенными на него обязанностями, индивидуальными особенностями и намерениями ребенок занимает определенное место в коллективе.

Иногда в межличностных отношениях со взрослыми встречаются неравноправные «субъект-объектные» отношения с авторитарным стилем общения, что нередко приводит к неудовлетворению потребности ребенка

в признании и поддержке и неблагоприятно сказывается на его развитии.

Нас же прежде всего интересует диалоговое общение-равноправное субъект-субъектное взаимоотношение, имеющее целью взаимное познание, стремление к реали-

зации цели каждого из партнеров. Эти условия чаще реализуются в отношениях со сверстниками, что является главным условием психического развития личности [6]. Как правило совместная деятельность именно в отношениях рождает новую детскую общность.

Литература:

1. Андреева, Г. М. Социальная психология / Г. М. Андреева — М.: Аспект Пресс, 1999. — 375 с.
2. Бодалев, А. А. Личность и общение: избр. труды / А. А. Бодалев — М.: Педагогика, 1983. — 272 с.
3. Бориснев, С. В. Социология коммуникации: Учебн. Пособие для студентов вузов / С. В. Бориснев — М.: ЮНИТИ, 2003. — 269 с.
4. Вайман С. Т. Человеческая целостность в перипетиях диалога // Человек. — 1994. — № 3. — С. 11–21.
5. Немов, Р. С. Общие основы психологии: Учебник для студентов высших педагогических учебных заведений / Р. С. Немов. — Москва: Просвещение: Владос, 1994. — 576 с.
6. Цукерман, Г. А. Виды общения в обучении / Г. А. Цукерман. — Томск: Пеленг, 1993. — 270 с.
7. Эльконин Д. Б. К проблеме периодизации психического развития в детском возрасте // Вопросы психологии — 1971. — № 4. — С. 6–20.

Влияние социальных сетей на психическое здоровье человека

Облаухова Анна Владимировна, абитуриент

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (г. Москва)

Ключевые слова: сеть, виртуальная жизнь, виртуальный мир, социальная сеть, интернет зависимость, психические расстройства.

Виртуальное пространство и социальные сети на сегодняшний день находятся на пике популярности, все более широкие слои населения вовлекаются в их пространство. Сегодня, наверно, уже нет человека, который бы не был зарегистрирован в социальных сетях. Каждый может испытать на себе колоссальное влияние этой новой сетевой культуры. Практикующие психологи заговорили, например, о возможности развития ряда патологических изменений личности, о возникновении стойкой Интернет зависимости и ее последствиях.

Понятие «социальная сеть» ввел социолог Джеймс Барнс в 1954 году и толковал он это явление как это социальную структуру, состоящую из группы узлов, которыми являются социальные объекты (люди или организации), и связей между ними (социальных взаимоотношений) [1]. По сути это группа людей, между которыми есть определенные взаимоотношения, двусторонние или односторонние связи. Позже с развитием интернета этот термин обрел популярность в мировой сети.

Социологи Дж. Тернер, К. Кук и Дж. Уитмейнер среди типов ресурсных потоков в социальных сетях выделяют материальные, символические и эмоциональные. Под символическим обменом имеется в виду информация, идеи, сообщения; под материальными ресурсами обмен деньгами или продуктами. Также довольно важной психоэмоциональной функцией социальных сетей является трансляция эмоций. [3, р. 550, 4, р. 110].

Первой социальной сетью с использованием компьютерной техники стала технология электронной почты в далеком 1971 году, которая использовалась военными в сети ARPA Net. Далее, в 1988 году, финским студентом Ярко Ойкариненом была изобретена технология «IRC» (англ. Internet Relay Chat — ретранслируемый интернет-чат), который позволял общаться в реальном времени. Знаковым событием стало изобретение Интернета, который стал публичным в 1991 году, благодаря британскому ученому Тиму Бернерс-Ли. В 1995 году Рэнди Конрадом была создана Classmates.com — первая социальная сеть в современном понимании. Концепция оказалась очень востребованной, и с этого года начинается бурное развитие социальных сетей в Интернете. Сегодня эта сеть до сих пор остается одной из самых популярных в мире и насчитывает более 50 млн пользователей. [2]

Самые крупные соцсети в мире:

— Vine — сайт созданный для просмотра и обмена короткими видеороликами. Ежемесячно его посещают свыше 42 миллионов зрителей.

— Flickr — этот сервис создан для просмотра фото, создания тематических групп и обсуждений, наподобие Instagram. Сейчас на нем зарегистрировано около 87 миллионов человек.

— Instagram — приложение, в котором люди могут обмениваться фото и видео. Количество пользователей уже перевалило за 500 миллионов.

– Tumblr — сайт, на котором собраны различные микроблоги с возможностью публикации мультимедийных фалов. На данный момент имеет 220 миллионов подписчиков.

В России к популярным социальным сетям, аналогичным иностранным Facebook и Twitter, относятся: Вконтакте — более 400 миллионов пользователей и Одноклассники приблизительно 300 миллионов.

Безусловно, в появлении и таком широком распространении социальных сетей есть ряд положительных эффектов. Одним из очевидных плюсов является то, что фактически можно поддерживать уже имеющиеся или заводить новые знакомства физически находясь даже на другом континенте. Глобализация сокращает расстояния между людьми по всему миру за счет электронных коммуникаций. В виртуальной среде все взаимодействие происходит в реальном времени здесь и сейчас. Также немало важно иметь возможность избирательной коммуникации. В виртуальном мире это легкодостижимо. Можно в любой момент ограничить нежелательное общение, тем самым минимизировать конфликтные ситуации, пропадает эффект ожидания отчуждения. К сожалению, наряду с очевидными плюсами появляется множество неоспоримых минусов. В виртуальном мире создается своя культура, свои модные тенденции со своими ценностями и, стараясь этому соответствовать, человек создает онлайн-личность, которая впоследствии способна подменить Я-реальное. Это происходит по причинам того, что человек считает свою виртуальную жизнь более успешной, наполненной и в связи с этим находит себя полноценным в виртуальной среде, чем в реальной жизни. Благодаря социальным сетям человек получил возможность себя выразить различными способами посредством текста, фотографии, аудио и видео для огромной аудитории по всему земному шару, но вместе с этим, выросло количество людей с теми или иными психическими расстройствами. Американский психолог Роберт Краут впервые обнаружил взаимосвязь между депрессивными состояниями и временем, проведенным в интернете в 1998 году.

Тенденция такова, что люди стремятся выкладывать в сеть информацию о себе в более выгодном свете, лучшие фотографии, интересные новости, и результатом этого становится то, что у пользователей создается впечатление, что у других жизнь разнообразней и насыщенней чем у них самих. В таком случае формируется благодотворная почва для ряда комплексов и для актуального в наше время заболевания как «Facebook-депрессия». Из статьи, опубликованной ирландскими исследователями, следует, что такого рода депрессии подвержено около 25% пользователей социальных сетей [4]. Не получая социального одобрения в виде поощрения своим фотографиям или новостям, пользователь начинает сомневаться, нравится ли он своим друзьям «подписчикам» и начинает сравнивать себя с другими пользователями. Большинство пользователей социальных сетей негативно оценивают свою жизнь по отношению к информации, выклады-

ваемой на страницах друзей. Постоянное сравнение себя с другими расшатывает и занижает самооценку и заставляет пользователей чувствовать себя «неудачниками» на фоне остальных. По словам кандидата психологических наук Е.Б. Станковской расшатать самоуважение может дефицит трех важных компонентов:

– Внимание окружающих.

Об этой величине в социальных сетях можно судить по количеству «лайков» и комментариев. Но, как правило, оценка не всегда бывает объективна.

– Успех.

В социальных сетях очень легко создать видимость. Создавая страницу с информацией и фотографиями, с более уважаемыми и выгодными для себя, легко получить ту жизнь, которая может быть и далека от реальной, а отклик на эти онлайн-публикации становится главным источником положительных эмоций.

– Яркость жизни во всех ее проявлениях.

Зависимость от социальных сетей толкает людей не наслаждаться моментом, а находиться в постоянном стремлении сделать удачное фото и выложить в сеть, чтобы доказать как насыщена их жизнь. Только это стремление лишает наслаждения самой жизнью. [5]

Большинству пользователей социальных сетей не хватает ни внимания, ни успеха, ни яркости жизни, а нехватка чего-либо пробуждает зависть тому, у кого это есть.

Помимо депрессии у пользователей социальных сетей могут возникнуть ряд трудностей с продолжительностью концентрации внимания и вследствие развитие синдрома дефицита внимания и гиперреактивности. Это происходит из-за возможности выполнять несколько задач одновременно и быстро находить нужную информацию, общаясь с друзьями, и скажем, прослушивать музыку и все это одновременно. Мозг привыкает мыслить таким образом, т.е. к многозадачности, и в последствии уже трудно удержать внимание на каком-то одном объекте. Вследствие приобретенной привычки наш ум начинает переключаться с одного предмета на другой, теряя возможность сконцентрироваться на одном действии.

Информация поступает быстро и непрерывно мозг не успевает ее обработать, обдумать, а соответственно эмоции не получают развития в ответ на поступающие впечатления, так как нет времени сформировать необходимый эмоциональный отклик. Заинтересованность, эмпатия и увлеченность пропадают, так и не успевая оформиться в психике. Это в свою очередь может привести к отчуждению и снижению интеллекта.

Социальные сети обладают значительным риском возникновения зависимости, а она способна привести к серьезным последствиям и развитию некоторых психических расстройств.

– Виртуальный синдром Аспергера.

В реальной жизни люди с синдромом Аспергера страдают «социальной слепотой» — они не понимают границ дозволенного во взаимодействии с другими людьми. Они не понимают намеков, интонационных вариаций, «язык

тела» и другие невербальные способы общения. Они постоянно оскорбляют окружающих, даже этого не замечая, просто у них повреждена часть мозга, отвечающая за это. А в виртуальной жизни это синдром может развиваться из-за того, что человек чувствует себя защищенным экраном монитора, и поэтому безнаказанно оскорбляет других. [6]

— «синдром мазохиста»

В реальной жизни этот синдром переключается с синдромом привлечения внимания. Даже если взаимодействие носит негативный окрас, все равно оно доставляет удовлетворение. А если оскорбление зафиксировано в социальных сети и носит публичный характер — даже лучше, тем самым приобретает внимание миллионов пользователей всемирной сети.

— «лингвистический нацизм»

Основой этого синдрома может лежать обсессивно-компульсивное расстройство личности. Человеку кажется, что строгое следование правилам поможет внести порядок в этот бессмысленный, грязный и неорганизованный мир, сделать его лучше, чище и более пригодным для жизни. Из-за этого появляется неудержимое желание исправлять ошибки и пунктуацию в интернет-пространстве.

Литература:

1. J. A. Barnes. Class and committees in a Norwegian Island parish. «Human Relations», 1954, 58.
2. Развитие социальных сетей // wikipedia. URL: http://ru.wikipedia.org/wiki/socialnie_seti (дата обращения: 05.06.2019).
3. Современная западная социология: Словарь / [сост. Ю. Н. Давыдов и др.]. — М.: Политиздат, 1990. — 432 с.
4. Too_Many_'Friends'_Too_Few_'Likes'_Evolutionary_Psychology_and_'Facebook_Depression' // researchgate.net. URL: https://www.researchgate.net/publication/277580726_Too_Many_'Friends'_Too_Few_'Likes'_Evolutionary_Psychology_and_'Facebook_Depression' (дата обращения: 05.06.2019).
5. Станковская Е. Б. структура и типы отношения женщины к себе в аспекте телесности: дис... канд. психол. наук. московский гор. психолого-пед. ун-т, Москва, 2011.
6. Франческа Аппе. Введение в психологическую теорию аутизма. — М.: Теревинф, 2006. — 126 с.

Как узнать истероида и контактировать с ним

Ожегина Анастасия Леонидовна, студент

Пермский государственный медицинский университет имени академика Е. А. Вагнера

Истерия — это психическое расстройство, проявляющееся в виде разнообразных функциональных, вегетативных и аффективных нарушений. Истерия характеризуется большой самовнушаемостью и стремлением привлечь к себе внимание окружающих. Демонстративность идет в ногу с термином истерия. Одно вытекает из другого.

Главными особенностями психики истероидов являются:

- Стремление обратить на себя внимание окружающих.
- Отсутствие правды как по отношению к себе, так и по отношению к другим.

— «синдром фанатичного обновления страницы»

Люди настолько стремятся удовлетворить своюсию-минутную потребность в интернет-зависимости, что все остальное теряет значение. Желание обновить ленту для восстановления психологического комфорта замещает все прочие интересы.

Социальные сети — не всемирное зло. С их развитием появилось много возможностей и преимуществ. Они могут помочь найти друга, следить за новостями в жизни наших друзей, узнать о новой книге или музыкальном альбоме, просматривать фото или организовать встречу и мероприятие. Функциональные возможности социальных сетей несомненно приносят много пользы для человека, но злоупотребление общественными сетями, как в принципе и любое злоупотребление, может привести к зависимости, потере внимания, трате времени, отчуждению или более серьезным психологическим расстройством. Необходимо соблюдать умеренность и тогда негативные последствия могут быть существенно снижены. Вполне достаточным будет ограничить время пребывания в сети, чаще бывать на свежем воздухе, общаться с людьми в реальном мире, заводить знакомства, найти хобби.

— Такие люди склонны к самопожертвованию, если они убеждены, что им любуются и восторгаются.

— Эмоциональная жизнь неустойчива. Интересы не глубоки, чувства поверхностны.

— Такие люди непременно хотят быть оригинальными, хватаясь за любое средство. Например, если подвернется возможность привлечь к себе внимание необычными явлениями какой-либо болезни, редкими симптомами, или наоборот спектром различных болезней, истероид такую «сладкую» возможность не упустит. Отсюда сцены припадков, приступы бронхиальной астмы, колебания температуры, преднамеренные отказы от еды, травматизация.

— Своих ошибок истерики не осознают и не признают никогда.

Зачастую не видят грани между фантазией и действительности.

Результаты опроса. Среди испытуемых было проведено тестирование Леонгарда-Шмишека на акцентуацию характера, в качестве выявления людей с характером демонстративного типа

Из 100% опрошенных было выявлено:

— 4% с яркой акцентуацией демонстративного типа.
— 36% со средней степенью выраженности демонстративности, тенденции к акцентуациям демонстративного типа.

— 60% с другими типами акцентуаций

В виде контрольного тестирования группы с высокими показателями акцентуации, было произведено тестирование при помощи многоуровневого личностного опросника «Адаптивность». По итогам, выявлено 14% испытуемых с низким уровнем адаптации и 86% с нормальным уровнем.

Лица этой группы обладают признаками психопатий, психические состояние можно охарактеризовать как пограничное, возможны нервно-психические срывы. Обладают низкой нервно-психической устойчивостью, конфликтны, могут совершать асоциальные поступки и требуют наблюдения психиатра.

В ходе личной беседы и присутствием ярко выраженной симптоматики, обнаружено 8% людей с подозрением на истерический психоз. В связи с тем, что встречаемость данного заболевания за последние 5 лет, достаточно низкая по данным Пермской психиатрической больницы, а поведение испытуемых является достаточно показательным, наше внимание будет заостряться на 8% испытуемых с подозрением на истерический психоз.

Графологический показатель. Буквы округлые, прописаны четко с наклоном. Бывает не ясно написаны буквы «П», «Н», «И», «Ш», «У», «З», «А», «О». Истероид может злоупотреблять вводными предложениями, окрасочными прилагательными с неким оттенком трагизма, как бы показывая свою неповторимую оригинальность. Причастными и деепричастными оборотами.

Речь. Интонация у истероида может быть как мелодичная, с четки плавным протягиванием звуков и проговариванием букв, но также могут говорить с напором меняя диапазон звуков от баса до сопрано. Можно применить для описания словосочетание «громкие люди». Так же наблюдается резкое замедление и ускорение темпа речи. Иногда проявляется вальжная или ироничная интонация. Истероиды часто перебивают собеседников, себя же перебить не позволяют.

Псевдология. Истероид часто врет. Он ставит себя в центр своих сказок, как бы любясь собой со стороны, и заставляя любоваться других. Преувеличивает свои возможности. И жнец, и тец, и на дуде игрец. Отмечается синдром Мюнхгаузена. Неспособность контролировать свое воображение — бич человека с истерическим

складом психики. При страсти пускания пыли в глаза оппонента, такие люди зачастую используют легко возникающую у них в голове и пышно окрашенную фантазию. Отсюда и их страсть к псевдологии. Лживость заслоняет собой все остальные черты личности. Чаще всего их выдумки касаются их самих: рассказы о высоком происхождении, о их богатстве, состоятельности, умениях. Лгут наивно и невинно как дети.

Как распознать псевдологию?

Лжецы готовят в своей голове стратегии, они контролируют 52% вербальных и 48% невербальных сигналов.

Практически все прибегают к такой тактике поведения:

1. вести себя спокойно
2. не делать резких движений.
3. говорить утверждено и расслаблено
4. Поддерживать зрительный контакт.

Истероиды часто пользуются данным поведением, когда лгут. Но также отмечается высокая эмоциональная окраска, легко распознать наигранность, т.к. присутствуют признаки стресса. Лжецы быстро согласятся на предложенный вами вариант события с положительным для него контекстом вместо того, чтобы выдумывать это самим, тем самым можно услышать некие противоречия.

Попросите рассказать человека историю наоборот или с середины и дойти до начала, что также может запутать ход выдуманной истории и выявить ложь.

В рассказе могут наблюдаться паузы продолжительные (2сек) и короткие (0,5 сек)

Конфликтология. Конфликты для истероида — скандал. Причем скандал должен возникать без особых причин, или основываясь на мелких, незначительных фактах. Сути конфликта нет, но скандал возникает беспочвенно. Любят пошептать за спиной, не говоря в глаза свое мнение. Доносчики.

Как избежать конфликта? Нельзя забирать самое важное для них — похвалу. При монологе истероида о себе любимом, похвалите его, отметьте на сколько он неповторим или оригинален. Оцените его внешний вид, парфюм, какие-то детали одежды. Они «едят» грубые, четкие, порой чересчур слащавые комплименты. Не бойтесь показаться льстецом, это и нужно, но не переборщите, все должно быть в меру и вовремя.

Не уличайте его во лжи прямо, не давите на него. Откажитесь от отрицательных оценок его личности. Ответной реакцией на это будет истерика в виде слез, жалоб, криков. Они будут рвать и метать, сотрут в порошок.

Поинтересуйтесь его личностью, кто он, чем занимается, кем работает, чем увлекается. Не указывайте, а дайте совет. «Вам бы Я посоветовал...»; «Советую вам ...». Обратите внимание на построение предложения, местоимение «Я» не стоит первым, т.к. для истероида это сигнал о том, что вы забираете его главенство и центр внимания.

Телодвижения. Истероиды делают акцент на кистях и руках: Выкручивающие движения кистями рук; резкие

«выплёскивающие» движения или их напряжение. Манерные движения с наигранной аристократичностью. Могут наблюдаться вальжанные движения плечами, некая кокетливость. Делают акценты на линию шеи, ушей и плеч: плавные повороты головы, нередко сочетая со взглядом «хищницы». Любят «пострелять» глазами. До-

статочно напряженные шило-ключично-сосцевидные и трапециевидные мышцы.

Поза. Истероиды принимают позу «нога на ногу», в основном правая нога поверх левой. Положив руки на колени или скрестив их в замок. В преследующем их позы меняются, становится раскрепощённые.

Литература:

1. Александр Петров: Практическая физиогномика. Книга тренажёр/ Александр Петров. — Москва: издательство АСТ, 2019. — 288.
2. Алан Пиз и Барбара Пиз: Новый язык телодвижений; (пер. с англ. Т. Новиковой). — Москва: Эксмо, 2018. — 448 с. (Психология плюс 1 победа).
3. Петр Борисович Ганнушкин: Клиника психопатий: их статика, динамика, систематика.
4. А. П. Егидес: Как научиться разбираться в людях.
5. Н. А. Забылина: «Истерия»: Дефиниции истерических расстройств. ГОУ ВПО Новосибирский медицинский государственный университет Росздрава (г. Новосибирск) 2007 г.
6. Ненси Мак Вильямс: Психоаналитическая диагностика. Понимание структуры личности в клиническом процессе. Перевод с английского под редакцией М. Н. Глущенко, М. В. Ромашкевича. Москва Независимая фирма «Класс» 2001 г.
7. Короленко Ц. П. Личностные и диссоциативные расстройства: расширение границ диагностики и терапии / Ц. П. Короленко, Н. В. Дмитриева. — Новосибирск: Издательство НГПУ, 2006. — 448 с.

К вопросу о внутрисемейных отношениях и адаптивных возможностях подростков с кохлеарной имплантацией

Полежаева Юлия Николаевна, студент;

Терещенко Нина Геннадьевна, кандидат психологических наук, доцент

Набережночелнинский филиал Казанского инновационного университета имени В. Г. Тимирязова (Республика Татарстан)

Кохлеарной имплантацией — называют комплексную систему мероприятий по полноценной социальной адаптации детей и взрослых, у которых глубокая потеря слуха. В нее включены отбор пациентов; операции по восстановлению слухового ощущения электрической стимуляцией волокон слухового нерва. Последний «наиболее важный и продолжительный этап после кохлеарной имплантации — этап реабилитации, основные задачи которой это подключить речевой процессор и проведение педагогической работы с имплантированным в различных направлениях, в том числе подготовить его к общению среди слышащих» [1, с. 33].

С точки зрения педагогики, проводить кохлеарную имплантацию при отсутствии медицинских противопоказаний можно каждому глухому ребенку, для которого использовать индивидуальные слуховые аппараты неэффективно. Это же относится и к глухим детям, имеющим сложную структуру нарушений. Им после кохлеарной имплантации также доступны все звучания. Это устройство позволяет им реагировать на все окружающие звуки и хорошо ориентироваться в пространстве.

Сурдопедагоги и психологи считают, что у глухих детей можно наблюдать недостаточность речевых средств чтобы

описать личностные особенности людей, их эмоций, и контрастно оценивают качества личности. Это способствует замедлению у глухих формирование моральных и этических представлений, социальной и эмоциональной зрелости, осознания личного отношения к другим людям и самим себе, а также своего положения в среде сверстников и в широком социальном окружении [2].

В сурдопсихологии у глухих можно отметить своеобразные черты характера, они наиболее склонны к невротическим состояниям и реакциям. Астено-невротические и психопатические реакции можно отметить у детей уже в 2–4 года, а в подростковом возрасте — можно отметить появление первых признаков осознания своего дефекта. Л. М. Барденштейн отмечает проявление у неслышащих и слабослышащих эмоционально-волевой незрелости (внушаемости, подражательности, недостаточной самостоятельности, склонности к аффективным взрывам), которые наиболее выражены в 11–13 лет [2].

Т. Н. Прилепская в статье пишет, что неслышащие дети уступают нормально слышащим в отношении социальной зрелости, адаптации к окружающим условиям. Среди них чаще бывают эмоционально-поведенческие нарушения. Причина в том, что эти дети обычно воспитыва-

ются в интернатах, т.е. они много времени изолированы от внешнего «слышащего мира». А так как условия в интернатных учреждениях рассчитаны на детей с нарушенным слухом, например пониженные требования и очень частые поощрения, то у детей может возникнуть обманчивое чувство облегченности и сформироваться чувство иждивенчества. До самого окончания школы дети не сталкиваются с трудностями, вызванными дефектом. Это также является условием для формирования у неслышащих и слабослышащих ошибочного представления о себе [3].

Важно, как родители воспринимают детей и их дефект. В семьях выстраиваются разные стратегии поведения в отношении аномальных детей. Рассматривая основные стратегии по В. С. Соммерсу, то надо сказать о положительных и отрицательных реакциях на дефект [4].

Возможно, родители принимают ребенка, объективно воспринимают, адекватно оценивая собственные силы и возможности, это придает уверенность в себе, в душевной силе. У таких родителей не возникнет чувство вины, неприязни. Бывает и другая ситуация, семья полностью отрицает, что у ребенка есть дефект. Родители не признают для ребенка ограничений и предъявляют к нему высокие требования [5].

Описанные стратегии положительные в том смысле, что позволяют детям участвовать в жизни семьи, делая его полноценным членом семьи. Родители разными способами стараются установить контакт с аномальным ребенком. В подобных семьях дети не испытывают недостатка общения, следовательно, ничто не мешает формировать благополучных свойств личности и самооценки.

Реакция отрицания вызывает нарушения личности из-за повышенного нервного напряжения. Однако у детей с сильной нервной системой стрессовая реакция не возникает, и при необходимых условиях можно добиться хороших результатов.

Возможно возникновение реакции чрезмерной зашиты, если относиться к ребенку с жалостью и сочувствием. Это проявляется в чрезмерно заботливом типе

воспитания. В этом случае может развиваться чувство иждивенчества, пассивный настрой на окружающее. При стратегии скрытого отрицания происходит неявное, завуалированное отвержение ребенка. Дефект считается позором, но такое отношение скрыто чрезмерно заботливым, внимательным воспитанием.

Открытое отречение проявляется в отвращении к ребенку. Родители переадресовывают чувство вины на все общество, врачей, учителей и т.д. Подобная своеобразная защита подобна враждебности по отношению к ребенку.

Эти стратегии поведения родителей неблагоприятно влияют на ребенка, задерживая его развитие, формируя неадекватную самооценку. А потом, подобно снежному кому, накапливаются проблемы адаптации, обучения и эффективной интеграции ребенка с нарушенным слухом в «слышащий мир».

Несмотря на то, что взаимоотношения в семье ребенка с нарушенным слухом изучена недостаточно, следует выделить основные особенности, которые характерны для общения и воспитания глухих детей слышащими, а также неслышащими родителями.

Если ребенок воспитывается в среде глухих, его адаптация и развитие проходит в меру собственных возможностей благополучно. В этих семьях чаще можно встретить стратегию принятия ребенка с его дефектом. По-другому складываются отношения у глухого ребенка с нормально слышащими родителями. В отношениях присутствует ощущение непонимания и отвержения, а также избегания со стороны родителей. В таком случае, находясь дома, ребенок почти все время «общается» с самим собой или с игрушками. В таких случаях восприятие детьми окружающего мира крайне суженный, неполноценный и неадекватный, поскольку не всегда соответствует этапу развития ребенка в данный момент. Следовательно, что такое воспитание отрицательно сказывается на формировании личности и самооценки [4].

Итак, проблема влияния отношений в семьях, воспитывающих ребенка с нарушенной слуховой функцией, на его развитие, достаточно актуальна.

Литература:

1. Авдеева, Н. А. Роль матери и отца в развитии ребенка: Советы психолога / Н. А. Андреева // Журн. Дошкольное воспитание, 2015. — № 3. — С. 93–101.
2. Алешина, Ю. Е. Индивидуальное и семейное психологическое консультирование: Социальное здоровье России / Ю. Е. Алешина. — М.: Класс, 2009. — С. 25–37.
3. Гиппенрейтер, Ю. Б. Общаться с ребенком. Как? / Ю. Б. Гиппенрейтер. — М.: ЧеРо, 2007. — 240 с.
4. Бороздина, Л. В. Опыт коррекции «триады риска» / Л. В. Бороздина // Вестник Московского университета. Серия 14. Психология. — 2014. — № 1. — С. 72–86.
5. Боскис, Р. М. Глухие и слабослышащие дети / Р. М. Боскис. — М.: Изд-во АПН РСФСР, 2003.

Исследование тревожности и основных ее причин у младших школьников в период адаптации

Тихонова Татьяна Сергеевна, студент

Тульский государственный педагогический университет имени Л. Н. Толстого

В статье приводятся результаты диагностического исследования тревожности у детей младшего школьного возраста в период адаптации. Изучаются причины ее возникновения. Проведенное исследование позволяет выделить причины возникновения тревожности у младших школьников, признаки ее проявления, а также наиболее частые последствия.

Ключевые слова: тревожность, младший школьный возраст, адаптация к школе, самооценка, тип родительского отношения к детям, социометрический статус.

Проблема адаптации первоклассника к обучению в школе является одной из самых важных для педагогики и психологии образования, так как от того, как ребенок адаптируется в школе, насколько успешно пройдут его первые месяцы и первый год в образовательном учреждении, зависит не только успешность его обучения, отношение к учению, учителю и сверстникам, но и способность к дальнейшему психическому, личностному и социальному развитию. Нарушение процесса адаптации негативно сказывается на становлении ученика как субъекта учебной деятельности в целом.

В последние годы многие исследователи, среди которых О. А. Белобрыкина, Г. С. Голошумова, А. В. Запорожец, В. Е. Каган, Г. Г. Кравцов, Г. Ф. Кумарина, Н. П. Лусканова, Т. Д. Молодцова, Г. Л. Репина, В. И. Слободчиков, В. А. Сластенин и другие, говорят об интенсивном увеличении числа детей с нарушениями поведения, общения, психосоматическими заболеваниями, вызванными трудностями адаптации к условиям образовательной среды.

Несмотря на отсутствие единого взгляда на то, что представляет собой тревожность, многие авторы сходятся во мнениях о том, что она является состоянием человека, характеризующимся повышенной склонностью к переживаниям, опасениям и беспокойству, имеющим отрицательную эмоциональную окраску. Возникает она в тех случаях, которые, по мнению самого человека, несут в себе психологическую угрозу для него и могут обернуться для него неприятностями, неудачами или фрустрациями. Также многие авторы предлагают рассматривать тревожность дифференцированно — как ситуативное явление и как личностную характеристику с учетом переходного состояния и его динамики.

Е. Н. Савина пишет, что главной причиной, вызывающей детскую тревожность, является неправильное воспитание и неблагоприятные отношения ребенка с родителями, особенно с матерью [4, с. 32]. Так отвержение, неприятие его матерью приводит к появлению тревоги из-за невозможности удовлетворения потребности в любви, в ласке и защите.

Среди наиболее распространенных причин школьной тревожности А. М. Прихожан центральное место отдает

чрезмерно высокими и жесткими требованиями родителей, не учитывающими способности ребенка, уровень его развития, направленность интересов [1, с. 14].

Многие ученые, которые занимались изучением тревожности младших школьников, выявили, что к основным причинам ее появления и развития также относится авторитарный стиль общения учителя или непоследовательность требований и оценок; высокий темп учебных занятий; неприятие со стороны сверстников, соперничество и конкуренция с ними; ситуации повышенной ответственности; тревожно-мнительная психологическая атмосфера в семье и т. д. [1, с. 12–16; 3]. Центральное место в процессе возникновения у младших школьников тревожности занимает адаптация к школе, которая сопровождается переходом к учебной деятельности в роли доминирующей, включением в новый учебный коллектив, в систему отношений ученик-учитель, необходимостью усваивать большой объем новой информации. Все это выступает в качестве причин возникновения тревожности у детей младшего школьного возраста.

Помимо отрицательного влияния на здоровье, поведение и продуктивность деятельности, высокий уровень тревожности отрицательно сказывается и на качестве социального функционирования личности. Все это подтверждает, что тревожность младших школьников — это весьма серьезная социальная, педагогическая и психологическая проблема.

В связи с этим целью нашего исследования выступает изучение тревожности у детей младшего школьного возраста. Экспериментальное исследование проходило на базе Муниципального бюджетного общеобразовательного учреждения «Центр образования № 15» г. Тулы. Выборку исследования составили 23 младших школьника в возрасте 6–7 лет.

В основу диагностической программы легли те факторы, которые многие исследователи выделяют в качестве доминирующих факторов повышения тревожности младших школьников. В связи с этим в ходе реализации диагностического этапа исследования проводилось изучение тревожности младших школьников; особенностей их эмоционально-личностной сферы и самооценки; определение типа родительского отношения к детям; опре-

деление положения, которое занимает каждый ребенок в системе межличностных отношений классного коллектива.

Диагностическая программа включала в себя следующие методики: «Проективная методика для диагностики школьной тревожности» А. М. Прихожан; графическая методика «Кактус» А. М. Панфиловой; «Лесенка» В. Г. Щур; «Тест родительского отношения» А. Я. Варга, В. В. Столина; «Социометрия» Дж. Морено.

В результате проведения констатирующего этапа исследования были получены следующие результаты.

С помощью «Проективной методики для диагностики школьной тревожности» А. М. Прихожан выявлено, что у большинства детей — 52,2% — уровень тревожности является высоким. Это может свидетельствовать о том, что дети способны испытывать тревогу в ситуациях общения с учителем и одноклассниками, незнакомыми людьми, в ситуациях проверки знаний, выставления оценки и т. д. Для них характерно беспокойство, неуверенность в себе, трудность сконцентрироваться на выполняемой деятельности, раздражительность и др.

Проведение графической методики «Кактус» А. М. Панфиловой показало, что у 52,2% детей имеются такие черты и качества личности, как зависимость и неуверенность в себе, у 47,8% детей — демонстративность и открытость, у 56,5% детей — скрытность и осторожность, у 60,8% — оптимизм, у 39,2% детей выявлено состояние тревоги. Соотнеся полученные данные с данными по предыдущей методике, следует отметить, что для детей с высоким уровнем тревожности характерна неуверенность в себе и своих силах и возможностях, зависимость, скрытность и осторожность.

С помощью методики «Лесенка» В. Г. Щур выявлено, что у большинства детей — 43,5% — самооценка является завышенной. Сравнивая полученные результаты с результатами диагностики по предыдущим методикам, мы установили, что у большинства детей с высоким уровнем тревожности самооценка является заниженной. Как правило, дети с таким уровнем самооценки склонны недооценивать свои заслуги и достижения при выполнении какой-либо деятельности, они не ожидают, что смогут достигнуть в ней успеха.

Результаты проведения «Теста родительского отношения» А. Я. Варга, В. В. Столина показывают, что большинство родителей — 47,8% — придерживаются такого типа родительского отношения, как «симбиоз». Также установлено, что подавляющая часть родителей — 82,6% — проявляют положительное эмоциональное отношение к своему ребенку. Сравнивая полученные данные с данными предыдущих методик, отметим, что родители детей с высоким уровнем тревожности предпочитают в основном транслировать при взаимодействии с ними такой тип родительского отношения, как симбиоз. Это говорит о том, что они склонны быть ближе к своему ребенку, не устанавливая психологической дистанции, стараются удовлетворять основные разумные потребности

детей и ограждать их от неприятностей. Также родители детей с высоким уровнем тревожности склонны контролировать своих детей, о чем говорят высокие баллы по шкале «контроль». Как правило, такие родители бывают излишне авторитарны по отношению к детям, могут предъявлять к ним завышенные требования, навязывать свою волю. Вместе с тем большинство родителей относятся нейтрально и даже отрицательно к неудачам собственных детей, что говорит о склонности недооценивать их успехи и достижения, неверии в силы и способности детей. К самим детям большинство родителей проявляет положительное отношение, но многие склонны проявлять и отрицательное отношение.

С помощью методики «Социометрия» Дж. Морено, направленной на определение положения, занимаемого каждым учеником в классе в системе межличностных отношений, выявлено, что большинство детей с высоким уровнем тревожности имеют статус «пренебрегаемых» участников коллектива. Как правило, дети с таким статусом могут быть безынициативны, могут проявлять безразличие к учебе и успеваемости одноклассников, пренебрежительное отношение к их мнению. Также тревожные дети имеют статус «изолированных», на основании чего можно предположить, что для них затруднительно устанавливать контакт с окружающими детьми, они не стремятся участвовать в совместной деятельности с ними, могут быть робки и малоактивны. Малая часть тревожных детей получила статус «предпочитаемых». Таким образом, низкая социальная активность детей, робость, неуверенность в себе, недостаточное развитие коммуникативных навыков может приводить к закреплению за ними в коллективе статуса «пренебрегаемых» или «изолированных». Это, в свою очередь, может выступать причиной повышения их тревожности.

Подводя итог, можно заключить, что у большинства детей младшего школьного возраста уровень тревожности является высоким. Для таких детей характерна неуверенность в себе, скрытность и осторожность, заниженная самооценка. В коллективе они имеют статус «пренебрегаемых» и «изолированных», а психологический климат в нем оценивают как нейтральный, реже — как неблагоприятный. Их родители предпочитают в основном транслировать тип родительского отношения под названием «симбиоз», что говорит об их склонности не устанавливать психологической дистанции с ребенком, ограждать его от неприятностей.

На основании полученных результатов было рекомендовано проведение работы с детьми по снижению уровня тревожности, по коррекции уровня их самооценки до адекватного, по установлению благоприятного психологического климата в классе и гармонизации детско-родительских отношений. Для этого была составлена психокоррекционная программа по снижению тревожности у младших школьников в контексте психолого-педагогической поддержки.

Литература:

1. Лютова Е. К., Монина Г. Б. Психокоррекционная работа с гиперактивными, агрессивными, тревожными и аутичными детьми. М.: Новая строка, 2014.
2. Прихожан А. М. Причины, профилактика и преодоление тревожности / А. М. Прихожан // Психологическая наука и образование. 1998. №2. С. 11–17.
3. Прихожан А. М. Тревожность у детей и подростков: Психологическая природа и возрастная динамика. М.: Владос, 2014.
4. Савина Е. Н. Тревожные дети / Е. Н. Савина // Дошкольное воспитание. 1996. №4. С. 31–35.

Понятие манипуляции в общении

Чернова Александра Денисовна, студент
Астраханский государственный университет

В статье рассмотрен термин «манипуляция» в понимании различных авторов. Также выделены виды, признаки, признаки манипулятивных воздействий и их критерии эффективности.

Ключевые слова: манипуляция, типы манипуляции, эффективность, виды манипуляции.

В настоящее время все больше и больше людей используют манипуляции в общении с другими людьми. По мнению многих исследователей, манипуляции — это система способов социально—психологического воздействия. Такое воздействие, как правило, оказывается, с целью изменения мышления и поведения людей вопреки их интересам. М. Битянова определяет манипуляцию как форма межличностного общения, которая предполагает воздействие на партнера по общению, с целью достижения своих скрытых намерений. Помимо этого при манипулятивном общении ставится цель добиться контроля над поведением и мыслями другого человека. Таким образом, партнер не информируется об истинных целях общения, чаще всего цели скрываются, либо подменяются другими. Манипулятивное воздействие обычно незаметно для большинства людей. Но его можно проследить во время работы, при общении друзей, соседей. Социолог Татьяна Фролова дает следующее определение: «под манипулированием в большинстве случаев следует понимать психическое воздействие, которое производится тайно, а следовательно в ущерб тем лицам, на которых оно направлено». В. Ф. Олешко определяет манипуляцию как «вид целенаправленного или ситуативно обусловленного психологического воздействия при посредстве масс-медиа, используемый для достижения одностороннего, как правило, выигрыша посредством скрытого побуждения всей аудитории или какой-то ее части к принятию каких-либо установок или к совершению определенных действий».

Обычно манипуляции делят на три группы:

1. Организационно-процедурные;
2. Психологические;
3. Логические.

Организационно-процедурные манипуляции чаще всего используются организаторами переговорного про-

цесса, либо дискуссии. Такие манипуляции направлены на срыв обсуждения, на умышленное столкновение противоположных взглядов участников дискуссии с целью накалить атмосферу или на сведение переговоров к заведомо неприемлемому для оппонентов варианту обсуждения. Приемами такой манипуляции являются: перерыв в обсуждении, предоставление материалов для обсуждения накануне встречи, недопущение повторного обсуждения, приостановка обсуждения на желаемом варианте, избыточное информирование и тому подобное.

Психологические манипуляции имеют в основании приемы, которые вводят собеседника в состояние раздражения, тем самым играя на его чувствах самолюбия и стыда. К таким манипуляциям можно отнести: умалчивание отдельных деталей, введение в раздражение, слишком быстрый или медленный темп обсуждения, видимая поддержка, утаивание информации, недосказанность, принуждение к однозначному ответу и так далее.

Логические манипуляции основываются сознательных нарушениях основных законов и правил формальной логики или же, наоборот, на их умелом использовании в целях воздействия на недостаточно осведомленного оппонента. К таким манипуляциям можно отнести: неопределенность тезиса, недостаточность аргументов, выводов и доводов, построение суждений на логической ошибке, неполное опровержение и так далее.

Причинами манипуляции могут служить:

1. Недоверие;
2. Любовь;
3. Победа;
4. Риск и неопределенность;
5. Страх;
6. Возможность одобрения.

Признаки манипуляции:

- 1) психологическое воздействие;

2) отношение манипулятора к другому как средству достижения собственных целей;

3) стремление получить односторонний выигрыш;

4) скрытый характер воздействия (как факта воздействия, так и его направленность);

5) использование (психологической) силы, игра на слабостях;

6) побуждение, мотивационное привнесение;

7) мастерство и сноровка в осуществлении манипулятивных действий.

Эффективность реализации любого вида манипуляции зависит от определенных условий:

1. Уровня интеллектуальных способностей адресата.

2. Возможности адресата проверить достоверность информации.

3. Индивидуальной характеристики адресата коммуникации.

4. Умения адресанта эффективно использовать манипулятивные приемы.

5. Уровня информированности участников коммуникации.

Таким образом, манипуляция — это социально-психологическое воздействие на человека. Оно бывает организационно-процедурным, психологическим и логическим. Причинами манипулятивного поведения может служить недоверие, любовь, победа, риск и неопределенность, страх, возможность одобрения. Признаками манипуляции считаются психологическое воздействие, отношение манипулятора к другому как средству достижения собственных целей, стремление получить односторонний выигрыш, скрытый характер воздействия, использование (психологической) силы, игра на слабостях, побуждение, мотивационное привнесение, мастерство и сноровка в осуществлении манипулятивных действий.

Литература:

1. Аронсон Э. Эпоха пропаганды: механизмы убеждения, повседневное использование и злоупотребление / Э. Аронсон. — СПб.: Прайм-Еврознак, 2003.
2. Васильев А.Д. Некоторые манипулятивные приемы в текстах телевизионных новостей / А.Д. Васильев // Политическая лингвистика. — Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. пед. ун-та, 2006.
3. Геген Н. Психология манипуляции и подчинения / Н. Геген. — СПб.: Питер, 2005.

МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И PR

Информатизация культуры: тенденции развития PR-деятельности государственных учреждений культуры в цифровой среде

Зардиашвили Марина Георгиевна, студент магистратуры
Белгородский государственный национальный исследовательский университет

В 2018 году перед государственными учреждениями культуры, в том числе и учреждениями культуры Белгородской области, была поставлена задача [1] увеличить количество посещений учреждений культуры в общем виде, а также увеличить количество обращений к цифровым ресурсам о культуре более чем в 5 раз к 2024 году. Для того, чтобы выполнить требования Нацпроекта региональным учреждениям культуры предлагается сделать ряд шагов к цифровой трансформации (цифровизации), которая предполагает внедрение инновационных технологий в деятельность музеев, галерей, театров, библиотек и филармоний страны.

Учреждения культуры могут использовать различные современные технологии для повышения своей конкурентоспособности на рынке. В экономической среде, характеризующейся постоянным и быстрым технологическим развитием, успешные организации могут адаптировать свою деятельность к изменениям. Технологические инновации позволяют учреждениям культуры стать более привлекательными и лучше выполнять свои функции, и в то же время использовать свои ресурсы более эффективно.

Важнейшей etapом цифровизации учреждений культуры является формирование новой коммуникационной модели и использование современного инструментария для ведения рекламной и PR-деятельности. Использование цифровых технологий для продвижения услуг культурно-досуговых учреждений имеет большой потенциал и может существенно повысить эффективность PR-коммуникаций и увеличить конкурентоспособность учреждения на рынке. Для этого необходимо грамотно использовать инструменты рекламной и пиар коммуникации, учитывая особенности целевой аудитории и улучшая качество предоставляемых услуг. За счет лучшей по качеству предлагаемой услуги и лучшей организации её продвижения, появляется конкурентное преимущество, что в свою очередь способствует общему продвижению и увеличению количества лояльных потребителей услуг учреждения.

PR-деятельность учреждения культуры включает в себя различные направления: работу с потребителями услуг

учреждения, средствами массовой информации, инвесторами, властями, общественными организациями, а также с сотрудниками. Для того, чтобы охватить столь широкую аудиторию бюджетным организациям необходимо выходить на новые публичные коммуникационные пространства, интегрироваться в единые информационные системы, создавать веб-сайты, регистрировать аккаунты в социальных сетях, вести собственные блоги. Интернет также является средством продвижения миссии и мероприятий учреждения. Такая деятельность способствует повышению информированности среди общественности.

Новые технологичные методы и инструменты продвижения услуг учреждений культуры должны быть использованы в комплексе, то есть включены в целостную маркетинговую стратегию, а также отвечать всем целям и задачам, поставленным перед учреждением.

Под инструментами продвижения мы предполагаем различные технологичные (цифровые) средства, применяемые в деятельности по связям с общественностью, с целью достижения поставленных коммуникативных задач [2, с. 10].

Мы выделили несколько категорий «цифровых» инструментов, с помощью которых учреждения культуры могут более эффективно вести работу по продвижению и распространению информации о деятельности своей организации:

- 1) внутренние информационные системы;
- 2) единые федеральные и региональные порталы;
- 3) интерактивные технологии и сервисы;
- 4) социальные медиа;

Рассмотрим подробнее каждое из них.

Внутренние информационные системы.

В настоящее время основной внутренней информационной системой для всех учреждений культуры Российской Федерации является АИС ЕИПСК (Автоматизированная информационная система мы предполагаем «Единое информационное пространство в сфере культуры»).

АИС ЕИПСК является проектом Министерства культуры РФ. Основное предназначение проекта сбора

и распространения информации в сети Интернет о деятельности учреждений культуры, повышение уровня информированности среди населения, путем распространения информации о культурных событиях.

АИС ЕИПСК это:

- Открытые данные на уровне региона (данные об учреждениях культуры и их события);
- Автоматизация сбора сведений (альтернатива бумажной отчётности);
- Инструмент продвижения учреждений культуры в сети Интернет;

- Платформа для построения региональных сервисов (афиш и туристический порталов);
- Обучение сотрудников учреждений культуры и обмен опытом.

АИС ЕИПСК является преимущественно внутренней системой, доступ к которой имеют зарегистрированные учреждения культуры, вход в систему осуществляется с помощью личного кабинета.

Система также успешно интегрируется с внешними информационными системами — СМИ, информационными порталами и афишами.

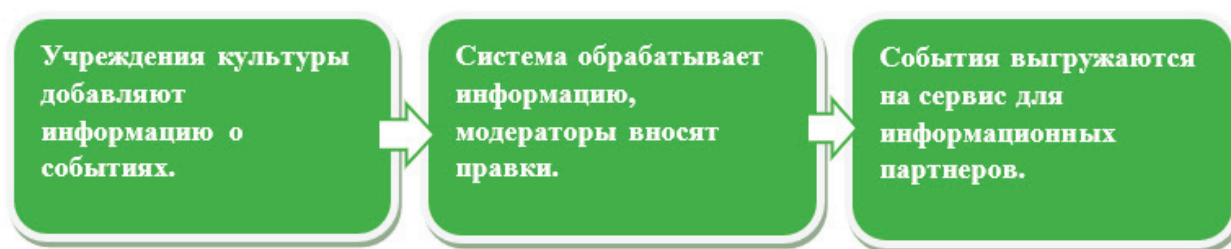


Рис. 1. Схема работы системы АИС ЕИПСК

Добавленные учреждениями культуры события, в первую очередь попадают на сервис для партнерских интернет ресурсов. Информация, полученная из ЕИПСК — это информация из первоисточника.

АИС ЕИПСК дает учреждениям доступ к информационным партнерам различного уровня и предоставляет информацию о развитии культуры в регионе.

Так, например, на сайте Министерства культуры Российской Федерации, в разделе «Культурная жизнь регионов» можно узнать о тех мероприятиях, которые проводят учреждения культуры из любой точки России.

С помощью АИС ЕИПСК «Яндекс афиша» распространяет информацию более чем в 30 городах страны.

Еще одним важным преимуществом является и то, что система АИС ЕИПСК предоставляет возможности обучения сотрудников учреждений инновационным методам распространения информации в сети Интернет.

Пользуясь данными из АИС ЕИПСК, учреждения культуры могут формировать на своих официальных сайтах такие разделы, как карта культурных событий региона или афиша, тем самым увеличивая востребованность своего интернет-ресурса.

Органы исполнительной власти, могут автоматизировать сбор информации о деятельности региональных учреждений, воспользовавшись специальным механизмом.

На данный момент в Единой информационной системе в сфере культуры зарегистрировано порядка 11 тысяч учреждений, предоставляющих информацию миллионам пользователей о более 20 тысячах культурных событий.

Единые федеральные и региональные порталы.

Важно, что на основе данных из ЕИПСК могут быть созданы информационные и коммерческие порталы, рассказывающие о культурных событиях и освещающие дея-

тельность учреждений как внутри регионов, так и на федеральном уровне.

Одним из таких примеров может служить портал о культурном наследии Культура.рф. Еще один проект министерства Портал Культура.рф в декабре 2018 года достиг рекордной аудитории 2 миллиона посетителей, обогнав многие ресурсы, он может называться самым популярным ресурсом о культуре в своей тематике.

Данная платформа объединяет на одной площадке пользователей с учреждениями культуры по всей стране и позволяет последним рассказать в цифровом пространстве о том, что у них происходит. На сайте можно найти большое количество информации о российской культуре в разделах «литература», «музыка», «театр», «кино», «архитектура», но и актуальные материалы о будущих культурных событиях во всех регионах страны.

Есть еще одна публичная платформа — Национальная электронная библиотека (нэб.рф). Это проект с большим потенциалом. Сейчас национальная электронная библиотека насчитывает более 4,6 миллионов оцифрованных документов, 40 миллионов записей в электронном каталоге, 10 тысяч электронных читальных залов. Ближайшая задача для Министерства культуры на несколько лет — единое всероссийское электронное пространство знаний на базе данного проекта.

Государственный каталог музейного фонда (Goskatalog.ru) — это собрание коллекций живописи, предметов прикладного искусства и археологии, редких книг, документов, фотографий и пр. в цифровом виде на едином портале Goskatalog.ru. На нем собрано и опубликовано более 10 миллионов экспонатов и предметов из различных музеев страны, 8 миллионов из которых опубликованы с изображением. Только в декабре 2018 года более 150 тысяч

пользователей познакомились с коллекциями российских музеев с помощью портала.

Такие информационные ресурсы могут стать отличным инструментом для создания региональных сервисов и порталов. Строить коммуникацию на уровне региона. Таким примером является белгородский проект «Культурный регион».

«Культурный регион» — это единая информационная инфраструктура в сфере культуры и туризма отдельного региона.

Инфраструктура проекта:

— информационный интернет-портал и мобильное приложение «Культурный регион», интегрированные с АИС «ЕИПСК»;

— региональная билетная система в соответствии с № 54-ФЗ — электронные билеты во все учреждения региона;

Функционал портала предполагает не только продажу платных билетов в учреждения культуры, но и регистрацию на бесплатные. Это дает возможность организациям собрать базу лояльных посетителей, которой может воспользоваться для того, чтобы выстроить постоянную коммуникацию с пользователем.

Одной из главных целей проекта является повышение квалификации сотрудников учреждений культуры в области цифровых технологий. С этой целью разработаны онлайн курсы по направлениям интернет-маркетинга, SMM, организованы вебинары с лидерами отрасли.

С реализацией проекта такие учреждения, как музеи, дворцы культуры и выставочные залы, впервые смогли продавать билеты онлайн и расширили свое присутствие в сети Интернет.

Один из публичных кейсов проекта — сопровождение и реализация билетов на вечер искусств «ИнтерстеллART» в белгородском выставочном зале «Родина». В течение трех дней анонсирования и продвижения события на сайте и в социальных сетях проекта, было распродано 200 билетов за полтора месяца до даты проведения мероприятия. Информационная поддержка на популярном интернет-ресурсе региона и в крупных городских сообществах увеличила упоминаемость события.

Еще одним эффективным инструментом для увеличения аудитории учреждений культуры стали стриминговые и онлайн-трансляции. На платформе «Культурного региона» больше 5 миллионов зрителей по всей стране посмотрели прямые эфиры из белгородских учреждений культуры. А Белгородская филармония стала единственной региональной площадкой, которая вошла в тройку лидеров всероссийского рейтинга «Культурный стриминг» портала «Культура.РФ».

Интерактивные технологии и сервисы.

Как мы видим, сегодня в культурной отрасли очень востребованы технологичные решения. Новейшей технологией в сфере культуры стала российская цифровая платформа дополненной реальности «Артефакт».

«Артефакт» — это бесплатная платформа для музеев и их посетителей. Мультимедийный гид с технологией дополненной реальности, который «проведет» посетителей по экспозиции и сделает поход в музей более интересным.

Мобильное приложение устанавливается на смартфон посетителя и распознает экспонаты, рассказывая о важных деталях и интересных фактах; открывая дополнительную информацию (этапы реставрации, авторские эскизы); новые знания (предоставляет посетителю статьи об экспонате от экспертов и профессионалов отрасли).

Интерактивная платформа «Артефакт» позволяет создавать различные квестовые и игровые механики с экспонатами учреждения и включать посетителей в реальное взаимодействие. Таким образом, в 2018 году на площадках белгородских музеев были организованы более 30 квестовых и игровых мероприятий.

Использование технологий дополненной реальности в своей деятельности дает учреждениям культуры несомненное преимущество в привлечении посетителей.

Социальные медиа

Социальные медиа (англ. *social media*, *social networking services* — социальные средства коммуникации, службы сетевого общения) — вид массовой коммуникации посредством интернета.

К наиболее важным инструментам социальных медиа, которые необходимо учитывать, относятся: распространение изображений (например, через Instagram), подкасты (например, через soundcloud, iTunes или TuneIn), микроблоги (Twitter), блоги и социальные сети (Facebook, Google Plus и т.д.), виртуальные миры, интерактивные онлайн-выставки и распространение видео (Youtube).

Учреждения культуры могут использовать социальные сети как канал распространения товаров и услуг или как средство коммуникации и продвижения.

Сегодня мы можем наблюдать определенные изменения в рекламной и маркетинговой деятельности, связанной с продвижением продуктов культуры и досуга. Учреждения культуры пересматривают свою деятельность, это обусловлено изменением в социальной среде и их роли в обществе. Учреждения культуры принимают участие не только в культурных процессах, но и в социальных и экономических, продолжая оставаться при этом и культурно-досуговыми центрами. Аудитория посетителей учреждений расширилась, а потребности этой аудитории в сфере организации досуга начали изменяться.

Предметом борьбы различных учреждений культуры, стало свободное время населения, и поэтому учреждения нуждаются в инновационных разработках и технологиях для развития своих конкурентных преимуществ.

Рассмотрев возможности цифровых технологий в сфере культуры, мы выявили те, которые имеют наибольшую эффективность и используются для продвижения учреждения и формирования лояльной аудитории в цифровом пространстве.

Мы выяснили, что внутренние информационные системы являются эффективным инструментом для сбора, обработки

и хранения информации о деятельности учреждений культуры и облегчает взаимодействие организаций различных уровней с региональными учреждениями культуры.

Единые федеральные и региональные порталы и интернет-ресурсы способствуют грамотному построению коммуникационных моделей, систематизируют большое количество культурного контента и помогают рассказать

о деятельности учреждений культуры широкой аудитории интернет-пользователей.

Технологические инновации в сфере культуры позволяют учреждениям стать более привлекательными и использовать свои ресурсы более эффективно. Активность в социальных сетях является неотъемлемым элементом маркетинговой коммуникации учреждений культуры.

Литература:

1. Указ П. Р. Ф. О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» от 07.05. 18 [Электронный ресурс] //URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_297432. — 2018.
2. Грачева Е. С. Музейная деятельность в контексте PR-технологий: социокультурные тенденции //Вестник Поволжского института управления. — 2009. — № . 3. — С. 10–47.
3. Горбатова Л. И. Культурная политика и реформа сферы культуры в условиях общественной трансформации // Вопросы культурологии. — 2008. — № . 9. — С. 58–59.
4. Ефимова Т. В. Интернет как социокультурный институт и фактор трансформации современной культуры.
5. Козлова Т. Особенности организации связей с общественностью (паблик рилейшнз) в деятельности государственного учреждения культуры //Вопросы культурологии. — 2007. — № . 8. — С. 57–62.

Интернет и PR-технологии как инновационные ресурсы современного музея

Зардиашвили Марина Георгиевна, студент магистратуры
Белгородский государственный национальный исследовательский университет

Музей является важнейшим памятником исторического наследия и мирового искусства. За всю свою историю существования музей претерпел огромное количество изменений, модификаций. Тем не менее до XX века музей выполнял функцию хранения артефактов произведения искусства во всех сферах. Сейчас современный музей является социальным и культурным институтом, воспитывающий не только эстетический, но и нравственный вкус [7, с.32–87.] Сегодня в своей работе современные музеи пытаются адаптироваться к современной среде для, чтобы стимулировать и мотивировать у посетителей понимание творческого процесса. Для этого музеи активно используют современные платформы транслирования информации такие, как масс-медиа, рекламные и PR технологии, интернет. Главной целью использование таких платформ заключается в том, чтобы быть не только креативной площадкой, но и открывать новые возможности для посетителей музея.

Современный российский культуролог М. С. Каган в своих работах, посвященных культуре современного искусства, считает, что музей на данном моменте своего развития стал альтернативой возрастающей визуализации культуры и традиционного вербализма. Известно, что сейчас, в эпоху технологий и большого количества возможностей, людям привычно взаимодействовать с большим количеством визуальной информации. Обильное количество визуальной информации формирует клиповое мыш-

ление и не дает возможности по-настоящему оценить произведения искусства [1].

Вторая половина XX века характеризуется преобразованиями в музейном пространстве. Это время стало периодом кардинальных изменений в музейном мире. Преобразования привели к тому, что музей стал более доступным и открытым для посетителей. Если раньше вход в музей был доступен только для высших сословий и чинов, то начиная с XX века, этот процесс кардинально изменился. В музейной деятельности все больше стала присутствовать информационная открытость, общественная доступность, ориентированность на совершенно разные социальные группы. Это позволило населению знакомиться с музейными экспонатами гораздо ближе и чаще, по сравнению с другими временами и эпохами. Произошла переориентация музейной деятельности. Эта переориентация заключается в том, музей стал выполнять досугово-развлекательную функцию. Если раньше музей был учреждением, удовлетворяющим потребности собирания, хранения и изучения предметов произведения искусства. На нынешнем этапе развития музей становится не только образовательным, воспитательным, и научно-исследовательским учреждением, но и центром коммуникации, который способствует сохранению и популяризации культурных ценностей, обмену культурными ценностями и традициями.

Мануэль Кастельс — один из ведущих социологов современности считает, что современный мир стал очень

зависим от информационных технологий. По его мнению, социальные и информационные технологии пронизывают все сферы деятельности, начиная с экономической и военной системы, заканчивая предметами повседневной жизни [2, с.134.]. Динамично развивается электронная культура — новая область развития современной культуры общества, которая формируется на основе использования электронных средств [2, с.150.]. Это оказывает сильное влияние на процессы создания, хранения, трансляции культурных ценностей. Поэтому PR технологии в цифровом пространстве стали мощнейшими ресурсами современного искусства.

Появление информационных технологий сыграло значительную роль в развитии музейной деятельности. Процесс информатизации общества способствовал улучшению условий труда музейных работников. Сегодня в музейной практике применяются мультимедийные технологии, создаются электронные информационно-образовательные порталы, проводятся виртуальные экскурсии. Виртуальная экскурсия до недавних времен была вершиной развития информационных технологий музейной деятельности. Практически каждый человек, находясь дома, может виртуально посетить множество музеев мира. Это удобно для посетителей из разных точек мира. Виртуальное путешествие стимулирует к реальному посещению. Для этого, музейные IT-работники прилагают значительные усилия. Существуют также интерактивные приемы, ориентированные на разные возрасты, интересы — игры и квесты с использованием технологий виртуальной реальности [7, с. 91].

Имидж музея, несомненно, влияет на его отношения с общественностью. Это обусловлено процессом создания и развития бренда музея. Можно сказать, что сегодня PR технологии — это область деятельности, способствующая достижению высокой значимости в глазах общественности. Миссия музеев, становится все важнее, потому что именно они являются центром хранения культурных ценностей и традиций. PR технологии здесь выполняют функцию обеспечения коммуникаций между музеем и его окружением, то есть посетителями, спонсорами, государственными и муниципальными органами, непосредственными спонсорами музеев [4].

Общество не стоит на месте, происходит огромная динамика в развитии рекламы. Битва за внимание потребителей становится очень жесткой, и поэтому таким учреждениям, как музеи, приходится прибегать к услугам различных PR организации. Эти изменения также тре-

буют соответственного подхода к обучению музейных работников. Сегодня уровень их мастерства и умения работать с произведениями искусства должен быть на таком же уровне, как и умение обращаться информационными (цифровыми) технологиями. Такие технологии зачастую позволяют наиболее детально знакомить людей с артефактами искусства и культуры, нежели общение с экскурсоводом. Людям необходимо четко понимать, какие произведения искусства содержит тот или иной музей, какие акции и льготы в нем действуют, что интересного может представить тот или иной музей. Поэтому музеи, как любые учреждения культуры должны наиболее уметь эффективно использовать в своей деятельности эти возможности. Прибегать к рекламе, знакомя людей со своими услугами. Выстраивать определенный имидж. Распространять информацию и услуги посредством сети интернет. Не стоит также забывать, что уровень популярности музеев также зависит от привлечения дополнительных средств финансирования. Эти средства идут на реставрацию, ремонт, заказ хорошей рекламы и т.д. Компании, занимающиеся PR, маркетингом и рекламой также помогают музеям в привлечении спонсоров и меценатов [6].

Таким образом, мы можем сделать вывод о том, что в условиях современного развития общества существует необходимость в использовании информационных технологий во всех сферах жизнедеятельности. Информационные технологии сегодня активно реализуются в музейной деятельности расширяя и дополняя список функций региональных и федеральных музеев. Музей — это социальный и культурный институт, хранящий в себе не только артефакты культуры, но и знакомящий и соединяющий людей с прошлым, настоящим и будущим. В информационном развитии российские музеи сейчас во многом опережают другие учреждения культуры, используют различные приемы для совершенствования своей деятельности. К этим приемам относятся организация рекламирования своих услуг, выстраивания собственного имиджа и налаживание коммуникаций с общественностью посредством сети интернет. Все это способствует увеличению количества посетителей музеев. Виртуальные экскурсии, игровые и квестовые механики с использованием различных технологических средств — это одна из самых эффективных и популярных приемов в музейной деятельности. Все больше людей могут спокойно, не выходя из дома, совершить виртуальное путешествие и экскурсию. Это является результатом работы музеев с инструментами информационных технологий.

Литература:

1. Грицкевич В. П. История музеев мира: учеб. пособие для студентов «Музейное дело и охрана ист. — культур. наследия»/ В. П. Грицкевич, А. А. Гужаловский. — Минск: Изд-во Белорус. ун-та, 2003. 433с.
2. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество, культура. М.: ГУ ВЭШ, 2000. 608 с.
3. Кондратьев Э. В., Абраноб Р. Н. «Связи с общественностью». Учебное пособие для высшей школы.
4. Печенкин В. В. Информационные технологии в социальной структуре общества. Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2001. 188 с.

5. Пономарев Н. Ф. Связи с общественностью: социально-психологические аспекты: учеб. пособие. — М. [и др.]: Питер, 2008. 208 с.
6. Чумиков А. Н. Связи с общественностью: Теория и практика: учебное пособие для вузов. — 3-е изд., перераб. и доп. М.: Дело, 2006. 552с.
7. Философия музея. Учебное пособие. — М.: ИНФРА-М, 2014. 192 с.
8. Шлыкова, О. В. Обучение Интернет-Ресурсам В Вузах Культуры И Искусств / О. В. Шлыкова. — Москва: ИЛ, 2010. 706 с.

Изучение сущности и трактовок понятия имиджа

Зубова Валерия Александровна, студент магистратуры

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Нижегородский филиал

Понятие «имидж» в научную литературу ввели Зигмунд Фрейд и Кеннет Болдуинг. З. Фрейд популяризировал это понятие, выведя его из сферы научной психологии, так как издавал журнал с одноименным названием. Однако широкую известность термин не приобрел. В деловой оборот термин «имидж» ввёл в 60-е годы XX века американский экономист К. Болдуинг.

В России это понятие стало широко использоваться в 90-е годы XX века, когда появился спрос на профессиональное формирование имиджа государственных деятелей, актеров, спортсменов [5, с. 4].

Слово «имидж» переводится как «изображение, подобие, мысленный образ, представление, символ». Этот перевод отражает одно из значений термина, а именно: «имидж» как внешне наблюдаемый образ. Однако, в настоящее время этот термин чаще используют в значении: образ — представление — репутация; что подтверждается анализом литературы [1, с. 12].

Справочные издания трактуют понятие «имидж» как «целенаправленно формируемый образ» [9, с. 229]; как «сложившийся в массовом сознании и имеющий характер стереотипа эмоционально окрашенный образ» [8, с. 134]; как «набор определенных качеств, которые люди ассоциируют с определенной индивидуальностью» [12, с. 56]; как «мысленное представление чего-то, ранее видимого... конкретного или абстрактного, сильно напоминающего ...в представлении о другом» [13, с. 771].

Панасюк А. Ю. понимает под имиджем образ человека, который возникает у других людей [6, с. 9].

Петрова Е. А. считает, что имидж «функционирует как образ-представление, в котором соединяются внешние и внутренние характеристики объекта, его социальные роли и функции, взаимодействие в семантическом поле культуры с иными категориями сознания, включенность в менталитет» [7, с. 27].

Нефедова И. и Власова Е. характеризуют имиджа как «проявление внутренних ощущений и собственных представлений о себе с учетом стереотипов восприятия окружающих людей» [4, с. 13].

Бороздина Г. В. рассматривает имидж как стратегическую модель поведения человека в конкретной ситуации с целью достижения определенной цели [2, с. 245]. Использование таких моделей связано с проблемами, возникающими в общении.

Маркина В. М. считает, что основным в имидже является возможность передать через определенные имидж-сигналы информацию о себе, о своих истинных, глубинных (профессиональных и личностных) устоях, планах, идеалах, деяниях [4, с. 15].

В экономической и политической литературе понятие имидж часто определяется как «репутация», «обобщенный портрет личности или организации». Исследователи данных областей знаний часто подчеркивают эмоционально-волевую составляющую данного понятия. Например, экономист К. Болдинг считал имидж структурой, которая моделирует поведение человека [10].

Рассмотрев взгляды различных исследователей, можно утверждать, что не смотря на исследование феномена имиджа различными отраслями научного знания, точного определения данному понятию пока не найдено.

Имидж — понятие многогранное. С одной стороны, это результат жизнедеятельности человека, с другой имидж можно рассматривать как средство управления жизненной перспективой. Имидж — явление целостное, включающее в себя и внешний, и внутренний (профессиональные, личностные и нравственные качества) образ [4, с. 37].

Однако, понятия «имидж» и «образ», несмотря на кажущуюся схожесть, существенно отличаются друг от друга (табл. 1) [3, с. 42].

Имидж предназначен для того, чтобы создавать определенную реакцию окружения.

Содержание имиджа изменчиво и зависит от пола, возраста, уровня образования и воспитания, профессии и должности, от территориального местоположения организации учреждения (город, деревня, филиал за границей), культуры предприятия и многих других факторов [4, с. 37].

Таблица 1. Отличие имиджа от образа

Имидж	Образ
Специально спроектированный и целенаправленно внедряемый образ предмета или явления. Основная цель создания и поддержания имиджа — формирования благоприятного отношения к предмету или явлению.	Представление о предмете или явлении возникающее произвольно у группы людей или индивида. Сложившийся образ может быть и позитивным, и негативным.

Можно выделить ряд характеристик имиджа:

— имидж не бывает изолированным, он всегда включен в своеобразный «пакет» имиджей, позволяющий реализовывать его функции, особенно функцию психологической защиты. Число имиджей зависит от пола (женщины имеют большее разнообразие типов имиджей), возраста (наибольшее число имиджей у человека наблюдается в возрасте социализации), уровня мировоззрения личности и потребностью ее в личностной самореализации;

— имидж имеет тенденцию утраты адаптивности (так называемый «износ имиджа»), если не контролируется его эффективности и не прикладываются усилия к корректировке;

— отбор реальных имиджей осуществляется по таким критериям, как самоощущения; признание имиджа приемлемым группой; по факту достижения с помощью данного имиджа намеченных целей;

— многоуровневая система имиджей относительно автономна в рамках отдельной группы, выражая при этом различные стороны межличностного общения и групповых норм;

— для формирования имиджа необходим не только индивидуальный социальный опыт, но врожденные психологические особенности, направленные на копирование образцов, отрицание неудачных стереотипных выборов и переход к творчеству. Психологическими механизмами формирования имиджа является воля и переход от восприятия к воле. Таким образом, в имидже переплетаются онто- и филогенез [11, с. 32].

Итак, с одной стороны имидж со временем может меняться, с другой, в данной конкретной ситуации это достаточно стабильная стереотипная социальная установка, ориентированная на интересы не только самой личности, но его окружения (например, имидж руководителя юридической фирмы и руководителя творческой художественной мастерской будут заметно различаться).

Таким образом, имидж как психологическая продукция является ценностным стереотипом, социальной установкой и идеалом.

Имидж выполняет определенные функции, которые можно разделить на две группы: ценностные и технологические. К ценностным функциям имиджа относятся [5, с. 36]:

1. Личностно-возвышающая.

Правильно сформированный имидж позволяет подчеркнуть индивидуальную незаурядность и лучшие душевные характеристики личности.

2. Субъективное предназначение ценностных функций имиджа.

Предполагает создание личного образа, который располагал бы к себе людей и облегчал общение с ними.

3. Психотерапевтическая.

Положительный имидж позволяет человеку более легко и продуктивно общаться с людьми и с меньшими психофизическими усилиями добиваться жизненного успеха.

4. Объективное предназначение ценностных функций имиджа.

Обаяние не всегда дается человеку от природы, тем не менее, оно необходимо для создания позитивного имиджа. В этом случае важно владение технологией самопрезентации, то есть умением расположить к себе, привлечь внимание, актуализируя интерес людей к каким-то своим внешним качествам.

К технологическим относят следующие функции [5, с. 37]:

1. Социальная адаптация.

Правильно сформированный имидж позволяет быстро расположить к себе людей, стать «своим» в определенной социальной среде, и тем самым добиться наиболее продуктивных контактов.

2. Высвечивание лучших личностно-деловых характеристик.

Правильно сформированный имидж подчёркивает наиболее привлекательные личные и деловые качества, обращая внимание окружения на профессионализм и вызывая при этом доверие и симпатию у людей.

3. Концентрация внимания людей на себя.

Активность, неординарность и позитивный настрой, всегда ориентируют окружающих на продолжение общения и сотрудничества с таким человеком.

4. Сглаживание или сокрытие негативных личностных данных.

Например, недостатки внешности путем подбора одежды, причёски, макияжа, умения держаться в обществе можно значительно сгладить, или даже превратить в достоинства.

5. Расширение возрастного диапазона общения.

Личность не должна замыкаться в своем возрастном имидже. Расширить круг контактов и успешно заниматься профессиональной деятельностью в разновозрастных социумах поможет использование современных средств общения, соблюдение тенденций моды [5, с. 39].

Литература:

1. Аверченко Л.К. Имидж и личностный рост: Учебное пособие / Л.К. Аверченко — Новосибирск: НГАЭиУ, 1999. — с. 12;
2. Бороздина Г.В. Психология делового общения: Учебник./ Г.В. Бороздина — М.: ИНФРА-М, 2002. — 295 с;
3. Бухаркова О.В. Имидж лидера: Технология создания и продвижения. — СПб.: Речь, 2007. — 222 с;
4. Волкова В.В. Имиджелогия: Учебно-методическое пособие / В.В. Волкова — Ставрополь: СевКавГТУ, 2005. — 168 с;
5. Квеско Р.Б. Имиджелогия: учебное пособие / Р.Б. Квеско, С.Б. Квеско. — Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2008. — 116 с;
6. Панасюк А. Ю. Я — ваш имиджмейкер и готов сформировать Ваш профессиональный имидж / А.Ю. Панасюк — М.: Дело, 2004—240 с;
7. Петрова Е.А. Имиджелогия: современное состояние и перспективы развития в России // Имиджелогия: современное состояние и перспективы развития. — М.: РИЦ «Альфа», 2003. — с. 27—30;
8. Психологический словарь /Под ред. В.В. Давыдова, А.В. Запорожца, Б.Ф. Ломова и др. — М.: Политиздат, 1990. — 494 с;
9. Современный словарь иностранных слов:/Изд-во «Рус. яз».. — Ок. 20000 слов. — М.: Русский язык, 1997. — 740 с;
10. Спичева Д.И. Феномен имиджа в современных научных исследованиях / Д.И. Спичева // Электронный ресурс. Режим доступа: <http://pr.tsu.ru/articles/139>. Дата обращения: 9.05.2015;
11. Федоров И.А. Имидж как программирование поведения людей / И.А. Федоров. — Рязань: Новое время, 1997. — 235 с;
12. Benton R. E., Woodward G. C. Political Kommunikation in Amerika. N. V. Praeger, 1985, p. 56;
13. The Random. House Dictionary of English Language. N. Y., 1973, p. 711.

Формирование положительного имиджа города

Кулешова Анастасия Николаевна, студент

Донской государственный технический университет (г. Ростов-на-Дону)

Ключевые слова: имидж, регион, город, область, образ, положительный.

Термин «имидж» окончательно вошел в современный русский язык с середины 90-х годов 20 века, первым делом — в политологии, а затем распространился на иные сферы человеческой деятельности. На сегодняшний день понятие «имидж» применяется не только к политикам и к человеку, но и к другим объектам (имидж продукта, имидж страны, имидж города и т.д.).

Имиджем называют образ, который создают для того, чтобы произвести наилучшее впечатление в той или иной. Определение имидж применяется не только к человеку, организации, продукту, но и к странам и отдельным городам, что наиболее важно в условиях экономического кризиса. Именно имидж города мы и будем рассматривать. Имидж города является одним из наиболее важных объектов управления. У каждого города уже есть свой определенный имидж и, исходя из этого, можно улучшить имеющийся или же сформировать новый. Объектами создания того или иного имиджа города могут стать такие основополагающие понятия, как увлечения жителей города, их нужды, материальные и духовные ценности.

Имидж города представляет собой один из важнейших объектов и инструментов маркетинга. От имиджа зависит

инвестиционная привлекательность города и его конкурентоспособность среди других городов.

Если образ — это собирательное представление, то имидж — это намерено формируемый образ города или его частей, нацеленный на определённую аудиторию с целью его продвижения. По мнению К. Линча, одной из основных задач в управлении развитием городской территории является стремление к постоянному совершенствованию.

Имидж города — один из наиболее значимых объектов управления. Формирование необходимого или нового имиджа города всегда исходит из того, что город — это не новый товар и у него существует определённый имидж. Объектами формирования любого имиджа города могут быть такие базисные социально-психологические понятия, как интересы жителей города, их потребности, материальные и духовные ценности; и дополнительные: разного уровня отношения между субъектами города, степень их действенности.

Положительный имидж города необходим для привлечения туристов, улучшения социального самочувствия его жителей, а также для привлечения финан-

совых инвестиций. Имидж города влияет на различные стороны городского развития, и, прежде всего, на экологию, культуру, миграционные процессы, а также на поведение жителей в городе. Его можно определить как относительно устойчивую и воспроизводящуюся в массовом и индивидуальном сознании совокупность эмоциональных и рациональных представлений о городе, складывающуюся на основе всей информации, полученной о нем из различных источников, а также собственного опыта и впечатлений.

Имиджем города является его облик, который создается в сознании жителей и влияющий на перспективу его развития. Чтобы город был привлекателен, его имидж должен быть положительным, ведь положительный имидж также важен, как инфраструктура, культура или благоустройство. Городской имидж обладает определенной материальной стоимостью, являющийся важным экономическим фактором, влияющим на жизнь населения. Для того, чтобы увеличить финансовое инвестирование, привлечь внимание туристов и улучшить качество жизни населения необходимо поддержание положительного имиджа города. В первую очередь, это влияет на экономическую ситуацию, процессы миграции, на образ жизни горожан, а также на культурную сторону и развитие города в целом.

Городской имидж определяется относительно постоянной и циклической совокупностью представлений о городе с эмоциональной и рациональной точки зрения как индивидуально, так и массово. Это понимание складывается исходя из всей полученной информации о городе с разных источников, а также из личного опыта и каких-либо впечатлений о нем. Но так же, как имидж города может быть положительным, он так же может быть нейтральным и отрицательным. Существуют критерии формирования имиджа города, с помощью их оценки и определяется статус имиджа города. Понятие качества жизни населения включает в себя удовлетворенность материальными, духовными и социальными потребностями человека.

Основные показатели качества жизни:

- степень доходов населения;
- питание и его качество;

Литература:

1. Калиева О. М., Вакунова И. В., Марченко В. Н., Большакова Ю. С. Факторы, влияющие на формирование имиджа города // Молодой ученый. — 2014. — № 2. — С. 439–441.
2. Т. А. Морозова. Имидж города как основа его продвижения

- актуальность одежды и ее качество;
- комфортабельность жилья;
- качество здравоохранения;
- работа служб, оказывающих социальные услуги;
- уровень образования населения;
- организация досуга;
- обеспечение безопасности;
- поддержание экологической среды.

Так как мир изменчив, оценка каждого критерия может меняться со временем, поэтому нужно периодически проводить мониторинг информации по каждому критерию. Чтобы постоянно корректировать содержание, социальную и политическую деятельность в городе нужно организовывать различные мероприятия и развиваться по каждому критерию. Все перечисленные критерии помогут в формировании имиджа города, и будут являться ключевыми критериями оценки. Процедура, которая направлена на формирование конкретного образа объекта у людей, включая определенную оценку данного образа в форме мнения об этом образе у общества для психологического притяжения аудитории имиджа к этому объекту, называется формированием имиджа.

Распространяемая информация о городе является базой для формирования его имиджа. Соответствующие индексы и рейтинги, существующие аргументы функциональности и развития городов также являются составляющим этой базы. Современный имидж города можно определить, в первую очередь, качественной информационной работой с целевой аудиторией потребителей, например, инвесторами и туристами. Также он имеет существенное значение с точки зрения людей, которые живут в городе.

Исходя из всего этого, в современной жизни в процессе формирования положительного городского имиджа важно подчеркнуть сильные стороны города и с наибольшей эффективностью донести их до аудитории. Такой подход к формированию имиджа города повысит степень его конкурентоспособности, а это обеспечит динамичное развитие. Со временем оценка каждого критерия может меняться, поэтому нужно периодически изучать информацию по каждому критерию.

Место и роль отдела рекламы в структуре предприятия

Макушева Ольга Николаевна, кандидат экономических наук, доцент;
Прокина Полина Андреевна, студент
Московский государственный институт культуры

На сегодняшний день роль рекламы в современном обществе не ограничивается никакими рамками. Большинство предприятий заинтересованы в продвижении и сбыте своей продукции, конечной целью которой является прибыль. Чтобы повысить и сохранить сбыт продаж и продвижение товаров, предприятия создают отделы рекламы (рекламные службы) или прибегают к обращению в сторонние агентства.

Ключевые слова: реклама, самостоятельный отдел рекламы (рекламная служба), «мини-агентства», сторонние рекламные агентства.

Рекламная служба или как его еще называют отдел рекламы на предприятии занимает одно из ключевых мест. Ведь сейчас невозможно представить жизнь современного общества без рекламы. Реклама — динамичная, изменяющаяся сфера человеческой деятельности. Роль рекламы в современном обществе не ограничивается ни рамками коммерческих коммуникаций, ни рыночной деятельностью. На сегодняшний день значение рекламы с каждым годом возрастает практически во всех областях общественной деятельности. Реклама — двигатель процесса, она создает «активность и движение», обеспечивает и обостряет конкуренцию, что дает потребителям огромных выбор в товарах.

Но стоит отметить тот факт, что далеко не всеми специалистами роль рекламы признается как позитивная. Со стороны некоторых экономистов наиболее частыми обвинениями рекламы является то, что она требует большие средства производственно-коммерческой сферы на продвижение товаров. Следствие этого — повышение цен на товары. Некоторые критики называют подобное явление «рекламным налогом», который косвенно оплачивает каждая семья. Как уже отмечалось ранее, отдел рекламы — это ключевое место предприятия, но он не всегда бывает самостоятельным. Иногда отдел рекламы входит в состав службы маркетинга. Такая тенденция характерна для малых предприятий. Возможны два варианта реализации рекламной деятельности предприятия: создание соб-

ственного рекламного отдела, либо обращение к услугам рекламных агентств.

Штат сотрудников на предприятии зависит от организационной структуры предприятия. Если это предприятие малого звена, то в отдел рекламы может входить от одного до трех работников. Средние и крупные предприятия могут позволить себе более расширенный штат сотрудников, численность которых достигает 10–15 человек, а иногда и больше. Стоит отметить, что крупные предприятия могут создавать свои собственные рекламные мастерские или «мини-агентства».

Для малых предприятий нецелесообразно создавать рекламные службы (отделы рекламы), так как это довольно затратно. Поэтому рекламная функция на таких предприятиях выполняется в составе отдела маркетинга.

Организационная структура управления рекламной деятельностью на малых предприятиях предполагает наличие должностного лица, занимающегося рекламой в штате сотрудников службы маркетинга. Зачастую это менеджер по рекламе. Он занимается организацией рекламных кампаний и ответственен за ее эффективность.

Ранее говорилось о том, что создание службы рекламы зачастую могут позволить себе крупные предприятия. При этом различается проектирование рекламной службы по видам:

— осуществляемых маркетинговых коммуникаций при штате сотрудников 10–15 человек.

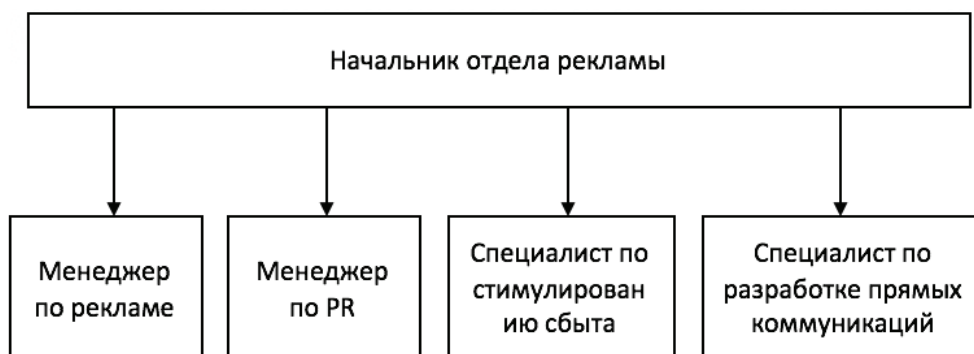


Рис. 1. Организационная структура управления рекламной деятельностью на крупных предприятиях в зависимости от вида осуществляемых маркетинговых коммуникаций

— в зависимости от видов используемых средств предполагает использование предприятием всех или нескольких каналов распространения рекламных сооб-

щений, как для крупных, так и средних предприятий, где каждый специалист сосредоточен только на определенном канале распространения рекламы.



Рис. 2. Организационная структура управления рекламной деятельностью на крупных предприятиях в зависимости от вида используемых рекламных средств

— в соответствии дифференциации фирмы по товару подходит предприятиям, которые выпускают несколько товаров, отличающихся своей спецификой и направленностью. Каждый менеджер сосредоточен

на продвижении своего товара, знает его особенности, достоинства и недостатки. Этот вид считается самым эффективным видом проектирования рекламной службы (отдела рекламы).

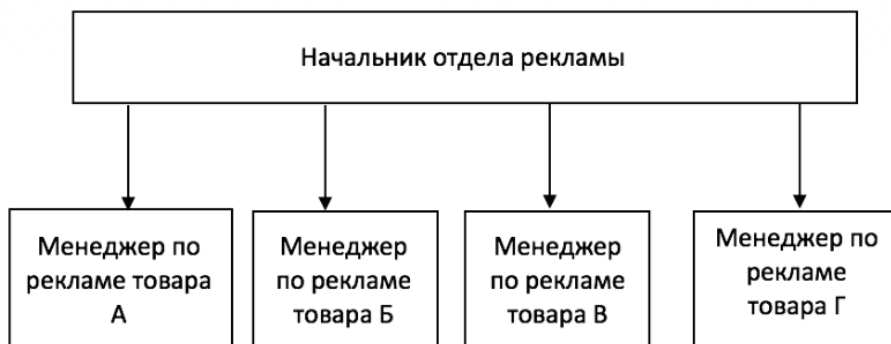


Рис. 3. Организационная структура управления рекламной деятельностью на крупных предприятиях в соответствии с дифференциацией фирмы по товару

Достаточно крупные компании имеют свои рекламные мастерские или «мини-агентства». Позволить себе мастерские могут холдинги, концерны, которые имеют на это финансовые возможности и желание не зависеть от внешних рекламных посредников. Также рекламная мастерская может оказывать услуги другим предприятиям. Для того, чтобы создать свою рекламную мастерскую на предприятии компания должна накопить соответствующий опыт ведения рекламной деятельности, а также иметь средства и ресурсы, и постоянную потребность в производстве рекламной продукции.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод о том, что отделу рекламы на предприятии отдается одно из ключевых мест, ведь реклама с каждым годом набирает все большую популярность. На предприятии реализация рекламной деятельности может состоять как из собственного отдела рекламы, так и из обращения к услугам рекламных агентств. Для крупных предприятий характерна такая тенденция как создание рекламных мастерских или «мини-агентств».

Литература:

1. Аксенов А.А. Организация работы отделов рекламы. — Комсомольск-на-Амуре: ФБГОУ ВПО «КнАГТУ», 2013. — 54 с.
2. Бударина О.А. Креатив в коммуникациях: теория и практика: материалы научно-практической конференции / науч. ред. О.А. Бударина. — Москва: МГИК, 2017. — 116 с.

3. Макушева О. Н. Креативная экономика как творческий процесс // творчество и креатив в коммуникациях: теория и практика Материалы научно-практической конференции. — Московский государственный институт культуры. — 2018. — С. 99–111.

Теоретические основы формирования рекламного бюджета

Малая Ольга Геннадьевна, кандидат педагогических наук, доцент;

Беляева Арина Сергеевна, студент

Московский государственный институт культуры

Реалии таковы, что успешное существование любого предприятия сложно представить без рекламы. Она не только отвечает за узнаваемость компании, но и способствует продвижению и привлечению новых клиентов. Инвестиции в рекламу — это весомая часть бюджета предприятия.

Разработка рекламного бюджета — сложная и трудоёмкая работа, требующая участия грамотных специалистов с большой теоретической базой знаний. Именно они определяют направления тех денежных средств, которые

нужны предприятию для развития бизнеса. Для того, чтобы эти расходы были оправданы, следует тщательно контролировать результаты проводимых кампаний, отслеживать стратегию формирования рекламного бюджета.

Что такое рекламный бюджет?

1) Рекламный бюджет — смета ассигнований, расходов на рекламную деятельность (рис. 1) [5, с. 248].

2) Рекламный бюджет — часть общего бюджета продвижения организации [4, с. 54].

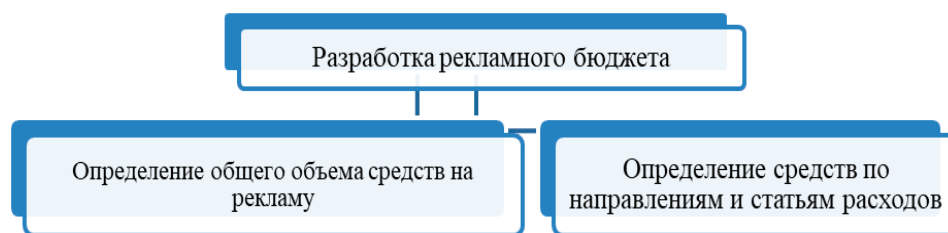


Рис. 1. Составляющие разработки рекламного бюджета

Рекламный бюджет, как и любой другой, имеет свои цели для реализации. Опираясь на них, можно избежать многих ошибок, нюансов перераспределения и неразумной траты денежных средств предприятия.

Затраты рекламного бюджета должны быть обоснованы ввиду целей самой организации, иначе не будет эффективного результата. Можно выделить 3 последовательных шага, которые позволят грамотно подойти к его формированию: определение целей рекламной кампании; оценка финансовых возможностей фирмы и формирование ключевых направлений поддержки.

Перед построением рекламного бюджета нельзя забывать об оценке возможностей предприятия. Для этого следует обозначить уровень доходов в каждом месяце на протяжении года. Так, опираясь на информацию о предыдущих продажах предприятия, спланировать, какой объем продаж будет приносить компания в следующем году с учетом сезонности [2, с. 125]. Важно не преувеличивать, а определить наиболее достоверный, а лучше минимальный уровень дохода.

Установив «бюджетные границы», можно переходить к следующему этапу планирования: определить продукты,

которые необходимо развивать с помощью рекламных, маркетинговых и PR-мероприятий. После оценивания ключевых направлений бизнеса важно правильно проработать влияющие факторы, каждый из которых необходимо рассмотреть, как по отдельности, так и в совокупности, поскольку они ощутимо зависят друг от друга.

Наиболее существенные из них:

1) Объем и географические размеры рынка — охват рынка может осуществляться как в общенациональном, так и в региональном масштабах. Как правило, при выводе на рынок нового продукта крупные организации могут позволить себе действовать в рамках конкретной страны или даже континента. Более маленькие или неопытные организации предпочитают охватывать рынок постепенно, в отдельных регионах. Чем меньше аудитория, тем более эффективной становится кампания за счет конкретных средств рекламы. Если необходим охват разнородного рынка или нескольких сфер, приходится использовать больше рекламных методов привлечения, что может существенно снизить эффективность затрат.

2) Показатели сбыта и прибыли предприятия-рекламодателя

Стоимость единицы товара складывается из этих двух показателей — прибыли и сбыта [2, с. 114]. Если прибыль имеет значительный размер при относительно небольшом объеме сбыта, формирование рекламного бюджета не имеет жестких финансовых рамок. А существенный размер сбыта оправдывает небольшой объем прибыли на одну единицу продукции.

3) Этап жизненного цикла товара — запуск нового продукта требует проведения более интенсивной рекламной кампании, но отдача от такой рекламы зачастую весьма низка. Это обусловлено жизненным циклом продукта, на первом году которого спрос еще недостаточно велик, чтобы оправдать вложенные средства. Для стимулирования дальнейшего роста необходимо существенно расширить рекламный бюджет, что может привести к падению доходов на короткий отрезок времени. Стратегия поддержания, напротив, сохраняет рекламный бюджет в неизменном виде, поскольку не требует стимулирования спроса.

4) Специфика рекламируемого товара — уникальные товары, имеющие высоко ценимые потребителями свойства, способны существенно снизить затрачиваемый на их продвижение рекламный бюджет, формирование которого может быть даже отменено ввиду узнаваемости бренда и отсутствия необходимости в агрессивной рекламе.

5) Размеры и финансовая мощь рекламодателя — при формировании рекламного бюджета необходимо учитывать риски, возникающие вследствие неэффективности проводимой кампании или неправильно выбранного способа продвижения. Относительно небольшое количество компаний может позволить себе вкладывать весомые суммы в формирование рекламного бюджета. Фирмы, у которых уровень

ассигнований в рекламу достаточно невелик, могут начинать с постепенного захвата рынка, увеличивая расходы на рекламу по мере роста объема сбыта. Завышение рекламного бюджета за счет снижения дотаций на другие сферы может привести к банкротству, поскольку такой риск далеко не всегда оправдан в долгосрочной перспективе.

6) Объем затрат на рекламу конкурентов — процент потребителей, привлеченных проводимой кампанией конкурентов, примерно соответствует той части рынка, которую занимает ваш продукт. Этот показатель стоит брать в расчет при анализе предпочтений потребителей.

«С кем конкурируешь, тем и являешься» [1, с. 85]. Деятельность конкурентов — зеркало собственной организации, что особенно отражается со стороны бюджетирования и денежных трат. Учитывая данные факторы, становится возможным разработать эффективный рекламный бюджет, который приведет к достижению поставленных целей. Виды и цели рекламы могут различаться в зависимости от особенностей организации и предлагаемого ею продукта. Формирование рекламного бюджета помогает определиться с аудиторией проводимых кампаний и способами привлечения внимания потенциальных потребителей, выявить «работающие» модели.

Важно соблюдать принцип разумного расходования бюджетных средств. Большие затраты не всегда могут привести к нужным результатам, если эффективность вложений не просчитана. Поэтому к вопросу построения бюджета необходимо подходить с точки зрения опыта прошлых рекламных кампаний и специфики организации, учитывая опыт ответственных специалистов и руководствуясь теоретической базой.

Литература:

1. Жалило Б. Памятка для рекламодателя. Как заставить рекламу отработать каждую вложенную копейку. — М.: Бизнес Солюшнз Интернешнл. — 2015. — 127 с.
2. Ибрагимов Л. А. Маркетинг: Учебник, 4-е издание. — М. Дело. — 2011. — 324 с.
3. Лаврушин О. И. Основы банковского дела — М.: КНОРУС, 2013. — С. 114.
4. Левинсон Д. Партизанский маркетинг. Простые способы получения больших прибылей при малых затратах. — М.: Манн, Иванов и Фербер. — 2012. — 432 с.
5. Райзберг Б. А. Современный экономический словарь / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. 2-е изд. — М.: ИНФРА-М. — 1999. — С. 248.

Связи с общественностью в органах государственной власти

Новосёлова Елена Андреевна, студент

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

Связи с общественностью в органах государственной власти — одна из важнейших задач для развития демократического государства. Гражданское общество развивается за счет участия населения в решении политических вопросов.

Понятие PR (public relations), в отечественных источниках именуемое как «связи с общественностью», все больше применяется в разных сферах деятельности. В нынешнее время можно отметить два активно разви-

вающихся типов связей с общественностью: государственный тип и коммерческий тип.

Американская Ассоциация по связям с общественностью (Public Relations Society of America, PRSA) впервые определила понятие PR в 1988 году: «PR помогает взаимной адаптации организации и ее потребителей». Основными функциями PR, согласно PRSA, являются изучение аудитории, планирование, налаживание диалога и оценка.

Связи с общественностью в системе государственного управления — это целенаправленное взаимодействие структур государственного аппарата (органов, организаций, учреждений) с гражданами и общественными институтами, которое можно определить как реализуемую ими информационно-коммуникативную функцию публичной власти и управления, позволяющую оценивать отношения различных кругов общественности к тем или иным решениям и действиям, идентифицировать провозглашаемую и реально проводимую политику, соотносить реализуемые программы с общественными интересами, формировать массовые представления по каким-либо проблемам для обретения общественного понимания, поддержки принятия и выполнения соответствующих мер [1].

С появлением тенденции развития открытого информационного общества, с желанием общественности иметь открытый доступ к информации о деятельности органов государственной власти появилась необходимость в формировании отдельного структурного подразделения по связям с общественностью. Для создания положительного климата в обществе и для того, чтобы общество спокойно реагировало на принятые управленческие решения органы власти должны постоянно взаимодействовать с населением, этим и занимается PR в органах власти. Так же в их задачи входит формирование положительного имиджа самого государственного органа или его служащих.

Основные функции PR-отделов в органах государственной власти: коммуникативная, правовая, информационная, организационная, аналитическая. Отделы по связям с общественностью формируются с целью формирования информационной политики, а также формирования имиджа.

Для осуществления выше указанных целей отделы по связям с общественностью в своей деятельности руководствуются следующими принципами:

— Принцип открытости. Прозрачность и открытость в работе государственных структур стало уже необходимым составляющим в их деятельности. Данный принцип является неотъемлемой частью для развития демократического государства.

— Принцип уважения. Относительно исследуемой темы, данный принцип определяет наличие равных от-

ношений, установление должного взаимодействия и доверительных отношений со всеми субъектами, входящими в область интересов PR в органах государственной власти [2].

— Принцип законности. В условиях демократического общества верховенство закона должно быть превыше всего.

— Принцип оперативности. Заключается в своевременной информационной работе по информированию общества о деятельности государственных органов и принятых ими решениях. Так же он включает в себя необходимость быстрого реагирования на меняющееся настроение в обществе.

— Принцип социальной направленности. Необходимо оповещение в СМИ социально важных проектов государства. Так же необходимо оказывать поддержку проектам, которые несут социальную направленность.

Главной отличительной чертой связей с общественностью в органах государственной власти является то, что ее деятельность напрямую связана с деятельностью государственного аппарата. PR-отделы должны опираться на принципы тех государственных структур, в которых они работают.

Еще одной особенностью является то, что в своей работе связи с общественностью в органах власти выражают интересы не одной или двух целевых аудиторий, а всей страны, ее граждан или отдельной ее части. Это возлагает большую ответственность на деятельность PR-специалистов. Если в коммерческой деятельности ошибка в PR работе может стоить потери прибыли, то в государственных органах это может привести к негативным реакциям во всем обществе, что в дальнейшем будет сложно исправить.

Для государственных PR-отделов характерен особый стиль общения со СМИ, это связано в первую очередь с желанием общества знать все о деятельности органов власти. Решения частных компаний не так часто обсуждается в прессе, как решения государственных структур.

Таким образом, появление связей с общественностью в органах власти является важным этапом в развитии демократического общества. На PR-отделы возлагается большая ответственность при работе с общественностью. От грамотного построения своей работы зависит отношение общества к власти, а также будет ли правильно налажена двусторонняя связь «государство-общество».

Сложность работы в связях с общественностью в органах власти заключается и в том, что в своей деятельности они должны строго соблюдать все нормативно-правовые акты, связанные с их работой, а также опираться на принципы государственных структур, в которых они работают.

Литература:

1. Джо Маркони «PR: полное руководство»/ Пер. с англ. Д. Р. Геренава, Ю. П. Леоновой. — М.: Вершина, 2006. — 256 с.

2. Марков А.А. Связи с общественностью в органах власти. Учебник. — М.: ИНФРА-М, 2014—190 с. — (Высшее образование. Бакалавриат) [Электронный ресурс]. — Режим доступа: elitalitera.ru (дата обращения: 03.05.2019).
3. Козлов С.В. Связи с общественностью в органах власти: учеб. пособие / С.В. Козлов; РАНХиГС, Сиб. ин-т упр. — Новосибирск: Изд-во СибАГС, 2014. — 198 с.
4. Рыбакова С.С. Информационно-коммуникационные технологии в деятельности регионального парламента//В сборнике: От земских учреждений к местному самоуправлению в России: традиции, опыт, перспективы (к 150-летию Земской реформы). Материалы Международной научно-практической конференции. — Саратов, 2014. — С. 117–119.

Маркетинг в музейной сфере

Софронова Екатерина Андреевна, студент;
Чернов Андрей Валерьевич, доцент
Московский государственный институт культуры

Музей — это место духовного отдыха, место постижения человеком прекрасного, начало чего-то высокого.

Но, как и у любого учреждения, у музея есть экономические проблемы, объектом которых чаще всего выступает бюджет.

Недостаток финансирования затрудняет профильную работу музея: закупку новых экспонатов, реставрацию культурных ценностей, уже находящихся в музее, установку необходимого для полноценного хранения предметов оборудования и т.п.

Еще также необходимо учитывать потребность музея в привлечении молодых специалистов, которых, как правило, интересует хороший материальный доход.

Для все этого, помимо государственного финансирования, музею приходится находить другие источники заработка.

Как уже было сказано выше, чтобы музей не испытал финансового краха, ему приходится применять методы коммерческих организаций.

Но в отличие от маркетинга в коммерческих учреждениях, в маркетинге музейной деятельности привлекаются ресурсы в двух формах: прямой — продажа своих товаров и услуг (билетов на выставки, фирменной продукции музея в сувенирных магазинчиках), опосредованной — за счет привлечения внешних ресурсов (бюджетных средств, грантов, спонсорской поддержки, частных пожертвований).

А также, его отличает то, что все собранные средства музей тратит на реализацию социально значимых культурных проектов и программ. Обе эти формы связаны между собой, ведь чем выше общественная привлекательность музея, тем у него больше шансов привлечь «внешние ресурсы». В этом случае куда проще музеям, имеющим высокую социальную значимость. А что делать маленьким региональным музеям?

Получается, что музею, несмотря на то, какого он значения в обществе, просто необходимо зарабатывать са-

мому. Здесь в музейную сферу включается такое понятие, как менеджмент и маркетинг.

В простом понимании — это создание, предоставление, и продвижение продукта. Продукт музея — это знания, информация, условия для самообразования, возможность духовного развития.

С. Джейн определил понятие маркетинга, как «правильный продукт на правильном рынке». Но если с продуктом музея все ясно, то каков его рынок?

Развитие музейной сети привело к началу формирования музейного рынка, который в свою очередь состоит из рынка услуг, труда, финансов, интеллектуальных продуктов.

Широкая рыночная способность может помочь музею в заработке средств. Как известно, музей предоставляет услуги экскурсоводов, аудиогидов и т.п., и не стоит забывать о том, что музей — это сложный механизм, который нуждается в огромном штате профессиональных сотрудников.

С активным внедрением маркетинга в музейную жизнь, остро встает вопрос о музейных кадрах. Каким должен быть компетентный музейный сотрудник?

С одной стороны, он должен иметь консервативное музейное образование, с другой, музейный сотрудник, которого требует современный музей, должен обладать навыками менеджера, фандрайзера.

Так, многие музеи на базе своих образовательных программ ведут активную подготовку сотрудников, которые бы могли совмещать в себе устойчивые навыки музейщика и управленца. Штат таких музейных сотрудников станет шагом для формирования сообщества, которое будет понимать необходимость продвижения маркетинга в музеях.

Так как каждый музей страны входит в музейную сеть со своим рынком, он должен быть конкурентоспособным.

Музейные работники понимают, что много не заработаешь, опираясь на традиционную организацию такого

культурного пространства, как музей. Здесь работает определение маркетинга, как деньги, которые делают из того воздуха, в котором витают идеи.

Новые виды организации экспозиционно-выставочного пространства привлекают большое количество посетителей, а разработки новых концепций, которые стирают рамки привычного понимания музея, привлекают спонсоров и финансистов.

Новые идеи развития культурной сферы могут популяризировать посещение музеев среди молодёжи, а это в свою очередь поможет музею найти новые способы заработка.

Распространённым методом музейного маркетинга является реклама. В современном обществе она выступает не просто как двигатель торговли, но и двигатель всего социально-культурного процесса.

Предполагается, что невозможно найти музей, который бы в своей работе не использовал рекламу. Она необходима для роста общественной известности музея.

Предполагаемые посетители видят рекламу на плакатах в метро, по телевизору, в Интернете и т.п. и узнают

о предстоящих выставках, мероприятиях, презентациях новых экспонатов музея и т.п.

Да и, к слову, каждый работник музея прямо или косвенно в своей работе рекламирует музей. Например, экскурсовод во время экскурсии непосредственно рекламирует свой музей. Реклама действует не только в качестве непосредственного стимула посещения музея, но и как средство формирования впечатлений.

Главное, что следует помнить: музей — это не площадка товарно-денежных отношений.

В первую очередь задача музея — развиваться. Работники музея должны точно знать, что для посетителя интересно и актуально сегодня. У музея очень сложная методологическая аналитическая работа. Одного желания заработать мало.

Необходимо уметь правильно строить курс роста доходов. Как показывает положение экономической ситуации в музеях, развитие есть. И думаю, будет происходить дальше за счет внедрения маркетинга в музейную деятельность.

Литература:

1. Дукельский, В.Ю. Музеи. Маркетинг, Менеджмент: Практическое пособие/ В.Ю. Дукельский и др. — М.: 2001. — 210 с.
2. Маркетинг в музее [Электронный ресурс]. — Режим доступа: URL: <https://studfiles.net/preview/5760700/page:21/> (дата обращения 25.05.2019)
3. Особенности музейного маркетинга [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://studfiles.net/preview/5276038/page:21/> (дата обращения 25.05.2019)
4. Третьяковка идет в диджитал: как устроен маркетинг музея и чем привлекают посетителей [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://rb.ru/longread/tretyakovgallery/> (дата обращения 30.05.2019)

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Архетипы бизнес-моделей как альтернативный способ создания инновационного бизнеса

Аллаяров Эмиль Агалиевич, студент

Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта (г. Калининград)

Исследование сущности и определений бизнес-моделей, а также общих конструкций и элементов их построения позволило выявить преимущества, которые получают предприниматели и высший менеджмент при использовании бизнес-модели. Применение такой концептуальной конструкции для оценки бизнеса позволяет предпринимателям обозначить его функции, определить сильные и слабые стороны и возможности, сравнивая атрибуты других предприятий, использующих аналогичную структурную модель.

Согласно исследованиям А. Остервальдера, бизнес-модель служит для описания и обоснования принципов создания, развития и успешной работы организации [3, с. 20]. Сама концепция бизнес-модели великолепна, однако ее практическая ценность для многих менеджеров по продукту, как правило нуждающихся в более компактных и удобных в использовании инструментах, сомнительна. Существует постоянно пополняемая библиотека популярных моделей (например, «Бритва и лезвие», «Подписка»), успешно используемых другими компаниями, но знания эти нередко разрозненны, не содержат информацию о функционировании организации.

Для менеджеров по продукту важно четко сформулировать функции и сферу контактов своего бизнеса на рынке. Именно с учетом этой проблемы был разработан другой подход, называемый архетипами бизнес-модели.

Целью данной работы является изучение альтернативного подхода к построению бизнес-модели и возможности создания инновационного бизнеса. Объектом исследования выступают архетипы, предметом изучения является создание архетипов.

Архетип (от греч. *arche* — начало, принцип и *typos* — тип, форма, образ) — это универсальные врожденные психические структуры человека, составляющие содержание общечеловеческого «коллективного бессознательного» и спонтанно определяющие человеческое мышление и поведение [2].

Концепция архетипов бизнес-моделей заимствована из работы Карла Юнга, психиатра XX века, предположив-

шего, что существуют фундаментальные свойства личности, свойственные всем людям, которые наследуются ими и становятся атрибутами при формировании их собственных личностей. Данная теория получила название «Архетипы личности».

Концепция Юнга также имеет отношение к фундаментальным личностям бизнеса и обеспечивает отличную структурную базу для определения спектра возможных шаблонов бизнес-моделей [4, с. 12]. В изучение архетипов бизнес-моделей свой вклад внесли предприниматель Нил Кэбедж [4] и ученые из Массачусетского технологического института (Томас Мэлони с соавторами) [5].

Ученые из Массачусетского университета выявили, что для классификации любого бизнеса необходимо ответить на два фундаментальных вопроса:

1. Какие активы вовлечены в бизнес?
2. Какие права на активы продаются?

Ответы на эти вопросы представляют 2 измерения бизнеса, на стыке которых образуются 16 архетипов бизнес-моделей. Первое измерение составляют *вовлеченные в бизнес активы*, среди которых были выделены 4 основных типа:

- физические;
- финансовые;
- нематериальные;
- человеческие.

Второе измерение составляют *права на продаваемые активы*. Одним из фундаментальных аспектов бизнеса является то, какие законные права присуждаются покупателю после завершения сделки, в связи с этим можно выделить следующие 3 права:

- право собственности на владение активом;
- право использования актива;
- право передачи актива.

Каждое из этих прав, как показано в Табл. 1, соответствует различным моделям, имеющим права на актив.

Выбранные в качестве критерия отбора измерения (какие активы вовлечены в бизнес и какие права на активы продаются) образуют 16 архетипов бизнес-моделей

Таблица 1. Модели прав на активы

Какие права продаются	Влияние бизнеса на преобразование актива	
	существенное	ограниченное
владение активом	создатель	дистрибьютор
использование актива	владелец	
передача актива	брокер	

Таблица 2. Архетипы бизнес-моделей, представленные учеными Массачусетского технологического института

какие права продаются \ типы активов	финансовые	физические	нематериальные	человеческие
	создатель, владение активом на его существенное преобразование	предприниматель	производитель	изобретатель
дистрибьютор, владение активом с правом на его ограниченное преобразование	финансовый трейдер	оптовый или розничный продавец	продавец интеллектуальной собственности	дистрибьютор человеческих активов
владелец, право на использование актива	владелец финансовых активов	владелец физических активов	владелец интеллектуальной собственности	подрядчик
брокер, посредник по передаче прав на активы	брокер по финансовым активам	брокер по физическим активам	брокер по интеллектуальной собственности	брокер по человеческим активам

(представлены в Табл. 2), которые позволяют понять идеологию и методику селекции более детальных и систематизированных бизнес-моделей.

Для рассмотренных измерений, по мнению авторов работы [5], данных 16 архетипов бизнес-моделей вполне достаточно, чтобы понять идеологию и методику селекции.

Далее будет рассмотрена вторая концепция создания архетипов, представленная Нилом Кэбеджем [4]. Нил Кэбедж перенес концепцию Юнга в область функционирования предприятий и выявил следующие три элемента, которые описывают основные интересы и деятельность каждого бизнеса:

- торговля;
- продукт;
- услуга.

По аналогии с аддитивным цветовым колесом три вторичных архетипа получаются путем объединения атрибутов трех первичных архетипов (см. рисунок 1).

Кэбедж выделяет первичный и вторичный уровни архетипов. Первичный составляют три значимых лица, описывающих основные интересы и деятельность каждого бизнеса — это торговля, продукт, услуга, а вторичный уровень архетипов образуется в результате объединения первичных:

- брокеридж — объединение торговли и услуги;

- подписка — объединение продукта и услуги;
- торговая площадка — объединение торговли и продукта;
- экосистема — объединение всех первичных архетипов.

Нил Кэбедж представляет архетипы бизнес-модели как семь фундаментальных бизнес-личностей, на основе которых может быть разработана любая бизнес-модель.

Представление контекста всех доступных моделей позволяет увидеть, как предприятия связаны, и обозначить направления, в которых они могут развиваться.

Данные семь архетипов являются абстракциями высокого уровня, описывающими основные истины о категориях бизнеса. Это может быть полезно для определения обобщенного контекста, исходя из которого можно определить, где именно в спектре возможностей следует сконцентрировать усилия, однако он недостаточно конкретен, чтобы быть действенным. Для повышения его эффективности к каждому из модельных архетипов были добавлены два прототипа. Прототип — это более конкретная и функциональная демонстрация того, что возможно в модельном архетипе [4, с. 85].

Установление спектра структурных вариантов — это отличная возможность для продумывания стратегии бизнеса. Как правило, команды обнаруживают, что они более

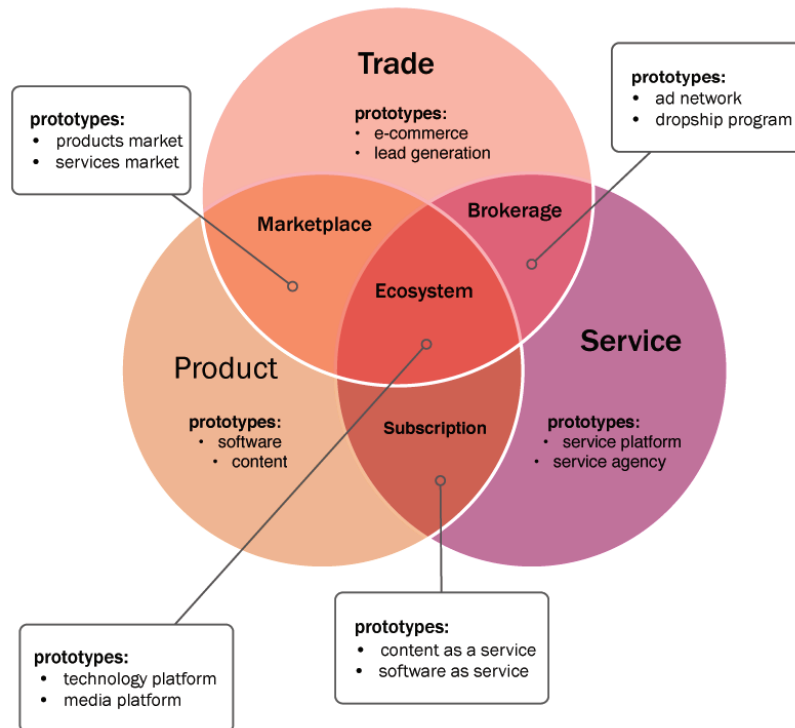


Рис. 1. Архетипы бизнес-моделей, разработанные предпринимателем Нилом Кэбеджем

тесно связаны с одним из архетипов, нежели с другими, в то же время, оценив свои варианты более детально, они могут обратиться к соседним архетипам, что откроет для их бизнеса дополнительные возможности и, возможно, даже позволит выработать более инновационный и эффективный подход.

Основная ценность, заложенная в структуре архетипов бизнес-модели, — предоставление концептуальной основы для обдумывания возможностей, которые, возможно, предприниматель и не рассматривал.

Рассмотренные архетипы бизнес-моделей и два альтернативных подхода к их созданию позволяют сделать вывод, что с помощью архетипов каждый менеджер по продукту сможет четко сформулировать основополагающую стратегию своего бизнеса и понять свой контекст, а также определить варианты расширения и разворота — данная структура как раз и предоставляет упрощенный метод для достижения этих целей.

В то же время при использовании данного метода возникает другая проблема: чтобы менеджер по продукту повторно не изобретал велосипед, стоит обратиться к уже успешно существующим бизнес-моделям предприятий, но, как отмечалось ранее, сведения о них разрозненные и несистематизированные.

В связи с данной проблемой необходимо упомянуть работу ученых Университета Санкт-Галлена (Оливера Гасмана с соавторами), которые в 2014 году проанализировали наиболее революционные инновации в области бизнес-моделей за последние 50 лет и выявили предсказуемые и систематические шаблоны, лежащие в их основе. Они пришли к выводу, что более 90% всех ин-

новационных бизнес-моделей лишь комбинируют существующие идеи и концепции из других областей [1].

Полученный вывод они обратили в преимущество (как инженеры, которые используют методы дизайна, включающие определенные технические правила и эвристические процедуры) и создали метод, построенный на основе 55 шаблонов успешных бизнес-моделей, которые могут послужить образцом для собственных инновационных бизнес-моделей.

Метод базируется на создании «Навигатора по бизнес-моделям», главной целью применения которого является глубокое осмысление 55 шаблонов (представлены в таблице 2). Все шаблоны подробно описаны в упомянутой работе.

Авторы исследования предлагают воспринимать 55 шаблонов как отправную точку для переосмысления собственной бизнес-модели и создания совершенно новой бизнес-модели.

Изучение различных методов создания архетипов бизнес-моделей позволяет смело заявить о практической ценности данного метода для предпринимателей и высшего менеджмента. Если базироваться на концепции Карла Юнга, то и в бизнесе есть свои прообразы или шаблоны, на основе которых могут возникнуть инновационные подходы или даже новые виды бизнесов.

Актуальность работы заключается в исследовании двух подходов к созданию архетипов бизнес-моделей. В рамках первого подхода критериями отбора стали такие измерения, как привлекаемые в бизнес активы и имеющиеся на эти активы права. В конечном итоге данный подход представляет 16 архетипов бизнес-моделей.

Таблица 3. 55 шаблонов бизнес-моделей согласно исследованию Оливера Гассмана

№	Название	№	Название	№	Название	№	Название
1	«Айкидо»	16	«Дополнительные возможности»	31	«От проталкивания к привлечению»	46	«Скрытый доход»
2	«Аренда вместо покупки»	17	«Игрок одного уровня»	32	«Открытый бизнес»	47	«Создание аналога»
3	«Аукцион»	18	«Интегратор»	33	«Оцифровывание»	48	«Супермаркет»
4	«Аффилирование»	19	«Использование по максимуму»	34	«Перекрестные продажи»	49	«Ты — мне, я — тебе»
5	«Банкомат»	20	«Контракты, основанные на показателях»	35	«Платите по желанию»	50	«Управление данными о клиентах»
6	«Бартер»	21	«Краудсорсинг»	36	«Подписка»	51	«Фиксированная стоимость»
7	«Без излишеств»	22	«Краудфандинг»	37	«Пользовательский проект»	52	«Франчайзинг»
8	«Белая этикетка»	23	«Лицензирование»	38	«Привязывание клиентов»	53	«Электронная коммерция»
9	«Брендинг ингредиентов»	24	«Лояльность клиентов»	39	«Провайдер решений»	54	«Freemium»
10	«Бритва и лезвие»	25	«Магазин в магазине»	40	«Продажа впечатлений»	55	«Open Source»
11	«Гарантийная работоспособность и наличие»	26	«Массовая кастомизация»	41	«Прямые продажи»		
12	«Двусторонний рынок»	27	«Мусор — в наличные»	42	«Разделение доходов»		
13	«Дирижер»	28	«Обратная инновация»	43	«Робин Гуд»		
14	«Длинный хвост»	29	«Оплата по факту использования»	44	«Роскошь и эксклюзив»		
15	«Долевая собственность»	30	«Ориентация на бедных»	45	«Самообслуживание»		

Второй же подход базируется на рассмотрении трех элементов, описывающих основные интересы и деятельность каждого бизнеса: торговли, продукта, услуги и их объединений. В итоге были выделены семь архетипов, являющихся абстракциями высокого уровня, которые описывают основные истины о категориях бизнеса.

Дополнительно была рассмотрена работа ученых Санкт-Галленского университета, итогом которой стало выделение 55 шаблонов бизнес-моделей из всех успешных проектов за последние 50 лет.

Шаблон бизнес-модели, безусловно, не ограничивается одной конкретной областью, он может найти приме-

нение в самых разных отраслях. Секрет инновационного бизнес-моделирования как раз и состоит в том, чтобы вписать бизнес-модель в контекст, в котором она никогда ранее не использовалась.

Разный подход авторов к созданию архетипов позволяет рассмотреть собственный бизнес с нескольких сторон, что в дальнейшем, возможно, даст грандиозные результаты в плане улучшения своей модели.

Для инновационного преобразования бизнес-модели компании не нужно изобретать велосипед — большинство успешных инноваций прошлого можно свести как минимум к одному из 55 шаблонов.

Литература:

1. Гассман О. Бизнес-модели: 55 лучших шаблонов / О. Гассман, К. Франкебергер, М. Шик. — М.: Альпина Паблишер, 2016. — 500 с.
2. Юнг К. Архетип и символ / К. Юнг. — М., 1991 // Электронная публикация: Центр гуманитарных технологий. — 11.12.2011. URL: <https://gtmarket.ru/laboratory/basis/4229>.
3. Остервальдер А. Построение бизнес-моделей. Настольная книга стратега и новатора / А. Остервальдер, И. Пинье. — М.: Альпина Паблишер, 2019. — 288 с.

4. The Smarter Startup: A Better Approach to Online Business for Entrepreneurs, 2013 / Cabage N., Zhang S. — San Francisco: New Riders (1 edition), 2013. — 183 p.
5. Do Some Business Models Perform Better than Others? / Thomas W. Malone, Peter Weill, Richard K. Lai, Victoria T. D'Urso, George Herman, Thomas G. Apel, and Stephanie L. Woerner. — SSRN Electronic Journal, 2006. — 38 p.

Организационная структура как модель функционирования организации

Анисимова Дарья Сергеевна, студент магистратуры
Белгородский государственный технологический университет имени В. Г. Шухова

В настоящее время всё меньше внимания уделяется организационной структуре компаний. Многие руководители, ссылаясь на кризисную ситуацию в стране, не видят необходимости обращать внимания на то, как построена его фирма. А ведь зачастую именно оптимизация организационной структуры позволяет компаниям пережить экономический кризис.

Тема статьи является актуальной ещё и потому, что Российская Федерация до сих пор так до конца и не перешла на рыночную экономику. И этот переходный пе-

риод заставляет исследователей, руководителей компаний оценивать модели организаций других стран, делать выводы, и на основе национальных особенностей, особенностей развития своих фирм строить свои организационные структуры.

Само понятие «организационная структура», если его разложить, можно подразделить на понятия «организация» и «структура». Однако, зачастую эти термины отождествляют, подразумевая, что организация — это система, и наоборот. В словосочетании «организационная

Таблица 1. Модели организаций в различных организационных теориях

Модель организации	Создатели	Характеристика
Механическая	Ф. Тейлор, А. Файоль, М. Вебер	Организация — машина, работающая по строго установленному порядку.
Естественная	Т. Парсонс, Р. Мертон, А. Этциони	Организация — объективный самосовершенствующийся процесс, в котором присутствует, но не преобладает субъективное начало.
Организация-община	Э. Мэйо	Главный регулятор функционирования — принятые в организации нормы поведения.
Соционехническая	А. Райе, Э. Триест	Основана на зависимости внутрigrупповых связей от технологии производства.
Интеракционистская	Ч. Бернанд	Организация рассматривается как система длительных взаимодействий между ее членами, которые вносят в организацию собственные ожидания и ценности.
Кибернетическая	С. Винг, Д. Форрестер, С. Янг	Предполагает построение полной математической модели структуры организации с учетом многочисленных обратных связей.
Институциональная	Д. Норт	Формы и поведение организации определяются обычаями, традициями, нормами.
Конфликтная	Р. Холл	Организация имеет множество противоречивых целей и действует в условиях противоречивых интересов различных членов организации или ее групп.
Органическая	Т. Берне, Д. Сталкер	Общество сравнивается с живым организмом, в котором все части взаимозависимы.
Процессная	А. Богданов	Общество рассматривается как непрерывный процесс соединений (ассоциаций) и разъединений (диссоциаций). Общество не имеет устойчивой структуры.
Проблемная	В. Франчук	Проблемы организации рассматриваются не как препятствия или помехи в ее развитии, а как выражение естественных потребностей и возможностей их реализаций.

структура» слово «организационная» означает, в первую очередь, взаимодействующая. Отсюда следует, что организационная структура — это набор упорядоченных взаимосвязей.

Исследованию организационных структур уделялось достаточно большое место в теории организации. При этом различные организационные теории представляли модель организации по-разному (таблица 1).

Рассматривая таблицу 1, можно прийти к выводу, что различные научные деятели рассматривали организацию с разных точек зрения. Наиболее распространённой и значимой в настоящее время является кибернетическая модель, учитывающая обратные связи.

Л. Берталанфи рассматривал кибернетику как частный случай общей теории систем, как теорию управляющих механизмов в технике и природе, основанную на концепциях информации и обратной связи, представляющую собой лишь часть общей теории систем; кибернетические системы — это особый случай систем, обладающих саморегулированием.

Особую роль в организации, согласно кибернетической модели, играют обратные связи.

В самом общем виде обратная связь — это механизм, учитывающий и сводящий к минимуму разницу между целью действия и его результатом. Н. Винер выделял обратные связи с двумя разными полюсами: положительным и отрицательным.

Отрицательная обратная связь — это механизм, способствующий, путём перестройки внутренних процессов, нейтрализации возмущающего воздействия внешней среды.

Положительная обратная связь, наоборот, предполагает, что внутренние процессы будут меняться согласно тому, как меняется возмущающее воздействие внешней среды.

Для того чтобы более подробно раскрыть понятие организационной структуры необходимо понять её элементы. К элементам организационной структуры относятся: уровни, звенья и взаимосвязи.

Уровень организационной структуры — это группа звеньев, находящаяся на определённой иерархической ступени.

Организационное звено представляет собой обособленную ячейку, очерченную определёнными функциональными чертами управления.

Немаловажную роль в организационной структуре играют взаимосвязи, характеризующие отношение звеньев между собой, как на одном уровне, так и между звеньями разных уровней.

При этом выделяют следующие взаимосвязи, представленные на рисунке 1.

Согласно рисунку 1, выделяют 4 вида связей в организационных структурах: горизонтальные и вертикальные, линейные и функциональные.

Построение организационной структуры в компании не требует значительных затрат, лишь тщательный анализ особенностей развития фирмы, её размеров, целей.

Размер организации достаточно сильно влияет на организационную структуру: чем компания больше, тем сложнее будет модель управления ею.

Если считать, что оптимальное число подчинённых одному руководителю 6 человек, а многие организации имеют численность персонала около 500 человек, то организационная структура таких предприятий будет состоять из $500/6 = 83$ уровней.

При этом, надо учитывать, что по мере развития организации будет меняться и её структура. А как раз об этом многие руководители забывают.

Прогнозирование параметров организационного развития бизнеса должно базироваться на анализе динамики потребления продукции, потребности целевых групп клиентов. При этом необходимо чтобы трансформации организационных изменений были не запаздывающими и (или) вынуждающими, а своевременными, обоснованными и осознанными.

В процессе развития систем происходит некоторая стандартизация, унификация преобразований структуры и её функций, то есть для развития характерен изоморфизм. Следовательно, основываясь на общности моделей развития можно использовать различные научные результаты, полученные в одной области, при анализе другой. Также, для развивающихся систем, по мнению большинства авторов, характерна, с одной стороны устойчивость, с другой — неустойчивость, разрушение одной и создание



Рис. 1. Виды взаимосвязей в организационных структурах

другой устойчивой структуры. В этом случае можно наблюдать применение закона «перехода количественных изменений в качественные».

Таким образом, грамотное понимание значения, элементов, взаимосвязей организационных структур, а главное своевременное их построение, позволяет компании достаточно динамично развиваться, во-

время выявлять и решать проблемы функционирования и наилучшим образом достигать поставленных целей. Понимание что организационная структура — это, прежде всего модель функционирования, позволяет чётко определять взаимосвязи между подразделениями, отделами организации, чётко разграничивать их функциональные значения.

Литература:

1. Алябина, Е. В. Теория менеджмента: история управленческой мысли, теория организации, организационное поведение [Электронный ресурс]: учебник/ Е. В. Алябина [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — [Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2014]. — 705 с. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/47701>. — ЭБС «IPRbooks»
2. Черных, А. В. Теория организации [Электронный ресурс]: учебник/ Черных А. В., Прудникова О. А. — Электрон. текстовые данные. — Ульяновск: Ульяновский государственный педагогический университет имени И. Н. Ульянова, 2013. — 201 с. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/59188>. — ЭБС «IPRbooks»
3. Печиборщ, Н. И. О методе проектирования организационных изменений в бизнес-структурах // Н. И. Печиборщ / Менеджмент и бизнес-администрирование, 2013. — № 3. — с. 153–154

Взаимодействие власти и бизнеса как необходимый элемент развития современной экономической сферы

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

В данной статье обосновывается необходимость взаимодействия органов власти и бизнес-структур как элемента развития экономической сферы. В статье также рассмотрено взаимодействие власти и бизнеса как форма государственно-частного партнерства.

Ключевые слова: власть, бизнес, экономическая сфера, государственно-частное партнерство.

This article substantiates the need for interaction between government and business structures as an element of economic development. The article also discusses the interaction of government and business as a form of public-private partnership.

Keywords: power, business, economic sphere, public-private partnership.

Особенности механизма взаимодействия и взаимовлияния экономики и государства всегда являлись центром внимания и изучения как теоретиков, так и практиков экономических наук. На различных научно-практических и научно-теоретических конференциях актуализируется вопрос о влиянии воздействия предпринимательства на отношения таких сфер как государство и экономика.

Для достижения успеха и баланса взаимодействия между государством и обществом, необходимо вести речь не о полной замене государством рынка либо его устранении в регулировании рыночной деятельности, а о разумных пределах вмешательства и взаимоотношений между бизнесом и государством, когда они обуславливают взаимовлияние как сотрудники, не являясь подменой или заменой друг друга.

Проводя анализ проблем взаимодействия государства и экономики в условиях российской действительности, стоит учитывать фактор исторической обусловленности данных процессов, который оказал значительное влияние на формирование предпринимательства в России и определил сегодняшнюю ситуацию и дальнейшие перспективы развития.

Характерной чертой развития предпринимательства в России выступает факт того, что с момента своего возникновения в данной сфере экономических отношений государство занимало активную позицию. Российский бизнес никогда не являлся полностью самостоятельной категорией, которая свободна от нерыночных форм воздействия. В России именно государство выступало основным звеном существования и регулирования экономической сферы [1, С78].

Многие развитие страны осуществляли централизованное управление экономической сферой, используя механизм сочетания государственного регулирования и рыночных методов.

Спецификой российского предпринимательства является обусловленность историческим опытом, в результате которого Россия и западные страны не могут иметь большое количество общих форм развития предпринимательства. Отраслевое распределение малых и средних предприятий характеризуется следующими показателями: предприятия оптовой и розничной торговли составляют более 40% от всех малых и средних предприятий. 18% предприятий заняты в сфере услуг, 12% — строительные компании, 11% предприятий составляют обрабатывающие производства. Индивидуальные предприниматели работают в основном в сфере торговли и бытовых услуг. 96% предприятий, осуществляющих технологические инновации, заняты в сфере обрабатывающих производств.

В Российской Федерации в 2018 году действует 6 001 091 МСП: из них, 5 729 651 (95,5%) — микро, 252 521 (4,2%) — малых, 18 919 (0,3%) — средних [2].

Но необходимо отметить тот факт, что российская экономическая сфера не поднимется исключительно положившись на рыночные силы, учитывая сложившиеся кризисные условия. Дальнейшее государственное развитие, преодоление кризисных условий зависят от эффективного и цивилизованного взаимодействия сфер экономики и государства. Таким образом, необходимость партнерства государства и бизнеса определяется рядом факторов [3, С12]:

- эффективное управление и развитие доминирующей частной собственности нуждается в партнерском взаимодействии между обществом, властью и бизнесом;
- образовавшийся дисбаланс системы трехсторонних отношений, выступает негативным фактором, устранение которого направлено на равновесие участников экономического сотрудничества и гармонизацию взаимодействия власти, бизнеса и общества;
- отделением административных механизмов государственного воздействия от непосредственного участия в частной собственности и слабым присутствием во власти бизнес-структур, которые располагают значительными организационными, интеллектуальными и экономическими ресурсами;
- сохранением предприятий стратегической направленности в руках государственной власти, а также необходимостью повышения уровня эффективности развития и функционирования за счет сотрудничества государства и бизнеса;
- потенциальной выгодой, которая может быть получена от партнерского взаимодействия власти, бизнеса и общества.

В настоящее время понимание всего комплекса взаимодействия государства, бизнеса и гражданского общества означает обнаружение возможностей трансформации общественной системы. Думается, что особую

важность эта задача приобретает именно для России, когда формирование новой государственности и становление полноценного гражданского общества во многом зависят от успешного функционирования и взаимодействия этих основных субъектов социально-политических процессов [4, С54].

Формирование специфических моделей взаимодействия бизнес-структур, органов государственной власти и гражданского общества в Российской Федерации является одним из определяющих факторов успеха реформирования экономики и, как следствие, увеличение темпов экономического роста, а также влияет на эффективность функционирования политической системы. Однако формирование тех или иных моделей взаимодействия бизнес-структур и органов государственной власти зависит от предыдущего опыта развития страны, существующей политической культуры и сформировавшихся социальных, экономических и политических институтов [5, С8].

Роль государственного сектора особенно возрастает в связи с проблемами национальной безопасности и вопросами, касающимися реализации концепции устойчивого развития. Несмотря на отказ от директивного вмешательства, позиции государства в народном хозяйстве достаточно сильны. Государство не ушло из экономического процесса, речь идет о поиске новых форм государственного взаимодействия с экономикой [6, С37].

Одним из подобных форм взаимодействия может выступать государственно-частное партнерство.

В процессе трактовки понятия государственно — частного партнерства (ГЧП) особое значение имеет вопрос соотношения всех вложенных затрат и разделения перечня рисков на основании совместных проектов. Некоторые авторы акцентируют своё внимание на процессе привлечения дополнительных финансовых вложений в экономику именно с позиции частного сектора. Важно отметить, что государственно — частное партнерство представляется «долгосрочным уровнем партнерства, которое не может быть ориентировано только на малозначимое и краткосрочное участие второй стороны в процессе отношений. Всё это проводится для более успешного и эффективного развития обязанностей, которые стоят перед муниципалитетами, при условии качественно нового привлечения инвестиций» [7, С103].

Процесс функционирования ГЧП оказывает важное влияние на экономику, обеспечивая следующие моменты [8, С41]:

1. Повышает эффективность реализации проектов при помощи участия в них частного бизнеса, который может более эффективно решать вопросы производственного и управленческого характера в условиях рынка.
2. Нарращивает качество обслуживания конечных потребителей, а так же процесс реализации общественных проектов в более короткие сроки.
3. Снижает уровень нагрузки на государственный бюджет при помощи привлечения частного сектора и перераспределения части затрат на пользователей.

4. Привносит дополнительные возможности для развития системы предпринимательства, что в перспективе может способствовать решению проблем занятости, так как на рынке труда может повышаться спрос на высококвалифицированные профессии.

Партнерские отношения государства и бизнеса требуют согласования интересов этих двух основных институтов современного общества и экономики, поскольку данный механизм — это не простое сложение ресурсов. Следует

понимать, что каждая из сторон партнерства имеет собственные цели, о чем указывалось выше, решает свои конкретные задачи, стороны имеют различные мотивации.

Таким образом, опыт организации государственно-частного партнерства показывает, что эта форма взаимодействия власти и бизнеса в последние годы является одной из самых эффективных. Государство оказывает значительную поддержку реализации проектов, как на федеральном, так и на региональном уровнях.

Литература:

1. Варнавский В. Г., Клименко А. В., Королев В. А., Баженов А. В., Воротников А. М. Государственно-частное партнерство: теория и практика. М.: Издательский дом Государственного университета — Высшей школы экономики, 2015.
2. Развитие предпринимательства в 2018 году // Электронный ресурс [Режим доступа — свободный] <https://inc-russia.ru/understand/svadby-chashhe-a-stomatologi-dolshe-biznes-rossii-v-tsifrah-v-issledovanii-inc/>
3. Бутенко Д. Е. Государственно-частное партнерство как механизм повышения конкурентоспособности промышленности России // Научно-методический электронный журнал «Концепт». — 2016. — № S9.
4. Новикова О. В., Проблемы институционального взаимодействия государства и гражданского общества // Известия ВУЗов. Поволжский регион. Общественные науки. 2009. № 3.
5. Серебряков, С. Л. Гражданское общество, свобода, ответственность / С. Л. Серебряков // Социально-гуманитарные знания. — 2013. — № 3.
6. Бутенко Д. Е. Теоретические аспекты государственно-частного партнерства // Научно-методический электронный журнал «Концепт». — 2016. — № 17.
7. Бондаренко Е. Ю. Оптимизация рисков частно-государственного партнерства с участием международных финансовых институтов / Е. Ю. Бондаренко // Экон. науки. — 2016. — № 5.
8. Варнавский В. Г. Государственно-частное партнерство: некоторые вопросы теории и практики / В. Г. Варнавский // Мировая экономика и международные отношения. — 2015. — № 9.

Оценка инвестиционной привлекательности Республики Калмыкия

Бадлаева Ольга Андреевна, кандидат экономических наук, доцент;
 Куртукова Елизавета Алексеевна, студент магистратуры;
 Бадмаев Александр Борисович, студент;
 Кекеев Арслан Андреевич, студент магистратуры;
 Накшинов Эренцен Сергеевич, студент магистратуры;
 Карвенов Роман Анатольевич, студент магистратуры
 Калмыцкий государственный университет имени Б. Б. Городовикова (г. Элиста)

В соответствии с показателем «Распределение российских регионов по рейтингу инвестиционного климата» Республика Калмыкия за период с 2013 г. по 2017 г. стабильно входит в раздел «Незначительный потенциал — высокий риск (3С2)».

Согласно дистанционному рейтингу инвестиционной привлекательности субъектов РФ Республика Калмыкия занимает предпоследнее место и находится в категории IC9 — Умеренная инвестиционная привлекательность — третий уровень.

В состав группы аутсайдеров рейтинга (IC9) на протяжении всех шести лет составления рейтинга стабильно входят республики Северного Кавказа, Тыва и Калмыкия.

На протяжении этого времени на федеральном уровне разрабатываются различные решения по развитию этих регионов — от инфраструктурных проектов до создания туристских кластеров, однако экономический эффект от этих решений остается незначительным.

По показателю «Инвестиционный риск российских регионов» по Республике Калмыкия в 2012 году оказался самый максимальным средневзвешенным индексом риска за 2010–2017 годы. Значительно ниже оказался в 2017 году и составил 0,371, но этот показатель в три раза больше ведущего региона — Московской области с средневзвешенным индексом риска 0,128. По этому же показателю за 201–2017 гг. ранг риска значительно из-

Незначительный потенциал — высокий риск (3С2)	
31	Республика Калмыкия
38	Кабардино-Балкарская Республика
39	Карачаево-Черкесская Республика
40	Республика Северная Осетия - Алания
41	Чеченская Республика
63	Республика Алтай
76	Камчатский край
80	Магаданская область

Рис. 1. Распределение российских регионов по рейтингу инвестиционного климата в 2016 г.

Таблица 1. Рейтинг инвестиционной привлекательности регионов Национального рейтингового агентства категории IC9, 2018 г.

Кабардино-Балкарская Республика	IC9	Подтвержден
Республика Дагестан	IC9	Понижен
Республика Марий Эл	IC9	Понижен
Ивановская область	IC9	Подтвержден
Забайкальский край	IC9	Подтвержден
Республика Ингушетия	IC9	Подтвержден
Курганская область	IC9	Понижен
Чеченская Республика	IC9	Подтвержден
Карачаево-Черкесская Республика	IC9	Подтвержден
Республика Северная Осетия-Алания	IC9	Подтвержден
Республика Калмыкия	IC9	Подтвержден
Республика Тыва	IC9	Подтвержден

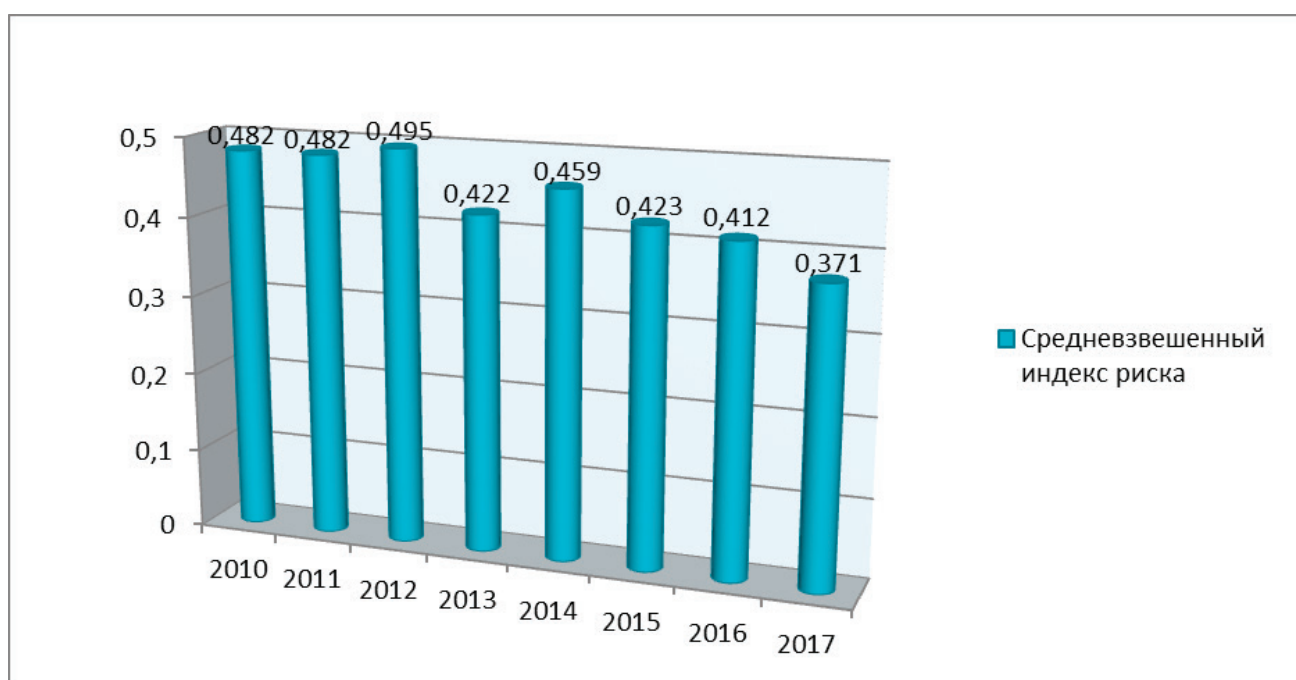


Рис. 2. Средневзвешенный индекс риска

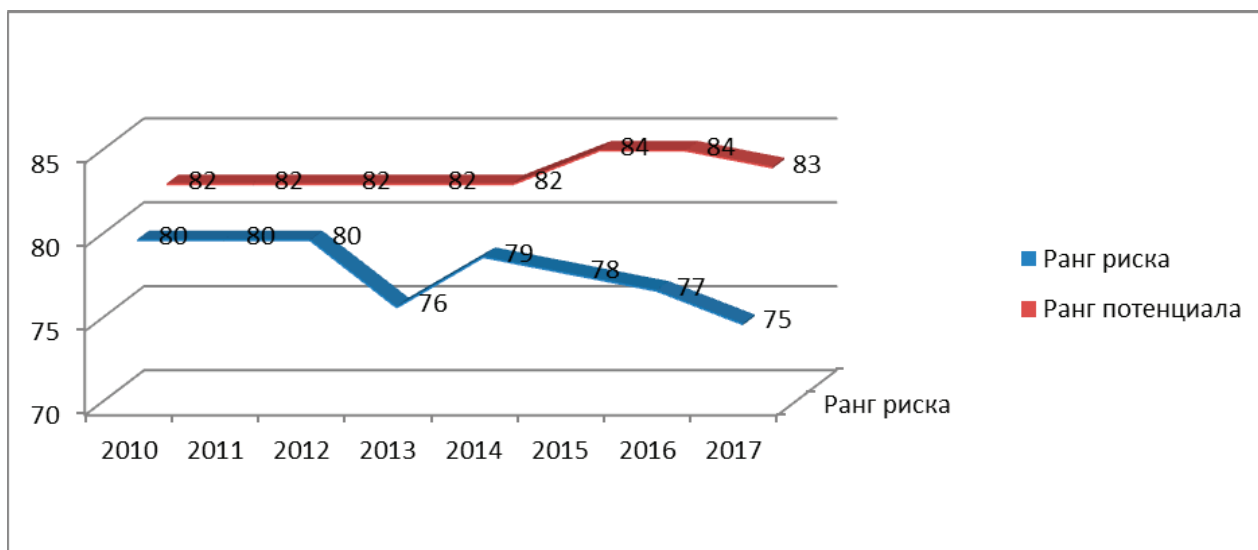


Рис. 3. Инвестиционный риск российских регионов по рангу и риску

менился в лучшую сторону, а ранг потенциала наоборот, с 2012 года по 2015 год являлся стабильным, но в 2017 упал до 83 места (рис. 2).

Доля Республики Калмыкия в общероссийском потенциале по состоянию на 2017 год составляет 0,198%. В этом показателе лидирует г. Москва — 14,412% от общей доли. Самый лучший результат за 2010–2017 гг. нашего региона был в 2016 и составлял 0,2%. Как мы видим по рис. 3.5, риск ранга в общероссийском потенциале на данный момент изменяется в положительной динамике, ранг потенциала практически остается неизменным и колеблется с 82 по 83 места.

В 2012 году Стандарт внедрялся в 11 пилотных регионах. 27 декабря 2012 года в ходе заседания Государ-

ственного совета Российской Федерации был рассмотрен и признан успешным опыт пилотного внедрения Стандарта. Согласно Перечню поручений Президента по итогам Госсовета Стандарт стал обязательным для внедрения всеми регионами страны.

Таким образом, низкий удельный вес в общем объеме вложений и относительно слабая динамика инвестиций, осуществляемых за счет кредитов банков и других организаций, свидетельствуют о значительном потенциале использования данного ресурса для интенсификации инвестиционного процесса в регионе. Также в республике доминирует личные инвестиции, такие как в строительство жилья, приобретение транспортных средств для обеспечения трудовой деятельности.

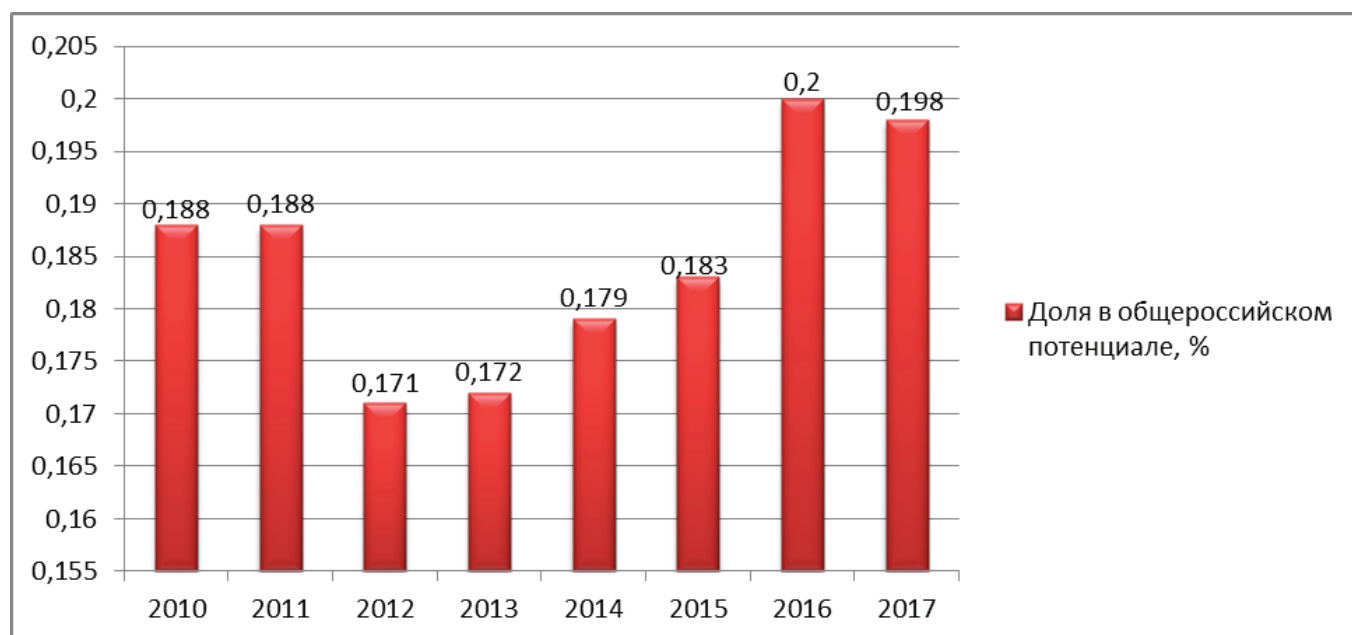


Рис. 4. Доля в общероссийском потенциале, %

Литература:

1. Федеральный закон от 02.01.2000 № 22–ФЗ «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений»
2. Закон РК от 18.12.2008 № 59-IV-3 «О государственно-частном партнерстве в Республике Калмыкия»;
3. Акулич М. Инвестиционный маркетинг. Инвестиционная привлекательность страны, региона, отрасли. — М.: Издательские решения (Цифровая книга);
4. Бадлаева О. А., Дербенов Ч. Ю. Применение экономико-математического моделирования для определения оптимальных параметров инвестиций. Региональные проблемы преобразования экономики. [Текст]: материалы / ред.-кол.: Е. О. Учурова [и др.]. — Элиста: Изд-во Калм. Ун-та, 2012. — 222 с.
5. Быстров О. Ф. и др. Управление инвестиционной деятельностью в регионах Российской Федерации: Монография. — М.: ИНФРА-М, 2010. — 358 с. Воробьева И. М., Пономарев А. М. Роль инвестиций в экономике // Молодой ученый. — 2015. — № 10. — С. 572–574;
6. Калмыкия в цифрах 2016. Статистический сборник. Элиста: Калмыкиястат, 2016 г.
7. Россия в цифрах. 2017: Крат. стат. сб./Росстат-М., Р76 2017–511 с;
8. Улюмджиева Е. В. Инвестиции в сельское хозяйство Республики Калмыкия [Текст] // Проблемы современной экономики: материалы Междунар. науч. конф. (г. Челябинск, декабрь 2011 г.). — Челябинск: Два комсомольца, 2011. — С. 157–158, <https://moluch.ru/conf/econ/archive/12/1364/> (дата обращения: 06.06.2019);
9. Французова Т. А. Инвестиции Республики Калмыкия на современном этапе // Молодой ученый. — 2014. — № 1. — С. 449–450;
10. Экономический словарь. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://abc.informbureau.com/html/oicsse-poaaiiue_jaoaieci.html.

Управление инновационными проектами в Свердловской области

Батенева Екатерина Алексеевна, студент

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

В статье рассматриваются теоретические аспекты инновационных проектов, анализируется инновационная деятельность Свердловской области.

Ключевые слова: инновации, инновационная активность, инновационный потенциал, разработки, исследования.

Инновационные проекты в настоящее время приобретают все большую актуальность. Ориентация экономики на инновационный путь развития и создания региональных инновационных систем стало велением экономического развития не только регионов, но и всего государства. Государство со своей стороны осуществляет все виды регулирования инновационной деятельности: организационное, экономическое, финансовое, нормативно-правовое. Высшая форма регулятивной деятельности государства — это выработка и проведение инновационной политики, управление инновационной деятельностью.

Инновации — очень актуальная тема для развития любого региона, поэтому данную тему мне бы хотелось рассмотреть на примере Свердловской области.

Инновационная деятельность является важнейшим ресурсом технологического развития Свердловской области, обязательным условием сохранения и инстру-

ментом мобилизации ее научно-технического потенциала на решение проблем региона [3, с. 26]

Рассмотрим основные направления инфраструктуры поддержки инновационной деятельности в Свердловской области.

Особую значимость проблема формирования региональной инновационной системы имеет для Свердловской области, где, с одной стороны, накоплен высокий научно-технический потенциал, а с другой — необходима модернизация и структурная перестройка производственного комплекса.

Необходимо отметить, что на территории области подготовлены её основы. По научным кадрам мы занимаем одно из ведущих мест в России: непосредственно научные исследования и разработки выполняют более 30 тыс. высококвалифицированных специалистов. Научная деятельность Свердловской области представлена академической наукой 22 учреждения Уральского отде-

ления РАН; наукой высших учебных заведений 32 вуза; отраслевой наукой 92 института; наукой на промышленных предприятиях и в прочих организациях. В последние годы все более ощутима взаимосвязь между подъемом экономики и востребованностью науки, о ко-

торой можно судить по росту объема научно-исследовательских работ, выполненных всеми научными организациями области [1, с. 48].

Рассмотрим состояние инновационной деятельности в Свердловской области на ряде примеров.

Таблица 1. Инновационная деятельность в РФ и Свердловской области в 2017–2018 гг.,% [7]

Субъект	Совокупный уровень инновационной активности		Удельный вес организаций, осуществляющих инновации отдельных типов, в общем числе организаций					
			технологические		организационные		маркетинговые	
	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018
Обрабатывающие, добывающие производства, производство и распределение электроэнергии, газа и воды								
Россия	14,3	15,6	11,2	12,4	7,5	8,2	4,9	5,1
Свердловская область	12,6	11,3	11,1	9,5	2,2	2,4	4,7	4,5
Связь, деятельность, связанная с использованием информационных технологий, научные исследования и разработки, предоставление прочих видов услуг								
Россия	8,6	10,7	5,2	7,3	3,4	4,8	2,1	3,4
Свердловская область	14,6	13,8	10,6	12,1	8,3	7,8	4,4	5,2

Как видно из приведенной таблицы, уровень инновационной деятельности в Свердловской области находится на уровне средних показателей по России, это и свидетельствует, что область включилась полностью в инновационную деятельность.

На сегодняшний день Свердловская область взаимодействует с федеральными институтами развития и поддержки инновационной деятельности, среди которых можно выделить:

- 1) корпорация «Роснано»;
- 2) фонды Российской венчурной компании;
- 3) Внешэкономбанк;
- 4) Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере («Фонд Бортника»);
- 5) Фонд «Сколково»;
- 6) Российский инвестиционный фонд информационно-коммуникационных технологий;
- 7) Российский фонд технологического развития;
- 8) Фонды РФФИ и РГНФ.

В настоящий момент в Свердловской области функционируют 11 бизнес — инкубаторов, семь из которых размещены в Екатеринбурге, четыре — в городах Верхняя Салда, Заречном, Карпинске и Реже. Также в регионе созданы новые технопарки, имеющих встроенные в свою структуру промышленно-производственные зоны для создания благоприятных условий при освоении инновационных продуктов [4, с. 58]

На сегодняшний день в области разработана новая концепция развития инновационной деятельности на период до 2020 года. По сравнению с предыдущей концепцией развития перед организацией инновационной деятельности в области, поставлены более серьезные задачи, основное направление которых выход на мировой рынок [2, с. 18]

Несмотря на достаточно положительную работу в инновационной деятельности в области, необходимо выделить

и проблемы в организации инновационной деятельности Свердловской области необходимо отнести следующее:

- несовершенство механизмов взаимодействия между участниками инновационного процесса;
- несовершенство механизмов формирования и реализации инновационных проектов, значимых для региона и государства;
- несовершенство нормативной правовой базы, регулирующей правоотношения в инновационной сфере;
- отсутствие действенной экономической политики в отношении участников инновационного процесса;
- неразвитые объекты инновационной инфраструктуры;
- отсутствие системы подготовки кадров для осуществления инновационной деятельности;
- отсутствие территорий ускоренного инновационного развития на базе имеющегося научного и промышленного потенциала.

В своей статье мне хотелось бы рассмотреть несколько вариантов решения данных проблем. Во-первых, необходимо совершенствовать систему образования на всех уровнях, добиваться обучения по-настоящему конкурентоспособных специалистов.

Во-вторых, необходимо совершенствовать систему стимулирования работников, занятых инновационной деятельностью.

В-третьих, учитывая санкции западных государств, необходимо развивать собственную промышленность во всех направлениях, создавать условия сотрудничества между организациями и предприятиями разных регионов и отраслей промышленности.

В-четвертых, создавать социальные и бытовые условия для жителей Свердловской области, снизить миграцию населения, для этого необходимо решить вопрос с развитием малых и средних городов области.

В-пятых, ввести льготное налогообложение для предприятий, осуществляющих инновационную деятельность,

как это введено в Японии. Льготное налогообложение позволит более быстрыми темпами развивать инновационные процессы в отраслях промышленности.

Анализируя инновационную политику Свердловской области, необходимо выделить, что в данном направлении сделано достаточно много, в результате чего можно сделать следующие выводы:

1) инновационный потенциал области представляет собой совокупность инновационных ресурсов, представ-

ляемых в виде продукта инновационной деятельности в производственной сфере

2) по основным показателям инновационной деятельности Свердловская область занимает лидирующие места среди остальных регионов РФ, этому способствует достаточно точно разработанная инновационная политика;

3) по научным разработкам и финансовым вливаниям в них в Свердловской области наблюдается тенденция к возрастанию.

Литература:

1. Концепция развития инновационной деятельности в Свердловской области на 2004–2014г [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 21 ноября 2014 г. N365-ФЗ. — Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс». — Режим доступа: <http://www.consultant.ru>;
2. Мовчан Р. А. Проблема формирования инновационного потенциала развития региона № 5, 2013. — С. 67
3. О государственной поддержке субъектов инновационной деятельности в Свердловской области [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 28 сентября 2010 г. N244-ФЗ. — Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс». — Режим доступа: <http://www.consultant.ru>;
4. Проблемы развития инновационной инфраструктуры, Инновационный портал г. Екатеринбурга [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://vakum-ekt.ru>

Проблемы формирования благоприятной среды реализации молодежной политики в сфере предпринимательства

Береснева Наталья Ириковна, доктор философских наук, профессор;

Вдовина Дарья Михайловна, студент

Пермский государственный национальный исследовательский университет

В статье рассматриваются проблемы в реализации молодежной политики в сфере предпринимательства, описывается значение развития предпринимательской активности среди молодежи в контексте формирования среды для развития предпринимательства, а также формулируются рекомендации для её улучшения.

Ключевые слова: молодежное предпринимательство, молодежная политика, молодёжь, малый и средний бизнес, поддержка предпринимательства, среда развития предпринимательства.

Формирование государственной системы, способствующей созданию благоприятных условий для самореализации молодого бизнес-сообщества в контексте астабильной быстроменяющейся экономической, правовой и политико-общественной внешней среды, становится одним из важнейших приоритетов, обеспечивающих присутствие субъектов молодёжного предпринимательства в крае и стране в целом, что обусловлено особой ролью бизнеса в пополнении резерва регионального и федерального бюджета, создании новых рабочих мест (как следствие — решение проблемы молодежной безработицы), повышении доли малого и среднего бизнеса в общем объеме экспорта и ВВП, что способствует переходу к интенсивному экономическому росту, основанному на ресурсосбережении. На повестке перехода России на путь развития инновационной экономики, приоритета знаний, поддержки интенсивных способов воспроизводства, а также формировании экологической чистой среды проживания, основой россий-

ского экспорта по-прежнему остаются топливно-энергетические товар, «удельный вес которых в структуре экспорта в январе-апреле 2017 года — 64,1%, когда как доля малого и среднего бизнеса в общем объеме экспорта составляет лишь 6%» [3]. При этом доля малого и среднего предпринимательства в России на 2017 г. в общем объеме ВВП составляет, по данным Росстата, 21,9%, для сравнения: доля малого и среднего бизнеса в ВВП в развитых странах держится на отметке в 50–60% (в США он составляет около 50%, в Великобритании — 51%, в Нидерландах — 63%) [2].

На наш взгляд, стоит выделить условия, которые негативно влияют на создание благоприятной среды для активизации деятельности молодежи в сфере предпринимательства, формируя почву для разрастания вышеуказанных проблем, а также разработать пути рекомендации по их устранению:

Проблема 1. Активное использование и обращение к сочетанию «молодежное предпринимательство» в различных

сферах жизни как экономической, политической, таки общественной, однако отсутствие регламентации молодежного предпринимательства и выделения его в отдельный институт в рамках нормативно-правового регулирования, несмотря на то что поддержка молодых бизнес-сообществ является одним из приоритетных направлений государственной молодежной политики. Это в свою очередь препятствует формированию адекватной и стабильной деловой этики, а также этики ответственности у молодых предпринимателей, приводя к состоянию, которое Н.Н. Зарубина называет «аномией», которая характеризуется «утратой нравственных универсалий их всеобщей значимости; «короткой жизнью» ценностно-нормативных образцов и соответствующая им “краткосрочность” социальных отношений, жизненных стратегий; распространением виртуальной реальности, симулякров и симуляций» [1]. Хотя предпринимательство является той формой деятельности, которая сопряжена с проявлением ответственного отношения между всеми субъектами данной практики и может стать институтом, формирующим индивидуальные жизненные смыслы молодежи вкупе с приоритетными общественно значимыми вопросами.

Рекомендации:

1. Создание устойчивой правовой базы, регулирующей молодежное предпринимательство, продолжение работы над «дорожными картами» Национальной предпринимательской инициативы;

2. Сокращение принятия (или предварительная адаптация) налогово-правовых приказов, формирующих отторжение со стороны предпринимателей, а также затрудняющих предпринимательскую деятельность. Ярким примером подобного действия можно считать введение онлайн-кассы с 1 февраля 2017, которое спровоцировало создание дополнительных статей расходов для бизнеса, что затруднительно, учитывая довольно высокую ценовую категорию требуемой аппаратуры и сумм на оказание услуг, особенно для микропредприятий, к которым в основном и относится молодежное предпринимательство;

3. Упрощение сферы документооборота, позволяющее сократить время оказания государственных услуг;

4. Здесь же можно обратить внимание на осуществление прозрачных частных инвестиций в молодежный бизнес, гарантированности надежности данных взаимоотношений в сфере права (для инвестора и инвестируемого).

Проблема 2. Плюрализм подходов к субъектному отношению поддержки молодежного предпринимательства на государственном уровне, а также множественность структурных элементов поддержки предпринимательства. На данный момент программные механизмы поддержки предпринимательства среди молодежи реализует Министерство экономического и социального развития Российской Федерации, Федеральное агентство по делам молодежи, Министерство сельского хозяйства Российской Федерации, Министерство образования и науки. Получает так, что каждое ведомство занимается регулированием программ только в своей сфере, когда как вопрос создания

предпринимательской среды носит комплексный характер, реализуемый на основе межведомственного взаимодействия и социального партнёрства. В Пермском крае программы осуществляются по заказу краевого Министерства промышленности, предпринимательства и торговли (в том числе программа «Ты-предприниматель», курируемая Росмолодёжью. Это также влияет на распределение бюджета, как известно, в молодежной сфере, собственно и в поддержке молодежного предпринимательства, сохраняется курс на остаточное финансирование.

Рекомендации:

1. Создание структурно-иерархической схемы субъектов, занимающихся поддержкой молодежного предпринимательства (малого и среднего бизнеса в целом) для выявления «фиктивных» лишних элементов, что позволит убрать лишнюю административную нагрузку, а также четко сформировать ответ на «куда идти?» у предпринимателей;

2. В идеале — сформировать отдельную ветвь, занимающуюся вопросами молодежного предпринимательства с отдельным бюджетом;

3. Осуществление взаимодействия между структурами на основе межведомственного взаимодействия и принципов социального партнёрства.

Проблема 3. Дисбаланс в видах предприятий, то есть преобладание микропредприятий (95%, а также нерегистрируемые самозанятые) в количественном составе малого и среднего предпринимательства, спровоцированное существующими препятствиями (административными, налоговыми нагрузками, а также затратами на масштабирование своего дела) в возможности перехода микробизнеса в разряд малых и средних предприятий. Поэтому число средних предприятий, которые ввиду своих признаков могут быть инициаторами создания большего количества рабочих мест, а также формировать весомые налоговые и страховые поступления в бюджет, остается крайне малым. На наш взгляд, главной подпричиной сложившейся ситуации может является ограниченность финансовой поддержки субъектов молодежного предпринимательства. Так, гранты в рамках программы «Ты-предприниматель» равны 120, 80 и 50 тысяч рублей, то есть для более состоявшегося бизнеса, которому нужны инструменты для масштабирования и поиска новых каналов сбыта и реализации данные суммы крайне малы, а для только стартующих предпринимателей возникает противоречие: с одной стороны, для микробизнеса цифры адекватны; с другой стороны, критерии участия и победы в конкурсе не позволяют пробиться проектам с нуля, получить максимальные баллы для победы крайне сложно, эксперты отдают свой голос уже работающим предприятиям.

Рекомендации:

1. Создание площадок поиска каналов инвестирования для молодежи помимо целевых грантов, например, подобных «Ярмарке инвестиций»;

2. Распределение финансирования проекта с учетом специфики проекта, разделение конкурса на тематические блоки, так как среди участников бывает преобладает социально-ориентированный бизнес, его резонно перена-

правлять в конкурс «Социальное предпринимательство» (это в частности касается программы «Ты-предприниматель») или же классифицировать проекты по разным основаниям, что поможет подходить к распределению средств бюджета адекватно;

3. Поэтапное получение средств на реализацию проекта в соответствии с планом реализации, а не всей суммы сразу, в особенности это касается стадии расширения и преодоления барьеров перехода от микро к малым и средним предприятиям, однако здесь также стоит пересматривать проблему ограниченности объема грантового финансирования. Также поэтапное финансирование может исключить риски «выживаемости» бизнес-проекта (на данный момент сколько предприятий открывается, столько же и закрывается), поэтому расширение объема финансирования будет не столь критичным;

4. Формирование комиссии экспертов конкурса грантов, а также сотрудников бизнес-инкубаторов, фондов поддержки бизнеса, технопарков и прочих структур с учетом критерия существующего опыта предпринимательской деятельности, так как осуществлять диалог и взаимодействие проще в паре предприниматель-предприниматель. Это формирует доверительный климат, а также формирует взаимодействие в реальной плоскости, особенно если предприниматель-наставник практикующий;

5. Работа с уровнем притязаний молодых предпринимателей, который в основном формирует среда, что особенно сложно с уральскими и сибирскими территориями.

Проблема 4. Отсутствие информационного взаимодействия между федеральными, региональными и местными структурами, что приводит к созданию ситуации, при которой ниже стоящие уровни не подключаются к передаче данных далее к предпринимательскому сообществу. Исходя из итогов мониторинга «Опоры России» об эффективности мер государственной поддержки малого и среднего предпринимательства, существует «низкая информированность о существующих мерах государственной поддержки; только 35% предпринимателей слышали о существовании каких-либо программ» [4].

Рекомендации:

1. Перемещение ответственности за развития молодежного предпринимательства в регионы, что позволит формировать программы с учетом специфики территорий, а также сократить путь передачи информации о мерах поддержки;

2. Развитие «молодежных» каналов информирования, региональный мониторинг осведомленности о мерах поддержки предпринимательства с учетом сегментации на разные группы молодежи;

3. Работа с таким явлением, как «инфоцыганство», формирование обоснованных критериев экспертов в сфере молодежного предпринимательства для минимизации искаженной подачи информации.

Проблема 5. Создание положительного образа мер государственной поддержки и власти в целом (фактор доверия), что провоцирует нежелание молодежи пользо-

ваться возможностями данных механизмов, считая их нерентабельными, а также вызывающими внешний административный излишний контроль и ответственность за невыполнение условий их получения, что, соответственно, отпугивает молодых предпринимателей, а также формирует пласт нерегистрируемого бизнеса.

Рекомендации:

1. Работа с таким явлением, как «инфоцыганство», формирование обоснованных критериев экспертов в сфере молодежного предпринимательства;

2. Брендинг, создание привлекательной «упаковки» мер государственной поддержки для молодых людей;

3. Объединение и установление связей коммерческих бизнес-сообществ с государственными структурами поддержки молодежного предпринимательства.

Проблема 6. Искаженное восприятие предпринимательской деятельности, что может блокировать предпринимательскую активность молодого человека как в семье, так и за ее пределами (в школе и других социальных институтах).

Рекомендации:

1. Развитие технологий обучения «маленьких» предпринимателей;

2. Популяризация личности предпринимателя в доступном для молодёжи формате, уже в школе нужно формировать имидж предпринимателя.

Проблема 7. Неопределённость предела риска предпринимательской деятельности. Часто бывает сложно пересказать успешность проекта ввиду частых изменений внешней среды, отсюда сложно вывести степень ответственности молодого человека в условиях туманности, что его, соответственно, отпугивает. Предприниматель должен являться тем человеком, который должен указывать куда двигаться компании и подчиненным, но сам зачастую оказывается в ситуации неясности.

Рекомендации:

1. Расширение использования формата «как не надо» (ошибки — это нормально, но лучше учиться на чужих) в обучении и презентации предпринимательской деятельности;

2. Развитие наставничества в предпринимательской среде.

Отсюда вытекает важность создания среды обитания-экосистемы взаимодействия и жизнедеятельности молодых предпринимателей, которая должна основываться не столько на реализацию новых инструментов государственной поддержки, а сколько на формировании восприятия молодым человеком данных мер как полезных и эффективных. Создание доверительного климата для объединения государственных структур, бизнес-сообществ, экспертов, образовательных структур и самих молодых предпринимателей с целью нахождения и решения больших зон в предпринимательской сфере, а также трансляции предпринимательской системы взглядов, поощряющих ответственное отношение к окружающему сообществу и умение делать осознанный выбор. Таким образом,

в формировании благоприятной среды для активизации предпринимательской деятельности молодых людей стоит учитывать не только монетарные факторы, которые безусловно также являются базой для старта проекта, но и нефинансовые категории, имеющие наибольший с психологической точки зрения тормозящий эффект. На наш

взгляд, очень важно работать с такими явлениями как уровень притязания личности, который тесно связан со средой, в которой проживает молодой человек. Ситуация анонии, сложившаяся в обществе в последнее время, не должна искажать и вводить в состояние неопределенности и абсурдности происходящего сознание молодежного сообщества.

Литература:

1. Зарубина Н.Н. Молодежь в условиях анонии: кто примет ответственность за будущее России? // «Общественные науки и современность» № 22016. С. 52–63. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://ecsocman.hse.ru/data/2018/11/18/1251870800/52-63_Zarubina_.pdf (режим доступа: 07.05.2019)
2. Росстат посчитал долю малого и среднего бизнеса в России — 22% от ВВП // Сайт журнала «Секрет фирмы» службы [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://secretmag.ru/news/rosstat-poschital-dolyu-malogo-i-srednego-biznesa-v-rossii-22-ot-vvp-05-02-2019.htm> (дата обращения: 14.03.2019).
3. Экспорт-импорт важнейших товаров за январь-апрель 2017 года // Официальный сайт Федеральной Таможенной службы [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.customs.ru/index2.php?option=com_content&view=article&id=26590&Itemid=198 (дата обращения: 14.03.2019).
4. Александр Калинин: Корпорация малого и среднего предпринимательства (МСП) — инструмент решения проблем бизнеса // Официальный сайт «Опоры России». [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://oropabryansk.ru/actual/> (режим доступа: 07.05.2019)

Определение понятия рынка

Беседин Алексей Витальевич, студент магистратуры
Томский государственный архитектурно-строительный университет

Ключевые слова: рынок, ресурсы, производство, товар.

Рынок развивался достаточно долго. Длительность развития составляет около 30 веков. Человеческий опыт указывает на то, что рыночный механизм — культурное изобретение, сравнимое с такими явлениями как применение металла, покорение огня, изобретение электричества и т.д. Рынок в отличие от других открытий придумывали всем человечеством. Изначально рынок определяли, как какое-либо место, где покупали и продавали блага. Также были попытки дополнить определение рынка фактором ценообразования. А. Маршалл называл рынок местом, во всех точках которого одновременно за идентичные товары платили идентичную цену.

Позже в определение рынка добавили покупателя и производителя, и их взаимоотношения, и спрос с предложением. Из-за этого стали появляться новые определения, такие как: рынок — это взаимоотношения между покупателем и производителем; это система взаимодействий спроса и предложения друг с другом; это комплекс отношений товарообмена;

Есть множество определений рынка. Рынок можно понимать двояко — узко и широко. В узком значении рынок есть комплекс взаимоотношений между производителями и потребителями, или предложением и спросом. Есть суждение, что в узком значении рынка есть что-то грубое, незатейливое. Отметим, что бесполезно отрицать сделки

между производителями и потребителями, которые совершают каждый день. Эти взаимоотношения вполне существуют, значит, и определение рынка в узком значении должно существовать. Не нужно определять рынок только одним понятием. У него ключевое место во всем общественном производстве, которое охватывает макро- и микроуровни, распределение, потребление и обмен. В широком же значении рынок представляют, как движение благ в виде услуг, товаров и денег во всем общественном воспроизводстве экономической системы страны.

Основными чертами рынка можно назвать наличие товарной массы (развитость рынка определяется количеством товаров); развитую и устойчивую товарно-денежную систему (Товары-Деньги-Товары-Деньги...); свободу хозяйствующих субъектов, сделок и договоров (но она не абсолютна, т.к. на рынке есть определенные правила игры); также в рыночной экономике присутствуют законы, такие как закон конкуренции, закон цены и закон предложения и спроса; действия производителей и потребителей стимулирует экономический интерес; риск участников рынка в своей деятельности; создание современной рыночной экономики путем ее развития. Также, рыночная экономика раскрывает возможности на мировом хозяйстве. Региональный рынок — есть доля национального рынка, а национальный — доля миро-

вого. Рыночная экономика помогает человеку добавить в свои нормы морали несколько новых (рыночную мораль и этику).

К причинам и условиям возникновения рынка можно отнести:

- 1) Безграничные людские потребности (из-за которых производят блага и развивают рынок);
- 2) Нехватка ресурсов и поиск более эффективного их распределения;
- 3) Разделение труда, повышающее результативность производства.
- 4) Экономическая обособленность товаропроизводителя рамками собственности.
- 5) Полная независимость производителя

Частная собственность, система ценообразования, конкуренция — три основных составляющих рыночной экономики. Частная собственность — главная составляющая. Система ценообразования отвечает на три главных экономических вопроса: Что производить? Как производить? Для кого производить? Конкуренция — опора рынка, которая нужна для стимуляции товаропроизводства и повышения его эффективности. Рыночным конкурентным ценообразованием можно назвать открытие новых, более эффективных и недорогих методов производства и предложения благ. Рынки можно поделить на:

- 1) Рынок товаров и услуг (потребительский);
- 2) Рынок факторов производства;
- 3) Финансовый рынок.

1. На рынке товаров и услуг взаимодействуют и производители, и потребители. Сначала происходит про-

изводство товара, затем его сбыт. Главным признаком этого вида рынка, это формирование цен после товаропроизводства. Также он может подвергаться кризисам, из-за несовпадения гипотетического и фактического спроса на товары. Производитель рискует на этом рынке. Существенная масса покупок происходит на контрактном рынке, где оформляются заказы на производство благ и услуг. Здесь еще до начала производства предусматриваются и оговариваются пункты заказа (цены, количество, поставка). Этот вид рынка устойчивее других. Рискуют на нем и производитель и правительство.

2. Рынок факторов производства (труд, земля, капитал). Рынок труда, земли и капитала. Главное отличие рынка факторов производства от других, это то, что предлагаемый товар не всегда переходит в собственность его покупателя. В основном товар арендуют. Рынок факторов производства делится на рынки электроэнергетики, недвижимости, орудий труда, сырья и полезных ископаемых

Рынок ресурсов труда — экономическая форма движения рабочей силы, мигрирующей из-за законов рынка.

3. Финансовый рынок — рынок, на котором отражается спрос и предложение денежных средств (деньги, акции, денежные бумаги). На этом рынке функционируют фондовые и валютные биржи. Финансовый рынок подразделяют на инвестиционный рынок (рынок капиталов), кредитный рынок, рынок ценных бумаг и валютно-денежный рынок.

Сейчас придают большое значение рынку интеллектуальных товаров — инноваций, изобретений, информационных услуг, произведений литературы и искусства.

Литература:

1. Маркова, А.Н. Экономическая история России / А.Н. Маркова, А.В. Сметанин, Ю.К. Федулов; под ред. Ю.К. Федулова. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. — 319 с.
2. Алехин, Э.В. Управление региональной экономикой. Учебное пособие/ Э.В. Алехин; Пенза: Изд-во ПГУ 2011 г. — 255 с.
3. Максимова, В.Ф. Микроэкономика: Учебно-методический комплекс. — М.: Изд. Центр ЕАОИ. 2008 г. — 204 с.

Участники рыночного хозяйства. Структура и классификация рынка

Беседин Алексей Витальевич, студент магистратуры
Томский государственный архитектурно-строительный университет

Ключевые слова: рынок, хозяйство, капитал, экономика.

В рыночной экономике есть три основных участника (субъекта):

1. Домохозяйство — это экономическая ячейка, которая состоит из одного или более лиц, принимает решения независимо то кого-либо, имеет в собственности какой-либо фактор производства, пытается максимально

удовлетворить свои потребности и стремится к максимально эффективному распределению ресурсов.

Домохозяйства в экономике могут выступать как владельцы ресурсов производства и как расходующая группа. В качестве владельцев ресурсов производства домохозяйства получают плату за работу, проценты и ренту за ис-

пользование ресурсов. В качестве второй же функции они распоряжаются своими доходами. Какая-то доля уходит государству в качестве налогов, а другую долю домохозяйства оставляют себе.

2. Фирма — это экономическая ячейка, самостоятельно принимающая решения, стремящаяся к максимальному увеличению дохода, применяющая для производства и сбыта товаров прочим фирмам, домохозяйствам, государству производственные факторы.

Фирма образуются на базе предприятия, на которой происходит слияние, в технологическом плане, производственных средств и труда. Какие-то фирмы имеют во владении одно предприятие, какие-то несколько. Фирмы, имеющие во владении несколько предприятий, выделяют как объединения, которые основываются благодаря горизонтальному и вертикальному комбинированию, а также конгломераты.

Горизонтальное комбинирование означает, что предприятия, которыми владеет фирма, находятся на одной стадии. При вертикальном комбинировании предприятия составляют один механизм, один технологический процесс. Конгломераты охватывают не связанные предприятия. Фирмы, которые производят одну продукцию образуют отрасль.

По отношению собственности фирмы могут делиться на:

- 1) Единоличные владения.
- 2) Партнерства.
- 3) Корпорации.

3. Государство обеспечивает правовые основы, защищает права собственности, регулирует отношения между продавцами и покупателями регулирование отношений между производителями и потребителями, создает денежную систему. Оно воздействует на изменение структуры национального продукта, на уровень безработицы и инфляции путем изменения налогов, гарантирует оптимальную стоимость сельскохозяйственных товаров. Определяет прожиточный минимум, субсидирует потребителей и производителей, осуществляет государственные закупки и государственное предпринимательство. Также, государство перераспределяет доходы для того, чтобы сократить уровень неравенства населения (выплачивает пособия малообеспеченным семьям, стипендии студентам, государственное страхование).

Структура рынка — количественная и качественная взаимосвязь различных частей рынка, обеспечивающая его функциональность.

Это внутренняя система, располагающая отдельными частями рынка.

Рынок связывают и со сферой финансов, и со сферой производства. И включает он в себя и производственные

элементы и финансовые (материальные, денежные). Соответственно у рынка очень разнообразная структура, которая может классифицироваться по разным признакам.

Выделяют сначала три основных вида рынка:

- 1) Рынок товаров и услуг.
- 2) Трудовой рынок.
- 3) Рынок капиталов.

И уже затем денежный, фондовый, валютный, информационный, инвестиционный, инновационный.

Также есть местный, который ограничен некоторыми областями страны:

- 1) Национальный рынок, который располагается в стране.
- 2) Мировой рынок, который охватывает весь мир.

Еще есть: свободные, монополизированные и регулируемые рынки.

В соответствии с законами государства: легальные и нелегальные.

По количеству товаров: равновесные, дефицитные и избыточные рынки.

В экономике есть, кроме отдельных, изолированных рынков, система рынка, в которой элементы взаимосвязаны друг с другом.

Рыночной инфраструктурой называют систему каких-либо предприятий, организаций или служб, обеспечивающих продажу товаров на рынке. Она характеризуется комплексом элементов, институтов, которые создают условия для функционирования рынка. В ее организационную базу входят предприятия, занимающиеся сбытом, брокерством. Материальной базой называют транспортную систему, информационную и средства связи. Правовые отношения регулируются законодательством. Кредитную систему принято называть одним из элементов рынка. Она содержит в себе финансовые компании.

Кредитная система состоит из компаний способных привлечь деньги и затем во вложения. Ядром кредитной системы называют банковскую систему, которая включает в себя центральный и остальные банки.

В рыночной инфраструктуре есть такие элементы как биржи, аукционы и ярмарки.

Биржей называется место, где встречаются покупатели и продавцы и заключают договоры. Биржа бывает товарная, трудовая и фондовая.

Аукционами называют публичную продажу товаров, которых не хватает на рынках. Проводятся они, чтобы выручить максимальную цену за товар. Покупатель, назвавший максимальную цену, забирает товар.

Ярмарка — это базар (рынок), где распродают товары. Она может проводиться регулярно или периодически.

Литература:

1. Холодков, В. Г. В мире рыночной экономики / В. Г. Холодков. — М.: Информполиграф, 2017. — 140 с.
2. Борисов, Е. Ф. Экономическая теория: Учебник / Е. Ф. Борисов. — М.: Юрайт-Издат, 2009. — 399 с.

3. Куликов, А. М. Основы экономической теории: Учеб. пособие. — М.: Финансы и статистика, 2008. — 400 с.
4. Бабашкина, А. М. Государственное регулирование национальной экономики: Учеб. пособие. — М.: Финансы и статистика, 2009. — 480 с.

Моделирование денежных потоков

Боровской Георгий Николаевич, студент магистратуры
Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ» (г. Москва)

При моделировании денежных потоков решается множество задач. На первом этапе необходимо определить объём выручки, который организация будет ожидать в будущих периодах, этот показатель в основном имеет зависимость с показателем объёма производства, а также с уровнем спроса и цен. Следовательно, при оптимизации объёмов производства менеджером должно учитываться количество имеющихся производственных мощностей, доходность различных видов продукции и условия сбыта. Во время возникновения различных противоречивых ситуаций, например, когда разная продукция имеет ведущие позиции по разным признакам, необходимо предпринять множество решений, которые могут повлиять на оптимизацию объёмов производства.

Во время создания качественных моделей распределения денежных потоков организации могут быть следующие осложнения:

1. Разнородные связи, которые характерны для разных подсистем коммерческой структуры. В кибернетике такие объекты называются сложными системами, а методы, с помощью которых изучаются эти объекты — системный анализ. Самые важные результаты в этой области, как правило, связаны с использованием количественных математических методов для оценки принимаемых решений. А для применения подобных методов необходимо располагать адекватными математическими моделями, которые обычно не используются в практике хозяйственной деятельности компаний [1 с. 32].

2. Зачастую достаточно затруднительно провести целенаправленные эксперименты, которые предшествуют формированию гипотезы и которые позволяют проверить на практике эту гипотезу.

Имитационные модели позволяют увязывать в одно целое деятельность всех подразделений организации. Благодаря этому становится возможной эффективная организация всей системы оперативного и стратегического планирования. Благодаря применению потоковых подходов информация о деятельности хозяйствующего субъекта и его служб приобретает сжатую и легко читаемую форму. Из-за применения потоковых подходов информация о деятельности организации очень хорошо поддается различным видам анализа, а также облегчает управление и планирование работы [2 с. 90].

Существует различные идеологии управления денежными средствами, одной из которых является система то-

тального управления денежными средствами; основной целью этой системы является рост значимости финансовой функции. Кроме того, данная система помогает в управлении денежными средствами на счетах компании, выявлении и оценке различных решений менеджеров, которые влияют на денежные потоки. Основой данной системы являются два принципа:

1. Все структурные подразделения организации обязаны использовать все ресурсы, которыми располагает организация.
2. Все работники предприятия имеют значительный вес в структуре предприятия и могут оказать влияние на состояние денежных ресурсов.

Данная система охватывает всю деятельность фирмы, такие как выбор банка, сбор дебиторской задолженности, текущее бюджетирование, бюджетирование капиталовложений и другие.

Главный показатель, который характеризует работу организации, это чистый денежный поток. Для расчёта и управления используются три отчётности: отчет о движении денежных средств, бухгалтерский баланс, отчет о финансовых результатах. Главной практической целью данной системы является повышение ликвидности бизнеса.

Основными элементами данной системы являются:

1. Оперативное управление деньгами.
2. Управление затратами.
3. Управление рабочим капиталом.
4. Управление продажами и маркетинг.
5. Управленческий учет и бюджетирование.
6. Разработка и организация финансовых структур.

Существует множество инструментов оперативного управления денежными средствами:

1. Составление платежного календаря.
2. Определение приоритетности платежей.
3. Введение «платежных дней».
4. Регулярное погашение счетов частями.

При нехватке денежных средств существуют следующие способы борьбы:

1. Привлечение финансирования.
2. Получение финансирования от собственника.
3. Продажа доли в бизнесе или привлечение инвесторов.
4. Заморозка части инвестиционных проектов.

Чтобы количественно оценить влияние различных факторов риска на денежные потоки организации, ис-

пользуется показатель Cash-Flow-at-Risk (CFaR), который служит для отражения максимально возможных потерь запланированных денежных потоков. Сами потери, в свою очередь, возникают под влиянием различных видов рисков в течение определённых периодов [4 с. 12].

Этот показатель измеряет вероятность того, что поток денежных средств через какой-то определённый период не опустится ниже заданного значения. Сама методология CFaR имеет множество областей применения, главной ценностью для финансовых рынков является то, что организация, определив Cash Flow at Risk, может прогнозировать свои возможности в сфере инвестирования.

Данные модели денежного потока под риском служат не только для того, чтобы правильно определять риски, а впоследствии их контролировать и управлять, но также воздействовать на прибыль и генерируемые денежные потоки. Эти модели позволяют также оценить колебания, которые могут произойти в будущем, то есть служат инструментом, который покажет «что произойдет с риском, если будет реализован следующий проект».

Данные модели помогают в обосновании заключения контрактов, в различных сферах, таких как закупка ма-

териалов, являющиеся ресурсами для производства, продажа произведенной продукции, осуществление проектов в сфере инвестиции. Кроме того, с помощью данных моделей можно обосновывать изменение в структуре капитала организации. В модели денежных потоков под риском учитываются риски, которые могут быть соотнесены с операционной неопределенностью: изменчивость транспортных расходов компании, капитальных и операционных расходов, уровня производства, непостоянство процентных ставок, валюты и другое. Рассматриваемая модель берет за основу исследование возможных альтернатив в развитии компании, а не просто наблюдение за ситуацией. В настоящее время этот подход совершенствуется благодаря развитию программного обеспечения и методологических подходов к построению моделей [3 с. 5].

Одним из главных плюсов расчёта CFaR, который основывается на регрессионной модели рисков, является возможность в дальнейшем пользоваться полученной информацией, чтобы хеджировать различные виды рисков. Используя эту модель, управленческий персонал может эффективно и в достаточно короткий срок оценить влияние различных видов стратегий хеджирования на CFaR.

Литература:

1. Бернштейн Л. А. Анализ финансовой отчетности: теория, практика и интерпретация. М.: Финансы и статистика, 2003. 624 с.
2. Жаров Д. Финансовое моделирование в Excel. М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. 170 с.
3. Когденко В. Г. Стратегическое Моделирование Прибыли Компании Методом Монте-Карло. // . — 2018. — 3(20)
4. Пеглер М. — Strategic commodity and cash-flow-at-risk modeling for corporates, McKinsey Working Papers on Risk, 2013.
5. Холмс Э. Риск-менеджмент. М.: Эксмо, 2007. 304 с.

Влияние оценки стоимости предприятия на управленческие решения

Воронько Марина Славомировна, преподаватель
Колледж электроники и приборостроения (г. Санкт-Петербург)

Управленческое решение — это решение, которое принимает непосредственно вышестоящий по структуре управления руководитель предприятия, и которое представляет собой непосредственно управленческое воздействие на всех нижестоящих его подчиненных. Причем объектом управления здесь является вся управленческая деятельность на предприятии, а именно: человеческие ресурсы, производственные и обслуживающие процессы, стратегическое планирование, система управления организацией, управленческое консультирование, взаимодействие с внешней средой, а также управление финансовыми потоками и стоимостью предприятия. Поэтому рассмотрим роль оценки бизнеса в принятии управленческих решений, что является достаточно актуальным для изучения многими специалистами в настоящее время. [4, с. 158–160]

Невозможно управлять стоимостью предприятия, если систематически и объективно не проводить оценку его рыночной стоимости. Грамотно проведенная оценка стоимости компании позволяет осуществлять принятие взвешенных и грамотных управленческих решений, среди которых можно выделить: корректировка хозяйственных операций, повышение эффективности производства, осуществление контроля за финансовыми потоками, более рациональное использование материальных ресурсов, повышение платежеспособности компании. [5, с. 42]

Многие успешные компании активно на практике используют различные методы оценки стоимости бизнеса. Данные методы могут быть применены в своей деятельности любой компанией для того, чтобы оценить собственный бизнес и осуществить разработку тех ме-

роприятий, которые позволят устранить проблемные бизнес-процессы и разработать стратегии увеличения рыночной стоимости. [6, с. 147]

Известны и активно применяются следующие методы оценки стоимости предприятия: доходный, сравнительный и затратный. В данной статье рассмотрим именно доходный подход.

Используя доходный подход, особое внимание направляется на доходы от бизнеса, т.к. именно данный показатель выступает в качестве основного фактора, от которого зависит стоимость объекта оценки. Чем выше доходы предприятия, тем соответственно и дороже его стоимость. При оценке учитывается не только величина дохода, но также и срок, за который он может быть получен, вид и уровень риска, который сопровождает процесс получения прибыли. По итогам изучения рыночной информации оценщик пересчитывает денежные потоки в общую сумму текущей стоимости. Данный метод оценки предполагает расчет текущей стоимости доходов, которые прогнозируются получить в будущем от ведения предпринимательской деятельности и продажи бизнеса после прогнозного периода.

В рамках доходного подхода активно используются следующие основные методы:

- 1) Метод дисконтирования денежных потоков.
- 2) Метод капитализации дохода. [3, с. 92]

Первый метод оценки опирается на прогноз денежных потоков от объекта оценки, которые дисконтируются по дисконтной ставке, соответствующей ставке дохода, отражающей риски инвестора.

Базовая формула расчета стоимости методом дисконтирования имеет следующий вид:

$$V_m = \sum_{n=1}^k \frac{CF_n}{(1+R)^n} + PVTV \quad (1)$$

где V_m — рыночная стоимость;

n — порядковый номер года прогнозного периода;

k — количество лет в прогножном периоде;

CF_n — ожидаемый денежный поток;

R — ставка дисконтирования;

$PVTV$ — текущая стоимость терминальной (остаточной) стоимости.

Теперь приведем формулу расчета $PVTV$.

$$PVTV = \frac{CF_k(1+g)}{(R-g)} \frac{1}{(1+R)^k} \quad (2)$$

где CF_k — ожидаемый денежный поток последнего прогнозного года;

g — постоянные темпы роста;

$(R - g)$ — коэффициент капитализации;

$CF_k(1+g)$ — ожидаемый денежный поток постпрогнозного периода;

$1/(1+R)^k$ — фактор текущей стоимости, используемой при дисконтировании. [2, с. 72]

Второй метод подразумевает определение рыночной стоимости бизнеса по формуле:

$$V = \frac{D}{R} \quad (3)$$

где D — среднегодовой доход организации;

R — коэффициент капитализации, который только при оценке бизнеса определяется как ставка дисконтирования минус постоянные темпы роста. [2, с. 73]

Доходный подход — это основной подход для определения стоимости компаний. Его происхождение основано на самой цели создания бизнеса — получение дохода, а в конечном счете, и прибыли. Этот подход предполагает выполнение нескольких этапов оценки стоимости бизнеса:

1. Производится анализ деятельности компании за ряд прошедших лет.
2. Строится прогноз доходов и расходов компании на 3–4 года. Прогноз основывается как прошлой деятельности предприятия, так и на состоянии экономики страны на макро- и микроуровнях.
3. Рассчитывается важный показатель для действующей компании — ставка дисконтирования или капитализации (ставка дохода).
4. Определяется стоимость компании путем деления чистой прибыли организации на ставку дохода.
5. Происходит корректировка на наличие или отсутствие непрофильных активов и применяются скидки или премии на контроль и ликвидность оцениваемой компании.

Применение подхода при оценке рыночной стоимости предприятия требует выполнения нескольких действий:

1. Сбор информации о предприятии, истории его развития, ключевых исторических факторов в деятельности, информацию о показателях хозяйственной деятельности, информации о дочерних компаниях и филиалах и т.п.
2. Проведение финансового анализа или финансовой оценки предприятия.
3. Проведение анализа отраслевого рынка, на котором функционирует предприятие.
4. Оценка рыночной стоимости совокупности активов (основных средств, финансовых вложений, задолженностей, запасов) и обязательств организации (заемные средства и прочие обязательства, кредиторская задолженность).
5. Прогнозирование работы компании на пятилетнюю перспективу и расчет доходности предприятия.
6. Сравнение основных показателей работы, таких как чистая прибыль, выручка, объем производства с организациями в отрасли.
7. Подведение итогов расчета и определение рыночной стоимости фирмы.

Доходный подход к оценке позволяет на основании текущей стоимости предприятия спрогнозировать объемы последующих выгод. [1, с. 92]

Предприятие — это субъект хозяйственной деятельности, целью работы которого является извлечение прибыли при производстве и продаже продукции или оказании услуг. Основой предприятия является коммерческая цель его создания.

Как и любое имущество, предприятие может быть объектом сделки. Права на владение им могут быть куплены, сданы в аренду или подарены. Причем сделка может быть совершена, как в отношении целой организации, так и ее части. Для точного понимания стоимости в рамках заключения подобных сделок нужна обязательная оценка

бизнеса предприятия. Это единственный способ определения рыночной стоимости компании и ее составляющих.

Таким образом, знание теории и практики оценки стоимости предприятия (бизнеса), умение грамотно управлять стоимостью — основа для реализации эффективных управленческих решений.

Литература:

1. Бусов В. И., О.А. Землянский, А.П. Поляков. Оценка стоимости предприятия (бизнеса). Учебник для бакалавров. — М.: Юрайт, 2013. — 430 с.
2. Оценка стоимости бизнеса: учебник/коллектив авторов; под ред. М. А. Эскиндарова, М. А. Федотовой. — 2-е изд., стер. — Москва: КНОРУС, 2018. — 320 с.
3. Щербаков В. А. Оценка стоимости предприятия (бизнеса) / В. А. Щербаков, Н. А. Щербакова. — 4-е изд. — М.: Омега-Л, 2012. — 315 с.
4. Грушанин А. А. Роль оценки бизнеса в принятии управленческих решений // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. — № 4. — 2017. — С. 158–160
5. Межова Л. Н. Оценка бизнеса предприятия как инструмент для принятия эффективных управленческих решений // Экономика. Профессия. Бизнес. — Том 3. — 2016. — С. 42
6. Трусова А. Ю., Трусов А. И., Дюжева А. В., Ильина А. И. // Основы экономики, управления и права. — № 4. (16). — 2014. — С. 147

О применении НДС в странах Евразийского экономического союза

Глобенко Дарья Константиновна, студент;

Научный руководитель: Семенова Нина Константиновна, кандидат технических наук, доцент

Владивостокский филиал Российской таможенной академии

Статья посвящена вопросам поступления НДС в бюджет Российской Федерации и в бюджет государств-членов Евразийского экономического союза, сформулированы некоторые проблемы, связанные с взиманием НДС, а также пути решения выявленных проблем.

Ключевые слова: налог на добавленную стоимость, Таможенный кодекс ЕАЭС, уплата таможенной пошлины, таможенные органы, Евразийский экономический союз.

Налог на добавленную стоимость (далее — НДС) является весомой составляющей федерального бюджета любого государства-члена Евразийского экономического союза (ЕАЭС, Союз). Вопросы применения НДС являются актуальными в связи с тем, что в настоящее время ведется обсуждение, целью которого является унификация порядка применения указанного налога на таможенной территории ЕАЭС.

Базой для исследования стал ряд нормативно-правовых актов, отчетов таможенных органов, публикаций ряда авторов, таких как И. А. Майбуров, Тютюрюков Н. Н., Деметьева Н. М.

Понятие «налог» закреплено в статье 8 части первой Налогового кодекса Российской Федерации (далее — НК РФ). Согласно указанной статье налог — обязательный, индивидуально безвозмездный платеж, взимаемый с организаций и физических лиц в форме отчуждения принадлежащих им на праве собственности, хозяйственного ве-

дения или оперативного управления денежных средств в целях финансового обеспечения деятельности государства и (или) муниципальных образований [2].

По мнению Правительства РФ, основными цели налоговой политики являются:

1. Сохранение бюджетной устойчивости при получении требуемого объема бюджетных доходов.

2. Поддержка предпринимательской и инвестиционной активности, обеспечивающей налоговую конкурентоспособность страны на мировой арене.

На сегодняшний день в России существует три возможных ставки НДС: 20%, 10% и 0%. Для большинства видов товаров действует ставка в размере 20%. Ставки 0 и 10% применяются при реализации определенных видов товаров, указанных в статье 164 части второй НК РФ.

Для ценообразования важнейшим фактором является отнесение НДС к косвенным налогам. Под косвенным налогом понимается налог, сумму которого непо-

средственный его плательщик удерживает у другого лица путем включения налога в продажную цену товаров, работ, услуг, то есть его конечными плательщиками являются не производители, а конечные потребители [8].

В соответствии со статьей 51 Таможенного кодекса ЕАЭС (далее — ТК ЕАЭС) «Объектом обложения таможенными пошлинами, налогами являются товары, перемещаемые через таможенную границу Союза...». Также в статье говорится, что база для исчисления налогов утверждается на национальном уровне, а не на международном [1]. Так, согласно статье 160 части второй НК РФ при ввозе товаров на территорию России налоговая база определяется как сумма таможенной стоимости товаров (ТС), подлежащей уплате таможенной пошлины (ТП) и подлежащих уплате акцизов (А) (для подакцизных товаров).

НДС успешно применяется в большинстве стран с рыночной экономикой и обеспечивает поступление от 12 до 30% налоговых доходов государства. Широкое распространение НДС обусловлено его фундаментальными особенностями и преимуществами, к которым относятся:

- стремление облагать налогом расходы конечных потребителей, а не затраты производителей по производству товаров, работ, услуг;
- потенциально широкая база налогообложения (большинство товаров, работ, услуг облагаются НДС);
- регулярность налоговых поступлений и их пропорциональное увеличение в зависимости от изменения уровня цен [3].

В соответствии с пунктом 7 статьи 52 ТК ЕАЭС, налоги исчисляются в соответствии с законодательством государства-члена, в котором они подлежат уплате [1].

Рассматривая структуру государственного бюджета России в 2018 году, можно увидеть, что на НДС приходится 6017 млрд руб., что составляет 21,6% от всего объема.

Если проанализировать динамику непосредственно налога на добавленную стоимость (рис. 1), можно проследить, что с 2006 до 2009 гг суммы поступлений от НДС не имели определенной тенденции. Однако после 2009 г показатель стал расти, незначительно снизившись только в 2013 г.

НДС структурно состоит из налога на добавленную стоимость на товары, работы и услуги, реализуемые на внутреннем рынке и налога на добавленную стоимость на товары, работы и услуги, ввозимые на территорию страны. В рамках анализа поступлений НДС в государства-члены ЕАЭС наиболее интересными являются суммы НДС, поступающие при ввозе товаров на территорию страны.

Так, на рис. 2 представлено сравнение сумм НДС, поступающих от реализации на внутреннем рынке и при ввозе на территорию РФ. Очевидно, что НДС, поступающий при ввозе товаров с 2010 по 2018 гг, был ниже, чем НДС с реализуемых на внутреннем рынке товаров.

Самый большой размах пришелся на 2018 г, когда разница составила 1132 млрд руб. или 31,7%. Минимальный

размах между двумя показателями зафиксирован в 2010 г. и составил 159,6 млрд руб. Разница между двумя видами НДС имеет тенденцию к увеличению с 2014 г [4].

НДС, поступающий в государственные бюджеты государств-членов ЕАЭС, состоит из налога, уплачиваемого в отношении товаров, реализуемых на территории государства и налога, уплачиваемого в отношении товаров, ввозимых на территорию. В Казахстане, Кыргызстане и Беларуси НДС от ввоза ежегодно превышает НДС от реализации. Более того, в Беларуси НДС от реализации в основном имеет отрицательные значения. Относительно Армении ситуация не является однозначной: есть случаи, когда НДС от реализации превышает НДС на ввоз. Интересен факт, что в России НДС от реализации за анализируемый период всегда превышал НДС на ввоз.

Выявить проблемы, связанные с уплатой НДС в России, представляется возможным путем анализа судебной практики в данной сфере.

Организация при ввозе в Россию кукурузного крахмала заявила льготную ставку НДС в размере 10%. При этом ввезенные товары классифицированы декларантом в подпозиции 2303 10 1100 ТН ВЭДЕАЭС как «остатки от производства крахмала из кукурузы (за исключением концентрированной замочной жидкости) с содержанием белка в пересчете на сухое вещество более 40 мас. %». Товар был выпущен в соответствии с таможенной процедурой выпуск для внутреннего потребления.

После выпуска товаров таможеней была проведена камеральная таможенная проверка по вопросам применения ставки НДС в размере 10% в отношении товара «глютен кукурузный кормовой...». По результатам проведенной экспертизы и камеральной проверки был составлен акт и принято решение об отмене применения к данному товару налоговой ставки НДС в размере 10% [7].

Из материалов вышеуказанного дела выявляется проблема занижения ставки НДС при ввозе товаров. Для решения данной проблемы таможенными органами необходимо периодически проводить камеральные проверки организаций, которые используют преференциальные ставки НДС. Кроме того, следует обращать внимание на деятельность фирм, являющихся декларантами таких товаров. Эти действия не смогут полностью устранить проблему, однако могут снизить риски возникновения подобных ситуаций.

В другой ситуации налогоплательщик изначально не заявил наличие преференции в отношении ввозимых товаров — медицинских изделий, в отношении которых действует ставка НДС в размере 0%. Это привело к излишней уплате НДС на сумму 1811490 руб. 08 коп. В целях обоснования своего права на получение льготы в виде освобождения от уплаты НДС, организация при декларировании изделий представила таможенному органу необходимые документы, подтверждающие, что ввезенный товар относится к разряду важнейших и жизненно необходимых медицинских изделий.

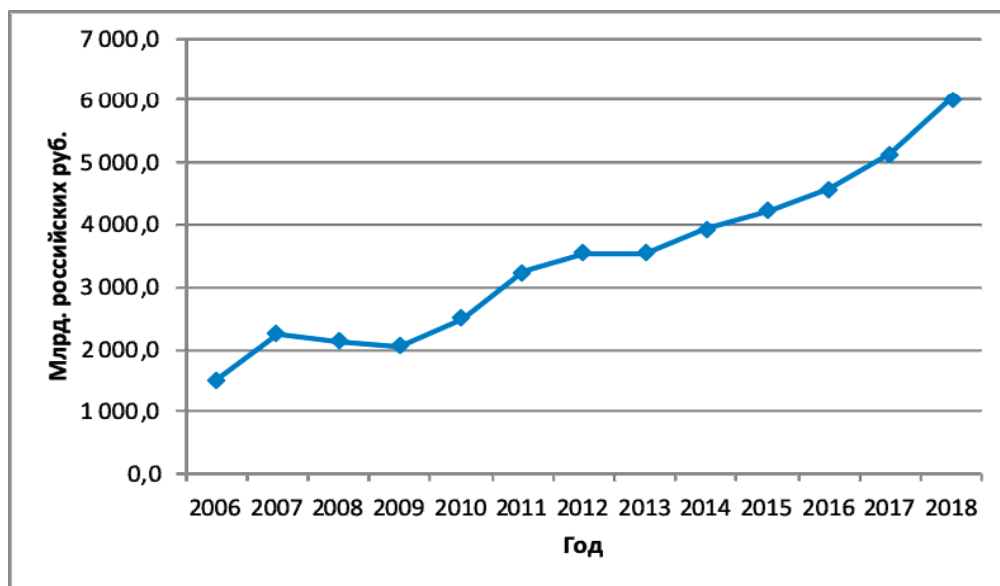


Рис. 1. Динамика изменения НДС в РФ в 2006–2018 гг., млрд руб.

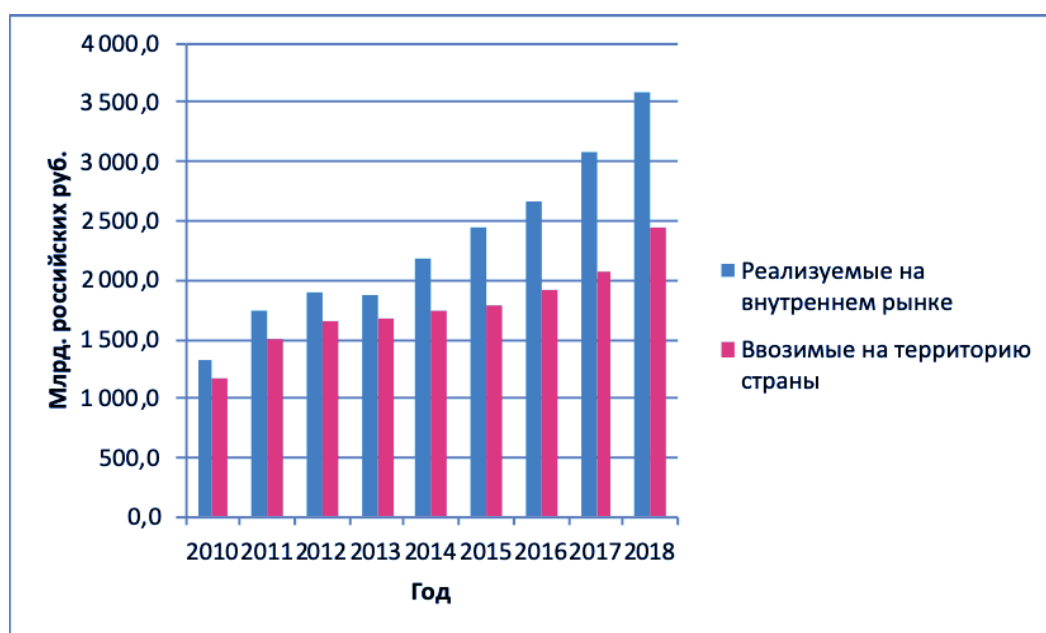


Рис. 2. Структура НДС в России в период с 2010 по 2018 гг., млрд руб.

Таможенным органом было принято решение об отказе в возврате излишне уплаченной суммы НДС. Суд, изучив материалы дела признал действия таможенного органа незаконным и обязал его осуществить возврат. Важно отметить, что декларация на товары (ДТ) была подана в августе 2016 года, решение суда по данному делу было принято только в сентябре 2018 года [6].

Из данного примера выделяется следующая проблема, связанная с НДС: сложность возмещения излишних сумм ранее уплаченного НДС. Данная проблема характерна для участников внешнеэкономической деятельности (ВЭД). Для ее решения предлагается проводить конференции в таможенных органах, на которых будет разъяс-

няться порядок возмещения излишне уплаченных сумм НДС, а также будут рассматриваться наиболее частые ошибки. Также можно использовать специальные чаты по виду деятельности, которые можно включить в сервис сайта edata.customs.ru, где имеются личные кабинеты участников ВЭД.

Еще одна проблема в отношении НДС обсуждалась на заседании Торгово-промышленной палаты России на тему: «Возврат НДС при экспорте: проблемы и пути их решения». В ходе заседания было отмечено, что в настоящее время подтверждение по работам/услугам, сопутствующим реализации несырьевых товаров на экспорт, проходит по старому порядку. Было предложено проводить

вычет НДС в период оказания услуги, если она связана с несырьевым экспортом. Также серьезным обременением для бизнеса является дублирование предоставления информации в банки, в налоговый и таможенный органы. Создание единой базы данных контрольно-надзорных органов и обмен информацией в электронной форме с банками могла бы исключить дублирование и передачу документов на бумажных носителях. От налогоплательщика потребовался бы только реестр [9].

Для решения этой проблемы Министерством экономического развития России совместно с заинтересованными органами исполнительной власти ведется работа по созданию механизма «единого окна» в системе регулирования ВЭД. «Единое окно» предполагает такую организацию взаимодействия между регулирующими ВЭД государственными органами и бизнесом, которая позволила бы участникам ВЭД для получения услуг и разрешительной документации однократно представлять документы в одном цифровом пространстве по одним и тем же формам. Создаваемый интеллектуальный механизм «единого окна» должен охватывать экспортные, импортные и транзитные операции [5].

Указанная проблема характерна не только для участников ВЭД, но и для таможенных органов. Так как большинство товаров не облагаются вывозными таможенными пошлинами, декларанты могут искусственно завышать таможенную стоимость перемещаемых товаров, для увеличения суммы НДС, подлежащей возврату. Решением этой

проблемы может являться более тщательная проверка экспортируемых товаров, а также сбор информации о репутации организации-экспортера на рынке.

Важным аспектом является идея унифицировать ставки косвенных налогов, таких как НДС и акциз в государствах-членах ЕАЭС. На данный момент ставки большинства государств-членов разнятся. Одной из причин разницы может являться отсутствие в некоторых государствах значительных стратегических ресурсов, формирующих дополнительные доходы бюджета. НДС для них становится источником дохода.

Ввиду того, что подход к установлению налоговых ставок в странах ЕАЭС имеет значительные различия, решение об унификации данного платежа в ближайшее время не представляется возможным. Интеграционные процессы, направленные на унификацию налогового законодательства, тормозятся из-за имеющихся между странами ЕАЭС противоречий в вопросах гармонизации ставок акцизов, унификации рынка и гармонизации норм и стандартов в производстве товаров. В результате возникают препятствия для выработки совместной промышленной и налоговой политики, позволяющей сблизить экономики стран ЕАЭС и обеспечить их эффективное взаимодействие. Для решения этих проблем необходима наднациональная координация и взаимодействие в вопросах налоговой унификации. Однако сложно представить создание единой налоговой политики в Союзе, в котором отсутствует единая валюта.

Литература:

1. «Таможенный Кодекс Евразийского экономического союза» (приложение N1 к Договору о Таможенном кодексе Евразийского экономического союза). URL: <https://www.alt.ru/codex-2017/R1/GL1/ST2/>
2. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая)» от 31.07.1998 N146-ФЗ (ред. от 27.12.2018). URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19671/
3. И. А. Майбуров [и др.]. «Налоговые и таможенные платежи»: учебное пособие // Екатеринбург: Изд-во Урал-ун-та, 2017. — 188 с.
4. Официальный сайт Коллегии ЕАЭС. URL: <http://www.eurasiancommission.org>
5. Министерство экономического развития Российской Федерации. Портал Внешнеэкономического развития. Единое окно. URL: http://www.ved.gov.ru/single_window/
6. Решение Арбитражного суда г. Москвы от 7 сентября 2018 г. по делу № А40–106542/2018. URL: <https://sudact.ru>
7. Постановление Арбитражного суда Западно-Сибирского округа от 1 октября 2018 г. по делу № А45–32031/2017. URL: <https://sudact.ru>
8. Audit.ru — Термины. Налог на добавленную стоимость. URL: <https://www.audit-it.ru/terms/taxation/nds.html>
9. Возврат НДС при экспорте: проблемы и пути их решения — 2018. — июнь, 28. URL: <https://tpprf.ru/ru/interaction/committee/komved/meetings/vozvrat-nds-pri-eksporte-problemy-i-puti-ikh-resheniya/>

Молодой ученый

Международный научный журнал
№ 23 (261) / 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 19.06.2019. Дата выхода в свет: 26.06.2019.
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.